

netzwerk mode textil

nmt Jahrbuch 2022

Wagner, Rose:
Mode in Amerika – Wie sie wurde, was sie ist, in: nmt 2022.
Jahrbuch *netzwerk mode textil e.V.*, S. 7–23,
<https://doi.org/10.53193/228273071G>.

Impressum

nmt 2022

Jahrbuch netzwerk mode textil e.V.

ISSN: 2566-4875

DOI: <https://doi.org/10.53193/223578162G>

Herausgeber: Gudrun M. König und Lioba Keller-Drescher im Auftrag des netzwerk mode textil e.V.
(1. Vorsitzende Elisabeth Hackspiel-Mikosch) | www.netzwerk-mode-textil.de

Chefredaktion: Michaela Breil

Redaktion: Michaela Breil | Lioba Keller-Drescher | Gudrun M. König

Advisory Board des netzwerk mode textil e.V.:

Heike Derwanz | Martina Glomb | Bettina Göttke-Krogmann | Sabine de Günther |
Birgit Haase | Elisabeth Hackspiel-Mikosch | Michaela Haibl | Katharina Hornscheidt |
Kerstin Kraft | 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

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, 2023

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 4 |
| Rose Wagner | |
| Mode in Amerika – Wie sie wurde, was sie ist | 7 |
| Jasmin Assadsolimani | |
| 30 Jahre Vogue – der Blick zurück als Inszenierungsstrategie von Modernität | 25 |
| Aliena Guggenberger | |
| »Mode-Opfer« und Reformerin Weibliche Mode-Stereotype in der ersten Phase der »Jugend« (1896–1903) | 37 |
| Alexandra Hopf / Gundula Wolter | |
| Nach <i>The Peasants (after Malevich)</i> – Ein skulpturales Echo Alexandra Hopf im Gespräch mit Gundula Wolter | 49 |
| Lucia Schwalenberg | |
| Elisabeth Lindemann: Eine Pionierin der Handweberei | 59 |
| Claudia Gottfried / Christiane Syré | |
| Sammlung in Bewegung: Textiles Sammeln im LVR-Industriemuseum Textilfabrik Cromford | 73 |
| Jana Haase / Sophie Hofmann / Jutta Mettenbrink | |
| Berlin zeichnet Mode Ein Digitalisierungsprojekt | 85 |
| Helga Behrmann / Judith Brachem / Charlotte Brachtendorf | |
| Materialitäten virtueller Mode: das Fallbeispiel <i>The Fabricant</i> | 95 |
| Rezensionen | 105 |
| Autor:innenbiografien | 111 |



Rose Wagner

Mode in Amerika – Wie sie wurde, was sie ist

Als die Vereinigten Staaten von Amerika Ende des 18. Jahrhunderts gegründet wurden, war die Kleidermode in der neuen Republik vor allem eines: europäisch. Kein Wunder, wurden doch die 13 Kolonien in Britisch-Nordamerika von Menschen aus Westeuropa besiedelt, die ihre Vorstellungen über das, was modisch ist, aus der Alten Welt mitbrachten. Doch schon bald wurden in der Presse Forderungen nach der Entwicklung einer nationalen ›amerikanischen‹ Ästhetik mit identifikationsstiftendem Potential erhoben.¹

Bis sich mit Sportswear ein genuiner *American Look* herausgebildet hatte, dauerte es aber fast 150 Jahre. Heute gilt dieser Kleidungsstil weltweit als typisch amerikanisch. Die Mode in den USA ist jedoch nicht auf Sportswear und Massenfertigung beschränkt. High Fashion und Glamour gehören ebenso dazu.

Im Folgenden werden Mythen, Eigenheiten, Kontinuitäten und Stilrichtungen der amerikanischen Modengeschichte vor dem Hintergrund politischer, gesellschaftlicher und sozio-kultureller Gegebenheiten skizziert. Im Mittelpunkt steht die Frauenmode. Dabei wird sich zeigen, dass Kleidung und Mode in den USA von Anfang an eine starke politische und symbolische Bedeutung hatten. Die Erwartung an die Aussagekraft von Mode ist bis in unsere Tage hoch und nimmt geradezu obsessive Züge an, wenn es um die präsidiale Garderobe geht.

Die Frage nach dem genuin ›Amerikanischen‹ ist eine Konstante der US-Modengeschichte. Heute dreht sich die Diskussion allerdings nicht mehr um die Identität der ›einen‹ Nation, sondern um die Betonung von Vielfalt und Unterschiedlichkeit.

Meine Ausführungen stützen sich neben einschlägiger Fachliteratur und der Modeberichterstattung amerikanischer Tageszeitungen auch auf Recherchen in Bild-Datenbanken wie etwa den *New York Public Library Digital Collections*.²

Wie es anfang

Ende des 18. Jahrhunderts wurden diesseits und jenseits des Atlantiks Debatten über Kleidung und Mode geführt. Der Diskurs in der Neuen Welt ging allerdings von anderen Prämissen aus als der in der Alten Welt, wo vielerorts im Zuge der Aufklärung noch antiabsolutistische und antiständische Aspekte im Vordergrund standen. Diese Gesichtspunkte spielten in der amerikanischen Debatte keine Rolle, denn die Unabhängigkeitserklärung von 1776 war bereits das »Signal der Umsetzung der Aufklärung in politische Praxis«³, wie der Amerikanist und Historiker Willi Paul Adams konstatiert. Von Anfang an positionierte sich die neue Republik als radikal bürgerliches Land, das sich nicht durch monarchische Erbhöfe oder soziale Herkunft definierte. Der Modediskurs richtete sich ausschließlich in die Zukunft. Gemeinsam war beiden »Welten« allerdings eine kritische Haltung hinsichtlich »ausländischer« Einflüsse auf die nationale Modeentwicklung.⁴

Die amerikanische Unabhängigkeitserklärung verkündete Demokratie, Freiheit, Gleichheit und die ungehinderte Entfaltung des Einzelnen zur Erreichung von Glück und Wohlstand. Dieses Bündel republikanischer Ideale wird zusammenfassend der American Dream genannt. Nahezu jede Neuentwicklung – ob Ready-to-Wear, ob Sportswear – wird in den USA bis heute unter dem Aspekt ihres demokratischen Poten-

tials betrachtet, wobei demokratisch in diesem Zusammenhang lediglich meint, dass etwas allgemein zugänglich und erschwinglich ist.⁵

Homespun – einfache, zumindest aber schnörkellose, regional oft in Heim- und Handarbeit gefertigte Kleidung – war das wichtigste Symbol der amerikanischen Revolution und lieferte den ersten Gründungsmythos. *Homespun* steht am Anfang aller späteren *Buy-American*-Initiativen, in denen nicht selten nationalistische Töne mitschwangen.⁶ Ursprünglich stand das Wort nur für das Zeitalter häuslicher Produktion, für bescheidene Lebensführung, Fleiß und Tugend. Spätestens seit der Boston Tea Party (1773), die als Startschuss für den amerikanischen Unabhängigkeitskrieg (1775–1783) gilt, wurde es zum politischen Kampfbegriff, der eine starke Mobilisierungswirkung entfaltete.⁷

Der Konflikt hatte sich an der restriktiven Steuer- und Zollpolitik der Kolonialmacht entzündet. Die zentrale Parole der Aufständischen lautete: »Eigenproduktion statt Einfuhren«. In dieser Ära bezog sich *homespun* auf Loslösung vom Mutterland, Boykott britischer Warenlieferungen und Autarkie. Unter den Boykott fielen Luxuswaren jeglicher Art – z. B. chinesische und französische Seidenstoffe, englische Wolltuche oder indische Baumwolle –, die über englische Häfen in die nordamerikanischen Kolonien geliefert wurden. Dabei ging es nicht vorrangig um die Verteufelung von Luxus, sondern um die »Schädigung« des überseeischen Handels der Kolonialmacht.

Das demonstrative Tragen von Kleidung aus heimischem Material, wenigstens aber aus regionaler Produktion, sowie der Verzicht auf üppige Verzierungen und Stofffülle bekundete Patriotismus, Selbstbehauptung und Opferbereitschaft. Das Kleid in Abbildung 1, getragen von einer Lady aus der kolonialen Oberschicht, ist typisch für diese Zeitphase. Es ist aus Baumwolle, nicht aus Seide, weist weder Spitze noch Stickereibesatz auf und wirkt allein durch Schnitt und Muster.

Mit dem Amtsantritt von Präsident George Washington (1732–1799) im Jahr 1789 änderte sich das Verständnis von *homespun* erneut. Mit Erreichung der Unabhängigkeit hatte es seine Funktion als Zeichen des Widerstands gegen die Kolonialmacht verloren. Schlichte, unpräntöse Kleidung verkörperte allerdings weiterhin das alte republikanische Ideal der *simplicity*. Ob die Kleidung manuell, maschinell oder industriell gefertigt wurde, war jetzt nicht weiter von



Abb. 2: Bill Blass Couture, Ensemble »Amish Quilt«, ca. 1975; Sammlung Monika Gottlieb.

Belang. Dass *homespun*, zumindest optisch, Klassengegensätze verwischen konnte, war ein erfreulicher Nebeneffekt.⁸

Auf Dauer harmonierte dieses Leitbild jedoch nicht mit der sich entwickelnden Konsumgesellschaft. Im Gilded Age⁹, geprägt von Opulenz und expressivem Prunk, hatte es keinen hohen Stellenwert. Seit Anfang des 20. Jahrhunderts meinte *simplicity* – bereinigt um seine ursprünglichen ideologischen Untertöne – einen Stil mit klaren Linien, und in der Sportswear-Entwicklung war er ein zentrales Element. Seit den 1970er-Jahren erkor eine neue Design-Generation *simplicity* – jetzt im Sinne von Minimalismus – zu ihrem Markenzeichen. Den Auftakt machte Halston (eigentlich Roy Halston Frowick, 1932–1990), ein Superstar dieser Epoche, dem bald Calvin Klein folgte. Bill Blass (1922–2002) führte *Homespun*-Anmutung, *simplicity* und Luxus zusammen, wie das Couture-Ensemble in Abbildung 2 mit klarer Linienführung und Bezug auf die frühe amerikanische Quilt-Tradition erkennen lässt.

National Dress und Ready-to-Wear

Der Ruf nach einem identitätsstiftenden *national dress* – auch *national costume* genannt – war unmittelbar nach Erlangung der Unabhängigkeit zum ersten Mal ertönt. Im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts nahm dann die Diskussion erheblich an Fahrt auf. Mittlerweile hatte sich das Land verändert. Ökonomisch fielen Industrialisierung und Eisenbahnbau ins Gewicht, in demografischer Hinsicht waren es Westexpansion, Ende der Sklaverei und Einwanderung. Die USA waren ein multiethnisches Land geworden. Der in dieser Periode imaginierte *national dress* sollte diese Entwicklung widerspiegeln. Erstmals war in der Kleidungsdebatte auch die Rede von »colored men« und »freedmen« (befreite Sklaven). Auch sie sollten mit dem *national dress* – zumindest optisch – auf das allgemeine textile Niveau gehoben werden. Von den heute als *Native Americans* bezeichneten Stämmen war in diesem Zusammenhang zu dieser Zeit keine Rede.¹⁰

Konkretisiert wurde die Idee des *national dress* nie. Sie blieb vage und nahm im Laufe der Zeit verschiedene Tönungen an, von nationalistisch über sozialreformerisch bis ökonomisch.

Anfang des 20. Jahrhunderts schien dann mit dem Aufkommen bzw. der zunehmenden Verbreitung von Massenkongfektion eine erkennbar »amerikanisch« geprägte Kleidung in greifbare Nähe zu rücken.¹¹ Die Vorstellung eines *national dress* lief allerdings in den Augen zahlreicher Frauen auf Einheitskleidung hinaus, was – neben dem Gefühl der Bevormundung – eine Abkopplung von internationalen Trends bedeutet hätte. Viele sahen sich als Teil einer »imagined community of dress«¹², die in ästhetischen Fragen transnational dachte. Eine egalisierende Wirkung war der Massenkongfektion allerdings nicht abzusprechen. Sie forcierte zweifelsohne durch ihren Herstellungsprozess die Standardisierung und Gleichförmigkeit von Kleidung.

Die Kongfektion von Frauenkleidung beschleunigte sich seit Ende des 19. Jahrhunderts, deutlich später als die von Männerkleidung.¹³ Der Bedarf an industriell hergestellter Kleidung wurde durch die Aufnahme bevölkerungsreicher Staaten wie Texas (1845) und Kalifornien (1850) in die Föderation, die Binnenwanderung nach Bürgerkrieg und Sklavenbefreiung sowie die steigenden Einwanderungszahlen seit den 1860er-Jahren vorangetrieben.



Abb. 3: Einwanderinnen aus Holland, Ellis Island, New York, ca. 1905–1906.



Abb. 4: Einwanderinnen aus Slowakien, Ellis Island, New York, ca. 1905–1906.

Eingewanderte aus ländlichen Regionen und homogenen sozial-kulturellen Zusammenhängen taten sich mit der ethnischen Vielfalt in ihrer neuen Heimat schwer. Ready-to-Wear konnte dabei helfen, Gefühle des Fremd- oder Andersseins zu vermeiden. Neuankömmlinge sollten sich nicht mehr durch ihre mitgebrachte Kleidung von anderen zugewanderten Gruppen unterscheiden. In den Jahren 1904–1909 fotografierte Augustus Francis Sherman (1865–1925) im Auftrag der Einwanderungsbehörde Neuankömmlinge in Ellis Island. Wie vielfältig und unterschiedlich ihre mitgebrachte Kleidung war, belegen die Abbildungen 3–5.

Ready-to-Wear wurde allgemein als probates Mittel der Amerikanisierung betrachtet. Der Historiker Daniel Boorstin ist überzeugt: »Ready-made clothing instantly Americanized the immigrant.«¹⁴ Auch die Historikerinnen Claudia Kidwell und Margaret Christman sehen das so: »[T]he common quality of American dress served to obliterate ethnic origins.«¹⁵ Der Gegensatz zu heute, wo unterschiedliche Herkunft bewusst betont werden, könnte größer nicht sein.¹⁶



Abb. 5: Einwanderinnen aus Guadalupe, Ellis Island, New York, 1905–1906.



Abb. 6: Gruppe angehender Näherinnen in Shirtwaists, 1902.

Nicht nur in Bezug auf Einwanderinnen umgab Ready-to-Wear von Anfang an ein Nimbus von Demokratie und Egalität. Die Auffassung, dass Konfektionskleidung zum Abbau von Klassengegensätzen beitragen werde, war weitverbreitet, wie wiederum Kidwell und Christman feststellen: »The ready-made clothing [...] made it possible for the lowest of men to look not unlike the highest of men [...] and blur social distinctions.«¹⁷

Eine besondere Rolle bei der Bestrebung, Unterschiede – seien es solche der Hautfarbe oder der sozialen Klasse – zumindest optisch zu nivellieren, spielten *shirtwaists*, waschbare, meist weiße Baumwollblusen. »The shirt waist is the most democratic garment that ever was worn. It is the one [...] which every one wears, from the fat cook in the kitchen all the way up [...] to the fashionable women who dress upon incomes of millions«¹⁸, hieß es 1901 in der *New York Times*. Die Gruppe junger farbiger Frauen in *shirtwaists* in Abbildung 6 wirkt wie eine Bestätigung solcher Demokratie- und Egalitätserwartungen.

Amerikanisierung contra Mythos Paris

Die für die weibliche Kleidung seit etwa dem 17. Jahrhundert maßgebliche Weltgeltung französischer Mode hatte sich auch auf Britisch-Nordamerika erstreckt.¹⁹ In der Revolutionszeit sprachen politische und praktische Überlegungen gegen solchen Aufputz, doch nach Gründung der Republik lebten alte Gewohnheiten wieder auf. Außerdem war es schwer, den Pariser Kulturimport zu verdämmen, hatte doch Frankreich



Abb. 7: Afternoon Dress, Charles Frederick Worth, ca. 1875.



Abb. 8: Cocktail Dress, Muriel King, 1933.

entscheidende militärische Hilfe beim Kampf gegen die britische Kolonialmacht geliefert.

Im Gilded Age erreichte die Begeisterung für kostspielige Pariser Mode einen Höhepunkt. Als hellster Stern am amerikanischen Modehimmel der Gründerzeit leuchtete – unangefochten dominant – der aus England stammende Pariser Couturier Charles Frederick Worth (1825–1895).²⁰ Das seidene Nachmittagskleid mit asymmetrischen Drapierungen und aufwendigem Beiwerk in Abbildung 7 wurde im Pariser Atelier von Worth gefertigt und in New York getragen.

Die mit französischer Mode verknüpften Konnotationen von Elite, Luxus und Verfeinerung übten auch auf nicht-privilegierte Frauen eine starke Faszination aus. Zugänglich wurde ihnen französische Mode – besser gesagt, als solche deklarierte –, nachdem um 1910 die amerikanische Konfektionsindustrie auf stilistische Veränderungen in Paris reagierte. Neue, schmalere Silhouetten erleichterten die Massenkongfektion. Ein halbes Jahrhundert mit französischem Flair von der Stange setzte ein. Der amerikanischen Modeindustrie

war es gelungen, etwas vom Glanz der Pariser Haute Couture selbst auf schlecht gemachte Kopien französischer Modelle scheinen zu lassen.²¹ Mit französischer – bzw. als solcher bezeichneter – Mode ließ sich in den USA viel Geld verdienen. Es war einfacher und kostengünstiger, Pariser Entwürfe zu kaufen, zu imitieren oder illegal zu kopieren, als eigene Entwicklungs- und Entwurfsabteilungen aufzubauen.

Die USA waren das Land der Massenkongfektion, der Kaufkraft und des Konsums, die Kreativität in der Mode ging jedoch von Paris aus. Bereits Ende des 18. Jahrhunderts war erste Kritik an der Dominanz französischer Mode laut geworden, sie wurde als unpatriotisch gegeißelt und kratzte am Selbstgefühl, an der Überzeugung, eine – wenn nicht »die« – führende Nation der Welt zu sein.²² Es muss allerdings einschränkend festgehalten werden, dass sich die Kritik nicht ausschließlich gegen französische Mode richtete, sondern gegen den europäischen Modeeinfluss insgesamt, wobei natürlich Paris tonangebend war.²³ Ein großer Widerhall auf diese Kritik blieb seinerzeit aus. Es gab damals noch nichts genuin »Amerikanisches«, sieht man vom schmucklosen *homespun* ab. Die Kritik an Pariser Mode wurde ohnehin nicht allgemein geteilt, da sie – so kurz nach Erlangung der staatlichen Unabhängigkeit – Loyalitätskonflikte verursachen konnte. Wie erwähnt, genoss Frankreich als einstmalig wichtigster Verbündeter lange Zeit eine politische Vorrangstellung.²⁴

Seit dem frühen 20. Jahrhundert entwickelte sich dann in Teilen der amerikanischen Textilindustrie der Wunsch, nicht nur zu reproduzieren, was sich Pariser Couturiers ausdachten, sondern mehr Eigenes zu entwickeln. Angestoßen wurde das nicht zuletzt durch Handelserschwernisse und höhere Steuern für die Einfuhr ausländischer Produkte, wozu auch Lizenzen zählten. Mittlerweile hatte sich zudem eine, wenn gleich kleine, heimische Designszene entwickelt. Die Industrie initiierte Amerikanisierungskampagnen, die positiv aufgenommen wurden.²⁵ Die durchschlagendste Aktion gelang Anfang der 1930er-Jahre Dorothy Shaver (1893–1959), Vize-Präsidentin des Kaufhauskonzerns Lord & Taylor, unter dem Slogan »American Fashions for American Women«. Die Kampagne – auch bekannt als »The American Designers' Movement« – sollte die Textilindustrie nach der Weltwirtschaftskrise neu beleben und mit heimischen Talenten den Verkauf ankurbeln.

Zu den von Lord & Taylor Geförderten gehörten insbesondere Elizabeth Hawes (1901–1971), Claire McCardell (1905–1958) und Muriel King (1900–1977). Das nicht alltägliche Cocktail-Kleid in Abbildung 8 entwarf Muriel King speziell für Shavers Kampagne. King wie auch Hawes fertigten parallel zu ihrer Arbeit für die Konfektionsindustrie exklusive Couture-Modelle für wohlhabende Privatkundinnen an.

Dass im Rahmen von »American Fashions for American Women« ausschließlich Modeschöpferinnen gefördert wurden, hängt mit der ungewöhnlichen »Feminisierung« des amerikanischen Modesystems in den 1930er-Jahren zusammen. In allen Bereichen und auf sämtlichen hierarchischen Ebenen bestimmten in dieser Zeit Frauen das Geschehen. So weit bekannt, war Tom Brigance (1913–1990) der erste und einzige männliche Designer, für den sich Lord & Taylor starkmachte; er wurde 1938 als Haus-Designer verpflichtet.²⁶

American Look

Shaver hatte 1928 zusammen mit anderen Führungskräften die *Fashion Group* gegründet, ein Netzwerk tatkräftiger Managerinnen, Journalistinnen und Designerinnen.²⁷ Im koordinierten Zusammenspiel zwischen der »American Fashions«-Kampagne und der *Fashion Group* wurde seit Anfang der 1940er-Jahre besonders die Entwicklung von Sportswear gefördert.²⁸ Dieser Kleidungsstil wurde auch als *American Look* bezeichnet, eine Wortschöpfung Shavers, in der ein spezielles Körper- und Schönheitsideal mitschwingt. Die Beteiligten hatten einen bestimmten Phänotyp vor Augen: aktive, junge, langbeinige, schlanke Frauen. »It is taken for granted that none of you is overweight«²⁹, betonte Claire McCardell, die wichtigste Sportswear-Designerin, 1956 in ihrem Ratgeberbuch »What Shall I Wear«. Abbildung 9 zeigt ein charakteristisches McCardell-Kleid. Der Gürtel erlaubt der Trägerin die individuelle Regulierung der Taillenweite.

Sportswear umfasste Alltags- und Freizeitmode, war unkompliziert, bequem und erschwinglich. Zudem war dieses Modesegment durch kombinierbare *separates* außerordentlich variabel und vielseitig. Es war Mode »for women who do not want to fuss about their clothes«³⁰. In den 1950er-Jahren gab Sportswear den Anstoß für den College Look, der sich später weiter ausdifferenzierte, beispielsweise in den Preppy Look.³¹ Ausgehend von Kalifornien und der Hippie-Be-



Abb. 9: Day Dress, Claire McCardell, ca. 1950.

wegung wurden seit den 1960er-Jahren Jeans (*Levi's*) zum integralen Bestandteil von Sportswear. Damit war der Trend zum Unisex-Look eingeläutet. In den letzten 30 Jahren hat sich das Repertoire erweitert. Was unter Begriffe wie Casual und Streetwear fällt, zählt zur Sportswear-Familie.

Die erste international erfolgreiche Sportswear-Designerin war Anne Klein (1923–1974). In den 1980er-Jahren bildeten Donna Karan – ehemalige Assistentin von A. Klein –, Calvin Klein und Ralph Lauren zusammen die internationale Spitzengruppe. Aktuell wird der globale Markt von den Labels *Calvin Klein*, *Ralph Lauren* und *Tommy Hilfiger* beherrscht.

Glamour, High Fashion und Internationalität

In New York, dem maßgeblichen Zentrum von Finanzen und Kultur, entwickelte sich seit den 1920er-Jahren eine eigenständige, von Paris unabhängige Couture-Szene. Elizabeth Hawes, Valentina (1899–1964) und Jessie Franklin Turner (1881–1956) gehörten zu den

Ersten, die ein Modehaus unter eigenem Namen aufbauten. Turner war zuvor Einkäuferin für Lingerie in einem Luxuskaufhaus. Das glamouröse Abend-Ensemble aus Seide in Abbildung 10, das an edle Damenwäsche denken lässt, ist typisch für sie. Schnitt und Material weisen zudem orientalische Einflüsse auf – Turner hatte ein Faible für ›Exotisches‹. In Hollywood machte Gilbert Adrian (1903–1959) nicht nur mit Filmkostümen, sondern auch mit spektakulären Off-Screen-Entwürfen für Diven Furore. Der Mode aus Hollywood hing jedoch das Image des Kostümhaften an. Die High Fashion der Ostküste spielte in einer anderen Liga.

Die Transformation von einer nationalen in eine internationale Modeindustrie erfolgte in den 1970er-



Abb. 10: Lounging Pajamas, Jessie Franklin Turner, 1934–1935.

Jahren. Die Weltbühne betrat die amerikanische Mode mit Aplomb im November 1973 im Schloss von Versailles. Im Rahmen einer glanzvollen Wohltätigkeitsveranstaltung unter den Augen des versammelten internationalen Jetsets traten bekannte amerikanische Namen gegen die Crème de la Crème der französischen Haute Couture an. Der Beitrag der Pariser Modehäuser war aufwendig inszeniert: Live-Orchester, Prunkwagen, Umrahmung durch ein großes Staraufgebot. Die Models führten präzise Drehungen aus. Dagegen elektrisierte der amerikanische Beitrag – unter Regie von Liza Minelli – durch Frische und Unkonventionalität. Die Models – fast ein Drittel war farbig – bewegten sich unbeschwert und tanzten zu Popmusik vom Band über die Bühne. Daran gemessen wirkte der französische Beitrag steif und gestrig, wie die *New York Times* befand, die unmittelbar nach der Show Zuschauerinnen und einige der französischen Couturiers befragt hatte. Die Amerikaner hatten weniger durch ihr handwerkliches Können als vielmehr durch ihr Gespür für den Zeitgeist und ein in Bewegung umgesetztes modernes Frauenbild überzeugt.³²

Die amerikanische Delegation stellte in »The Battle of Versailles«, wie dieser Wettstreit in den USA genannt wird, Mode dezidiert in den Zusammenhang von Popkultur, wo sie seitdem geblieben ist. Seither arbeitete die Zeit, in erster Linie die Veränderung des Lebensstils, der amerikanischen Mode in die Hände. In den 1990er-Jahren heuerten europäische Modehäuser amerikanische Designer als Kreativdirektoren an, beispielsweise Oscar de la Renta für *Balmain*, Tom Ford für *Gucci*, Marc Jacobs für *Louis Vuitton*. Den US-Designern ging der Ruf voraus, besonders innovativ und erfolgreich im internationalen Mode-Marketing zu sein. Seit einigen Jahren wird amerikanische Vintage-Couture international als Sammlungsobjekt gehandelt. In Abbildung 11 ist eine in Europa zusammengetragene Auswahl zu sehen.

Politik und präsidentiale Mode

Im Spannungsfeld zwischen internationaler und nationaler Mode lässt sich insbesondere die Entwicklung präsidentialer Kleidung verorten. Bereits die erste Inauguration George Washingtons (1789) erforderte eine modepolitische Balance bei der Erfüllung teilweise widersprüchlicher nationaler Erwartungen und den Anforderungen internationaler Diplomatie. Noch



Abb. 11: Amerikanische Vintage-Couture: Abendrobe, Arnold Scaasi, ca. 1986; Cocktail-Ensemble, James Galanos, ca. 1980; Abendrobe im Empire-Stil und Abendrobe mit Patchwork-Rock, Oscar de la Renta, beide 1998; Kleid, Norman Norell, ca. 1955; Sammlung Monika Gottlieb.

war die *Homespun*-Ideologie nicht völlig obsolet, und vom ersten Präsidenten wurde eine gewisse republikanische *simplicity* erwartet. Zugleich bestand das Bedürfnis nach glanzvoller Repräsentation der neuen Republik. George Washington löste die Aufgabe pragmatisch. Seine Kleidung war zurückhaltend monochrom, allerdings aus dem feinsten Wolltuch einer lokalen Manufaktur. Schnitttechnisch orientierte er sich an englischer Herrenmode, seine Gattin folgte französischem Vorbild, wie Abbildung 12 belegt. Dass Martha Washington (1731–1802/1789–1797) bei der Amtseinführung ausgesuchte französische Mode trug, ist auch als Referenz an die früheren Verbündeten zu verstehen, die an der – auch weltpolitisch bedeutsamen – Zeremonie teilnahmen. In der post-revolutionären Phase galt zudem bei modebewussten Frauen und erst recht bei den Damen der neuen Elite *homespun* nicht mehr als *fashionable*. Der sichtbare Unterschied im Aufputz Washingtons und seiner Gattin war auch Ausdruck der damaligen Geschlechterzuschreibungen.

Von Anfang an las die Öffentlichkeit Botschaften aus der präsidentialen Garderobe heraus. Die Aufmerk-

samkeit richtete sich zuallererst auf die Gattinnen der Präsidenten.³³ Für Robin Givhan lässt die Kleidung der First Lady bereits am Tag der Amtseinführung Rückschlüsse auf das erwartbare politische Klima einer Präsidentschaft zu.³⁴ Das war z. B. der Fall bei First Lady Caroline Harrison (1832–1892/1889–1892). Ihre Robe aus heimischer Seide war über und über mit patriotischen Motiven bestickt. Damit bekräftigte sie unmissverständlich die protektionistische *America-First*-Handelspolitik von Präsident Benjamin Harrison (1833–1901/1889–1893). Seit Ende des 19. Jahrhunderts wird von First Ladys »modischer Patriotismus« erwartet. Bei Verstößen gegen den Brauch, bei wichtigen Anlässen auf heimischem Boden amerikanische Mode zu tragen, folgt Kritik auf dem Fuße.³⁵

Kritik an der vestimentären Symbolik bei Präsident Joe Bidens Amtseinführung im Januar 2021 wurde nicht laut. Bidens nüchterner, patriotisch blauer Konfektionsanzug war von Ralph Lauren, der wie kein anderer Designer den American Dream verkörpert. Lauren steht für Nationalgefühl, Traditionsbewusstsein, Überparteilichkeit und soziale Harmonie.³⁶ Vize-



Abb. 12: Seidenkleid, getragen von Martha Washington, 1789.

präsidentin Kamala Harris und First Lady Jill Biden trugen Modelle von jungen amerikanischen Designertalenten; das war modepolitisch fein austariert und signalisierte soziale Sensibilität und Vielfalt, wie sie in unserer Zeit erwartet werden.³⁷

Identität und Vielfalt

Die Mode in den USA ist durch ihr europäisches Erbe geprägt. Viele bekannte Designerinnen und Designer haben ihre Wurzeln in der Alten Welt.³⁸ In den letzten 50 Jahren kamen Kreative aus Lateinamerika, Asien und Afrika dazu.³⁹ African-Americans, die selbst oder deren Vorfahren unter dem System der Sklaverei gelitten haben, waren lange an der Entfaltung ihrer Talente gehindert. Die Erste, die es zu wirtschaftlichem Erfolg und Ansehen brachte, war die freigeverkaufte Hausklavin Elizabeth Keckly (1818–1907). Sie nähte im französischen Stil der Zeit für Präsidentengattin Mary Lincoln (1813–1882/1861–1865). Das lilafarbene, mit weißem Satin paspelierete Samtkleid in Abbildung 13 ist das bekannteste Modell aus Kecklys Werkstatt.

Die prominenteste African-American-Designerin, die sich mit eigenen Entwürfen einen Namen machte, war Ann Lowe (1898–1981). Ihre Entwürfe wurden in der High Society geschätzt. Sie fertigte 1953 das Hochzeitskleid für Jacqueline Bouvier Kennedy, Abbildung 14, das seinerzeit – wohl vor allem wegen der Prominenz der Braut – viel Aufmerksamkeit fand.

Erst seit den 1960er-Jahren erhöhte sich die Zahl von African-Americans in der Modeszene deutlich. Zu den innovativsten zählen Stephen Burrows, der in den 1970er-Jahren mit witziger Disco-Mode auffiel, *Dapper Dan* (eigentlich Daniel Day), der High Fashion und Glamour in die HipHop-Szene brachte, sowie Will Smith (1948–1987), der, wie in Abbildung 15 zu sehen ist, einen Unisex-Stil entwickelte.

Die aktuell in den USA geführten Diskussionen über Mode sind politischer denn je, u. a. verstärkt durch die Black-Lives-Matter-Bewegung. Forderungen nach größerer Vielfalt bei Hautfarbe, Körperbild, Geschlecht



Abb. 13 (oben):

Samtkleid, getragen von Mary Lincoln, gefertigt von Elizabeth Keckly, 1861–1862.

Abb. 14 (unten):

John F. Kennedy und Jacqueline Bouvier Kennedy, Hochzeitskleid von Ann Lowe, 1953.



Abb. 15: Unisex-Jumpsuit, Will Smith, ca. 1966–1967.

und Alter auf Laufstegen und in Anzeigenkampagnen gibt es seit längerem.⁴⁰ Neuerdings werden Fragen nach Machtstrukturen und Rassismus in den Führungsetagen von Modeindustrie und Presse gestellt. Zudem steht die »Weißheit« von Textilsammlungen und Ausstellungen in der Kritik. Mehr Diversität wird gefordert. Vanessa Friedman – Modedirektorin der »New York Times« – regt an, dass Museen die traditionelle Unterscheidung zwischen Textilien, die als Mode gelten, und solchen, die als ethnografische Kunst oder Kunsthandwerk klassifiziert werden, weil sie sich im Laufe der Zeit kaum verändert haben, überdenken. Nur so wird sich die – explizit auch auf die Vergangenheit bezogene – Forderung nach Diversität realisieren lassen. So könnte beispielsweise im *Metropolitan Museum of Art* in New York das Kleid aus Leder mit Glasperlen in Abbildung 16, das um 1870 in einem Sioux-Stamm in Dakota entstand, von der ethnografischen in die Modeabteilung wandern.⁴¹

Diese Themen werden auch in anderen westlichen Demokratien erörtert, doch in den USA haben sie eine wesentlich stärkere identitätspolitische Färbung. »In



Abb. 16: Kleid aus gegerbtem Leder mit Glasperlen, Teton Sioux, *Native American*, ca. 1870.

America, everything is about race«⁴², diagnostizierte die »Washington Post« 2020. Die Zunahme von Bindestrich-Bezeichnungen bei People of Color, die auf geografische Herkunft und Ethnie verweisen, belegen eine wachsende Sensibilisierung für Unterschiede wie auch ein gestärktes Selbstbewusstsein. Der Nepalese-American-Designer Prabal Gurung stellte 2019 eine Kollektion unter das Motto: »Who Gets to Be American?«⁴³. Der Haitian-American Kerby Jean-Raymond, Gründer des Labels Pyer Moss, fragt in seinen Kollektionen nach dem Beitrag von People of Color für die US-Kultur und kreiert poppige Textilprints mit Bildern schwarzer Cowboys und Szenen eines idealisierten Familienlebens der Black Community. Jean-Raymond bezeichnet seine Ästhetik als einen gegen das »white-washing of American history« gerichteten »visual activism«⁴⁴.

In eine ähnliche Richtung gehen die plakativen Entwürfe der Grenadian-American-Designerin Felisha »Fe« Noel. Sie richten sich gegen eine wahrgenommene Verabsolutierung euro-zentristischer Schönheitsideale und sollen die Stärke und Schönheit schwarzer

Frauen feiern.⁴⁵ Noels »Oshun-Kleid« in Abbildung 17 – benannt nach einer Voodoo-Göttin – bezieht sich auf »Die Geburt der Venus« von Sandro Botticelli (1445–1510). Der Gegensatz zwischen Noels Weiblichkeitskult und den Vorstellungen einer Post-Gender-Mode, wie sie z. B. der Liberian-American-Designer Telfar Clemens vertritt, könnte größer nicht sein. Beides gehört zur heutigen US-Mode.

Ein wesentlicher Unterschied zu früheren Jahrzehnten – neben Identitätsfragen und politischem Aktionismus – liegt in der Betonung von Referenzen, Verweisen und Zitaten. Zahlreiche Kreative beziehen sich auf das Zeichenmaterial der klassischen Americana und beschwören – durchaus in aktualisierter Form – Bilder amerikanischer Symbole, Landschaften und Lebensstile herauf.⁴⁶ Anders dagegen Tom Ford, bis Mai 2022 Präsident des *Council of Fashion Designers of America* (CFDA). Für ihn sind Americana nur dann von Belang, wenn sie der internationalen Vermarktbarkeit dienen. Als CFDA-Chef – und damit wichtigster Vertreter der US-Modebranche – definierte Ford amerikanische Mode ausschließlich unter verkaufsstrategischen Aspekten. Sie ist für ihn eine solche, die in einem Unternehmen mit Zentrale in den USA entworfen wird, unabhängig davon, wo sie produziert, beworben oder getragen wird. Ford ist Verfechter einer internationalisierten Mode, die an nationalen Identitätsdiskussionen nicht interessiert ist.⁴⁷ Dadurch unterscheidet er sich nachdrücklich von denjenigen, die eigene biografische Erfahrungen und Betroffenheit in ihren Entwürfen widerspiegeln.

Um das Verständnis von amerikanischer Mode wird weiter gerungen. Die Vorstellung eines *national dress* wirkt aus heutiger Sicht geradezu abwegig. Nicht mehr Nivellierung von Unterschieden und Vereinheitlichung werden angestrebt, sondern im Gegenteil Differenz und Heterogenität betont. Auch ästhetisch weitet sich das Spektrum. Zur geläufigen optischen Gestaltung von Prinzipien wie Unaufdringlichkeit und Sachlichkeit – *simplicity* – gesellt sich eine visuelle Richtung, die Gefühle, Befindlichkeiten und sogar Pathos zum Ausdruck bringt.⁴⁸ Die Mode in Amerika ist heute vielfältig wie nie zuvor. Ein Austausch mit Europa findet weiterhin statt, entscheidende Auswirkungen auf die nationale Diskussion ergeben sich daraus aber nicht mehr.



Abb. 17: Oshun Slip dress, Felisha »Fe« Noel, 2019.

Zusammenfassung

Der Beitrag beschäftigt sich mit Eigenheiten und Richtungen in der US-Modegeschichte. Seit Gründung der Vereinigten Staaten kommt der Kleidermode eine besondere politische und symbolische Bedeutung zu. Zunächst ging es darum, sich vom dominanten kulturellen Einfluss Europas zu lösen und eine eigene nationale Ästhetik mit identifikationsstiftendem Potential zu schaffen. Zeitweilig wurde sogar die Entwicklung eines national dress diskutiert, mit dem soziale und ethnische Unterschiede in der jungen Multi-Ethnien-Nation nivelliert werden sollten. Es dauerte fast 150 Jahre, bis mit Sportswear ein weltweit erkennbarer *American Look* entwickelt wurde.

Im Laufe der Zeit haben sich die Ziele und Vorstellungen, die mit Mode verbunden sind, gewandelt. Die Diskussionen drehen sich nicht mehr vorrangig um die Identität der ›einen‹ Nation, sondern darum, wie sich Vielfalt und Unterschiedlichkeit in der Mode widerspiegeln lassen. Aktuelle politische Entwicklungen werfen Fragen nach Rassismus und Repräsentanz einzelner Gruppen in den verschiedenen Segmenten des Modesystems auf. Über das Verständnis, was amerikanische Mode letztlich ausmacht, wird weiterhin gerungen.

Summary

The paper deals with the history, traditions, and directions in US fashion. Since the founding of America, clothing and fashion have had a unique political and symbolic significance. Initially, the aim was to break away from the dominant cultural influence of Europe and to create a national aesthetic with a distinctive and unique American identity. At times, there was even talk of developing a *national dress* that would minimize social and ethnic differences and serve as a unifying social force in the young multi-ethnic nation. It took almost 150 years for sportswear to develop as a style of clothing that is considered the *American look* worldwide.

Over time, the goals and ideas associated with fashion have changed. Fashion discussions and debates are no longer solely focused on creating an identifiable and unique American fashion identity. Instead, today questions of diversity and individual cultural identity are more dominant. Current political developments raise questions about racism and the way distinct groups are represented in the various segments of the fashion system. The understanding of what ultimately constitutes American fashion continues to evolve and be debated.

Anmerkungen

- 1 Vgl. LIVINGSTON, William G.: Homespun, in: The American Museum 10 (1791), S. 17; DORSON, Richard M.: The Question of Folklore in a New Nation, in: Journal of the Folklore Institute, Bloomington, 3.3 (1966), S. 277–298.
- 2 Ab hier werden in den Endnoten folgende Abkürzungen verwendet: The New York Times = NYT, The Washington Post = WP. Soweit nicht anders vermerkt, handelt es sich bei den zit. Magazinen wie Vogue, Harper's Bazaar etc. stets um die amerik. Ausgabe.
- 3 ADAMS, Willi Paul: Die Unabhängigkeitserklärung der Vereinigten Staaten von Amerika, https://www.dhm.de/archiv/magazine/unabhaengig/adams1_d.htm, 22.12.2022.
- 4 Zum Diskurs in Europa vgl. WAGNER, Enrico: Die Nationaltrachtdebatte im 18. und 19. Jahrhundert. Motivation und Durchsetzung einer nationalen Kleidertracht in Schweden, Deutschland und Dänemark, Münster 2018; zum US-Diskurs HAULMAN, Kate: The Politics of

Fashion in Eighteenth-Century America, The University of North Carolina Press, Reihe Gender and American Culture, 2011.

- 5 Vgl. zu Demokratie u. Kleidung JOSELIT, Jenna Weissman: A Perfect Fit. Clothes, Character, and the Promise of America, New York 2001; KIDWELL, Claudia Brush/CHRISTMAN, Margaret C.: Suiting Everyone: The Democratization of Clothing in America, Washington 1975; kritisch dazu SCHORMAN, Rob: Ready or Not: Custom-Made Ideals and Ready-Made Clothes in Late 19th-Century America, in: Journal of American Culture 4 (1996), S. 111–120.
- 6 Zu Nationalismus in amerik. Modeindustrie vgl. SCHWEITZER, Marlis: American Fashions for American Women: The Rise and Fall of Fashion Nationalism, in: BLASCHYK, Regina Lee (Hg.): Producing Fashion: Commerce, Culture, and Consumers, Philadelphia 2001, S. 130–149; FRANK, Dana: Buy American: The Untold Story of Economic Nationalism, Boston 1999.

- 7 Zur Bedeutung von *homespun* ULRICH, Laurel Thatcher: *The Age of Homespun. Objects and Stories in the Creation of an American Myth*, New York 2001; zum Mythos DEMOS, John: *The Stuff of Legend*, in: NYT, 11.11.2001, S. 11.
- 8 ZAKIM, Michael: *Sartorial Ideologies: From Homespun to Ready-Made*, in: *The American Historical Review* 106.5 (2001), S. 1553–1586, hier S. 1564; CUNNINGHAM, Patricia A.: *Simplicity of Dress: A Symbol of American Ideals*, in: DIES./VOSO LAB, Susan (Hg.): *Dress in American Culture*, Bowling Green State Univ. Press 1993, S. 180–199.
- 9 Gilded Age ist die amerik. Gründerzeit, ca. 1870–1900. Der Begriff ist abgeleitet von Mark Twains u. Charles Dudley Warners Roman »The Gilded Age: A Tale of Today« (1873), der Geldgier u. Korruption anprangert.
- 10 Putnam's Magazine of Literature, Science, Art and National Interests: *American Dress* 4 (1870), S. 386–395, hier S. 389, 391; vgl. dazu auch BOORSTIN, Daniel J.: *The Americans. The Democratic Experience*, New York 1974, Boorstin (1914–2004) war langjähriger Direktor der *Library of Congress* u. einer der führenden US-Intellektuellen; zu einem Überblick über die zeitgenössische Diskussion vgl. ZAKIM, *Ideologies* (wie Anm. 8). – Die befreiten Sklaven erhielten 1868 die amerik. Staatsbürgerschaft u. Bürgerrechte, *Native Americans* erst 1924, vgl. GUGGISBERG, Hans R.: *Geschichte der U.S.A.*, Stuttgart u.a. 1993.
- 11 Die »New York Times« sah mit Ready-to-Wear den Weg zum Nationalkostüm geebnet, vgl. NYT: *American Manufacturers Provide Models for Sale in the Department Stores*, 9.3.1913, S. 99; ähnlich TETRAZZINI, Luisa: *Should We Design Our Own Gowns?*, in: *Harper's Bazaar*, 45.7 (1911), S. 286; zur Bedeutung von Massenkonfektion für die nationale Identitätsbildung vgl. KIDWELL/CHRISTMAN, *Suiting* u. SCHORMAN, *Ready* (wie Anm. 5).
- 12 Vgl. HOGANSON, Kristin L.: *Consumers' Imperium. The Global Production of American Domesticity, 1865–1920*, Chapel Hill 2007, S. 57.
- 13 Zu den Gründen für den unterschiedlichen Take-Off bei der Konfektion von Männer- u. Frauenkleidung SCHORMAN, *Ready* (wie Anm. 5), hier S. 112.
- 14 BOORSTIN, *Americans* (wie Anm. 10), S. 100; zu Einwanderung, demografischem Wandel u. Problemen zwischen ethnischen Gruppen vgl. HERRMANN, Dietrich: »Be an American!« Amerikanisierungsbewegung und Theorien zur Einwandererintegration, Frankfurt u. New York 1996; ebenso GREEN, Nancy L.: *Ready-to-Wear and Ready-to-Work: A Century of Industry and Immigrants in Paris and New York* (Schriftenreihe *Comparative and International Working-Class History*), Durham u. London 1997.
- 15 KIDWELL/CHRISTMAN, *Suiting*, hier S. 15; kritisch zu Demokratie-Erwartungen bzgl. Ready-to-Wear vgl. SCHORMAN, *Ready* (wie Anm. 5).
- 16 Der Wandel hin zur Betonung der eignen ethnischen Herkunft setzte mit der Bürgerrechtsbewegung der 1960er-Jahre ein (Black Power, Black is Beautiful) u. wurde durch Entwicklungen in der Popkultur wie Soul-Musik, HipHop etc. vorangetrieben.
- 17 KIDWELL/CHRISTMAN, *Suiting* (wie Anm. 5), S. 15.
- 18 NYT: *Women Here and There*, 16.6.1901, S. 22; allgem. zu Shirts waists PARSONS, Jean L.: *The Shirtwaist: Changing the Commerce of Fashion*, in: *Fashion, Style & Popular Culture*, 5.1 (2018), S. 7–23.
- 19 Zur Weltgeltung französischer Mode STEELE, Valerie: *Paris Fashion: A Cultural History*, New York 1988; zur Geltung in Britisch-Nordamerika MCCLELLAN, Elisabeth: *History of American Costume 1607–1870*, New York 1937.
- 20 MAGIDSON, Phyllis: *Maison Worth and the Clothes of the Gilded Age*, in: ALBRECHT, Donald/FALINO, Jeannine (Hg.): *Gilded New York. Design, Fashion, and Society*, New York 2013, S. 106–129.
- 21 HILL, Daniel Delis: *As Seen in Vogue: A Century of American Fashion in Advertising* (Costume Society of America Series), Lubbock 2007; vgl. auch HAWES, Elizabeth: *Fashion Is Spinach*, New York 1938.
- 22 Vgl. Putnam's, *Dress* (wie Anm. 10), S. 395; HOGANSON, *Consumers* (wie Anm. 12), Kap. 1.
- 23 Vgl. HAULMAN, *Politics* (wie Anm. 4), S. 181–216, sowie LIVINGSTON, *Homespun* (wie Anm. 1).
- 24 Vgl. zu diesem Aspekt u.a. HOGANSON, *Consumers* (wie Anm. 12), Kap. 5 u. 6.
- 25 Zu Amerikanisierungskampagnen vgl. WELTERS, Linda/CUNNINGHAM, Patricia A.: *The Americanization of Fashion*, in: DIES. (Hg.): *Twentieth-Century American Fashion*, S. 1–8, Oxford 2008; MILBANK, Caroline Rennolds: *New York Fashion: The Evolution of American Style*, New York 1989; WEBBER-HANCHETT, Tiffany: *Dorothy Shaver: Promoter of »The American Look«*, in: *Dress. The Journal of the Costume Society of America*, 30 (2003), S. 80–90.
- 26 STRASSEL, Annemarie Elizabeth: *Redressing Women: Feminism in Fashion and the Creation of American Style, 1930–1960*, Diss. Yale University, Nr. 3317280, 2008; KNOPP, Larissa: *The Business of Fashion: Fashion Group International 1928–1997*, Diss. St. John's University New York, Nr. 27838129, 2020.
- 27 Vgl. KNOPP, *Business*, u. STRASSEL, *Redressing* (wie Anm. 26). Zur *Fashion Group* gehörten im Laufe der Zeit Chefredakteurinnen von »Vogue« u. »Harper's Bazaar«, Modejournalistinnen von »Life« u. NYT, Designerinnen wie Hawes u. McCardell. Hinzu kam First Lady Eleanor Roosevelt (1884–1962/1933–45), die sich insbesondere für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie starkmachte.
- 28 ARNOLD, Rebecca: *The American Look. Fashion, Sportswear and the Image of Women in 1930s and 1940s*,

- New York u. London 2009; STRASSEL, Redressing (wie Anm. 26); zur Bedeutung von D. Shaver für die Popularisierung von Sportswear vgl. WEBBER-HANCHETT, Dorothy Shaver (wie Anm. 25).
- 29 McCARDELL, Claire: What Shall I Wear?: The What, Where, When, and How Much of Fashion, New York 1956, S. 157; kritisch zu der mit Sportswear verbundenen Ideologie STEELE, Valerie: McCardell's American Look, in: YOHANNAN, Kohle/NOLF, Nancy: Claire McCardell: Redefining Modernism, New York 1998, S. 8–13.
- 30 MORRIS, Bernadine: A Sportswear Preview: Fall on Seventh Avenue, in: NYT, 5.4.1983, S. 25; zur funktionalen Besonderheit von Sportswear vgl. MCCARDELL, What sowie STEELE, McCardell's (wie Anm. 29).
- 31 Der Preppy Look war vor allem in den 1990er-Jahren populär. Er wirkt besonders adrett und gepflegt. Inbegriff des Preppy-Looks sind die Poloshirts von Ralph Lauren.
- 32 Vgl. NEMY, Enid: Fashion at Versailles: French Were Good, Americans Were Great, in: NYT, 30.11.1973, S. 26; RANTISI, Norma: How New York Stole Modern Fashion, in: BREWARD, Christopher/GILBERT, David (Hg.): Fashion's World Cities, Berg Fashion Library, Oxford 2006, S. 109–122, hier S. 109. GIVHAN, Robin: The Battle of Versailles: The Night American Fashion Stumbled into the Spotlight and Made History, New York 2015. Die französische Seite wurde von Yves Saint Laurent (1936–2008), Hubert de Givenchy (1927–2018), Pierre Cardin (1922–2020), Emanuel Ungaro (1933–2019) u. Marc Bohan vertreten, begleitet u. a. von Josephine Baker (1906–1975), Zizi Jeanmaire (1924–2020), Rudolf Nurejew (1938–1993) u. Jane Birkin; die amerik. Gruppe bestand aus Oscar de la Renta (1933–2014), Bill Blass, Anne Klein, Halston u. Stephen Burrows.
- 33 TRUETT, Randle Bond: The First Ladies in Fashion, New York 1954.
- 34 GIVHAN, Robin: State of the Union? A Dress: A Look Back at Inaugural Fashion Tells Us Who We Were, in: WP, 15.1.1997; Givhan erhielt 2006 den Pulitzerpreis für Modekritik; ähnlich auch HORYN, Cathy: The First Lady Tells a Story With Fashion, in: NYT, 20.1.2009, <https://www.nytimes.com/2009/01/21/us/politics/21fashion.html>, 21.1.2021.
- 35 GIVHAN, Robin: Diplomatic Fashion Crisis Averted: Michelle Obama Wears Vera Wang to China State Dinner, in: WP, 27.9.2015, <https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2015/09/26/diplomatic-fashion-crisis-averted-michelle-obama-wears-vera-wang-to-china-state-dinner/>, 22.11.2021; FRIEDMAN, Vanessa: Melania Trump Reappears, and Wears European First, in: NYT, 7.1.2017, <https://www.nytimes.com/2017/02/07/fashion/melania-trump-reappears-and-wears-european-first.html?searchResultPosition=2>, 4.12.2021; ausführlich zum »modischen Patriotismus« von First Ladys vgl. CHRISMAN-CAMPBELL, Kimberly: Red, White, and Blue on the Runway: The 1968 White House Fashion Show and the Politics of American Style, Kent State University Press 2022.
- 36 Lauren wurde 2014 vom *Smithsonian Institute*, dem weltweit größten Museums- und Forschungsverbund, wegen seiner gesellschaftlichen Verdienste u. Kreativität sowie seines »patriotischen« Mäzenatentums gewürdigt. Dass so unterschiedliche First Ladys wie Nancy Reagan, Hillary Clinton, Michelle Obama u. Melania Trump bei wichtigen Anlässen Ralph-Lauren-Mode trugen, wird als Überparteilichkeit des Designers interpretiert. Vgl. McDOWELL, Colin: Ralph Lauren: The Man, the Vision, the Style, New York 2002; GIVHAN, Robin: Ralph Lauren, Designer of the American Dream, Honored by the Smithsonian, https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/ralph-lauren-designer-of-the-american-dream-honored-by-the-smithsonian/2014/06/17/300b2a3c-f268-11e3-914c-1fbd0614e2d4_story.html?itid=ik_inline_manual_23, 16.1.2022; LOCKWOOD, Lisa: Inventing the Good Life, in: Women's Wear Daily, 14.5.2002, S. 21B.
- 37 FRIEDMAN, Vanessa: Joe Biden and Kamala Harris Make Meaning the Hottest Inaugural Fashion Trend, in: NYT, <https://www.nytimes.com/2021/01/20/style/inaugural-fashion-kamala-harris-jill-biden.html?searchResultPosition=10>, 1.2.2022.
- 38 Wurzeln in Europa haben z. B. James Galanos (1924–2016, Griechenland), Hattie Carnegie (= Henriette Kanengeiser, 1889–1956) u. Rudi Gernreich (1922–1985), die aus Österreich kommen, Calvin Kleins Vorfahren stammen aus Ungarn, die von Gilbert Adrian (= Adrian Adolph Greenberg) aus Russland u. Deutschland, russische Wurzeln hat auch Oleg Cassini (1913–2006), die Familie von Ralph Lauren (= Ralph Rueben Lifshitz) kommt aus Weißrussland, Valentina (= Valentina Nicholaevna Sannina Schlee) wurde in Kiew geboren, die Eltern von Diane von Fürstenberg (= Diane Simone Michele Halfin) waren Holocaust-Überlebende aus Rumänien. Die Großeltern von Michael Kors wanderten aus Österreich bzw. der Ukraine in die USA ein. Die Liste von Designerinnen und Designern, deren Vorfahren zwischen 1860 und 1900 aus Osteuropa u. Russland – oft nach antijüdischen Programmen – in die USA eingewandert sind, ist lang.
- 39 Zur Asian-American fashion community zählen z. B. Alexander Wang, Jason Wu, Anna Sui u. Vera Wang; bekannte Namen aus Mittelamerika u. Kuba sind Oscar de la Renta (1932–2014, Dominikanische Republik), Isabel Toledo (1960–2019, Kuba) u. Carolina Herrera (Venezuela); Designer mit afrikanischem Hintergrund z. B. Telfar Clemens (Liberia) u. Virgil Abloh (1980–2021, Ghana).
- 40 GIVHAN, Robin: The White Stuff: On the Runway, Subtle Racism Put Models of Color Out of Fashion, in: WP, 5.6.1996, S. C1; JEFFERSON, Margo: Looking at What Black Looks Like, in: NYT, 11.6.1997, S. 65, 67.

- 41 Vgl. FRIEDMAN, Vanessa: The Incredible Whiteness of the Museum Fashion Collection, in: NYT, 1.10.2020, Section D, S. 1; THEODOSI, Natalie: Can Fashion Museums Help Dismantle the Industry's Diversity Issues?, in: Women's Wear Daily, 5.11.2020, <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/fashion-museums-diversity-cultural-appropriation-1234642172/>, 23.1.2021.
- 42 RICHARDS, Chris: At the Super Bowl Halftime Show, Jennifer Lopez Lived the American Dream, in: WP, 2.2.2020, https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/at-the-super-bowl-halftime-show-jennifer-lopez-lived-the-american-dream/2020/02/02/9c315a8a-4616-11ea-bc78-8a18f7afcee7_story.html, 18.1.2022.
- 43 FISHER, Lauren Alexis: Prabal Gurung Asks »Who Gets to Be American?« on the Runway, in: Harper's Bazaar, 9.9.2019, <https://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/a28965513/prabal-gurung-spring-2020-show/>, 15.1.2022.
- 44 Zit.n. SARGENT, Antwaun: The Artist and the Fashion Designer Celebrating Black Trailblazers, in: NYT, 6.11.2018, <https://www.nytimes.com/2018/11/06/t-magazine/derrick-adams-kerby-jean-raymond-pyer-moss.html>, 21.12.2021; vgl. auch FRIEDMAN, Vanessa: Pyer Moss and the Power of Black Truth, in: NYT, 9.9.2019, <https://www.nytimes.com/2019/09/09/style/pyer-moss-brooklyn-fashion.html?searchResultPosition=15>, 5.5.2020.
- 45 Vgl. BOBB, Brooke: This Brooklyn Designer Is Shifting the Eurocentric Narrative Around the Renaissance Art Trend, in: Vogue, 11.1.2019, <https://www.vogue.com/article/fe-noel-designer>, 5.1.2022.
- 46 GIVHAN, Robin: What Does Americana Look Like These Days?, in: WP, 15.7.2015, <https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2015/07/15/new-york-fashion-week-mens-celebrates-american-menswear-but-what-does-americana-look-like-these-days/>, 25.9.2021.
- 47 HOLGATE, Mark: Exclusive: Tom Ford Talks CFDA and American Fashion, in: Vogue, 19.3.2019, <https://www.vogue.com/article/tom-ford-cfda-chairman-american-fashion>, 11.1.2022; vgl. auch FRIEDMAN, Vanessa: CFDA Show Spotlights Familiar Faces, in: NYT, 2.6.2014, <https://archive.nytimes.com/runway.blogs.nytimes.com/2014/06/02/c-f-d-a-show-spotlights-familiar-faces/?searchResultPosition=1>, 29.11.2021.
- 48 BOLTON, Andrew: A Common Thread, S. IX–XI, in: DERS./GARFINKEL, Amanda: In America: A Lexicon of Fashion (Ausstellungskatalog Metropolitan Museum of Art), New Haven u. London 2022.

Bildnachweise

- Abb. 1: Metropolitan Museum of Art, New York, Gift of Helen Macartney, Inv.-Nr. 26.38a.
- Abb. 2, 11: Sammlung Monika Gottlieb, Foto Rose Wagner.
- Abb. 3, 4, 5: New York Public Library, Digital Collections, Manuscripts and Archives Division, Inv.-Nr. 1206548, 418049, 1206544, Foto Augustus Francis Sherman.
- Abb. 6: New York Public Library, Digital Collections, Schomburg Center for Research in Black Culture, Jean Blackwell Hutson Research and Reference Division, Inv.-Nr. b11732887.
- Abb. 7: Brooklyn Museum Costume Collection at The Metropolitan Museum of Art, Gift of the Brooklyn Museum, 2009; Gift of the Princess Viggo in accordance with the wishes of the Misses Hewitt, 1931, Inv.-Nr. 2009.300.1100a, b.
- Abb. 8: RISD Museum, Providence, RI., Gift of Mrs. R. L. Gilpatric, Inv.-Nr. 60.078.9.
- Abb. 9: RISD Museum, Providence, RI., Gift of Mary L. Peterson in memory of Thora Magnussen Buckley, Conservator at The RISD Museum, 1950–1972, Inv.-Nr. 2006.82.5.
- Abb. 10: RISD Museum, Providence, RI., RISD Inv.-Nr. 56.013.
- Abb. 12: National Museum of American History, Gift of Mrs. John McFarland Bergland and Mrs. Asher Abbott White, Inv.-Nr. 1987.0080.01.
- Abb. 13: National Museum of American History, Bequest of Mrs. Julian James, Inv.-Nr. 70138.
- Abb. 14: Library of Congress, Prints and Photographs Division, Inv.-Nr. 00649509, Foto Toni Frissell.
- Abb. 15: National Museum of African American History and Culture, Collection of the Smithsonian National Museum of African American History and Culture, Gift of the Black Fashion Museum founded by Lois K. Alexander-Lane, Inv.-Nr. 2007.3.156.
- Abb. 16: Metropolitan Museum of Art, The American Wing, The Charles and Valerie Diker Collection of Native American Art, Gift of Charles and Valerie Diker, 2019, Inv.-Nr. 2019.456.27.
- Abb. 17: RISD Museum, Providence, RI., Gift Edgar J. Lownes Fund, Inv.-Nr. 2019.30.