

netzwerk mode textil

nmt Jahrbuch 2025



netzwerk mode textil

Impressum

nmt 2025

Jahrbuch netzwerk mode textil e.V.

ISSN: 2566-4875 (Print) | 3052-508X (Online)

DOI: <https://doi.org/10.53193/257394821Y>

Herausgeberinnen: Gudrun M. König, Lioba Keller-Drescher im Auftrag des netzwerk mode textil e.V.

Chefredaktion: Adrian Ruda

Redaktion: Lioba Keller-Drescher | Gudrun M. König | Adrian Ruda

Advisory Board des netzwerk mode textil e.V.:

Michaela Breil | Heike Derwanz | Sabine de Günther | Martina Glomb |
Bettina Göttke-Krogmann | Ulla Gohl-Völker | Michaela Haibl | Birgit Haase |
Elisabeth Hackspiel-Mikosch | Gerlind Hector | Katrin Lindemann |
Stefanie Mallon | Rosita Nenno | Dorothea Nicolai | Heide Nixdorff |
Adelheid Rasche | Anna-Brigitte Schlittler | Bärbel Schmidt | Katharina Tietze |
Dagmar Venohr | Rose Wagner | Gundula Wolter | Philipp Zitzlsperger

Layout & Druck: JOH. WALCH GmbH & Co. KG, Augsburg | www.walchdruck.de

Titelbild: Detail aus Heinz Spohr, Plakat für Glasurit, 1964

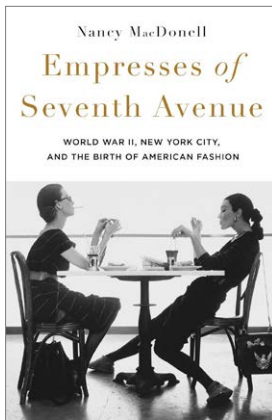
Jede Verwertung der Texte und Bilder außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Übersetzungen, Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Klärung der Bildrechte und die Einholung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

Copyright: © netzwerk mode textil e.V. und die Autor:innen, 2026

Inhalt

Vorwort	4
Annelie Lütgens	
„... damit der Farbton wirklich ‚paßt‘“ Gebrauchsanweisungen für die Übereinstimmung von Damen- und Autokleid in den 1920er- bis 1960er-Jahren	6
Stefanie Samida	
Der Knopf. Zur Alltäglichkeit des Materiellen	18
Claudine Brignot	
„Unverändert Unterhemd?!“ Zur Produktgeschichte des weißen Hanro-Unterhemds von 1884 bis 1991	26
Josephine Barbe	
Mode-Upcycling als transkulturelle Nachhaltigkeitspraxis Der Workshop HabanaTrapo	36
Jörg Wiesel	
Facialität Ein Essay zu Mode, Kosmetik und Gesicht	46
Antonia Dannenberg / Jens Meyer / Anna Koch	
Textile Innovation 3D-gedruckt Ein Bilderessay	52
Beate und Celina von Harten	
Der Jugendstil-Ornat von Anton Hofer Ein Restaurierungsbericht	58
Dorothea Nicolai	
Barocke Opernkostüme: Zur Bedeutung von Johann Meßelreuthers Kostümkatalog (1723) ...	64
Elisabeth Hackspiel-Mikosch	
Opulent oder bescheiden? Die Brautwerbung des sächsischen Prinzen in Wien 1718/1719	74
Rezensionen	88
Autor:innenbiografien	91

Rezensionen



MacDonell, Nancy
Empresses of Seventh Avenue
World War II, New York City, and the Birth of American Fashion
 St. Martin's Press, 2024, New York, 354 S.
 ISBN 978-1-250-28873-8

Der zentrale Topos der neueren amerikanischen Modegeschichtsschreibung lautet wie folgt:

Mit der Besetzung von Paris durch deutsche Truppen am 14. Juni 1940 endete in den USA die bis dahin als unumstößlich geltende französische Modevorherrschaft. Pariser Haute Couture, eigentlich gedacht für eine kleine, privilegierte Gruppe von Frauen, deren Leben wenig mit dem von Durchschnitts-Amerikanerinnen gemeinsam hatte, galt in den USA als Inbegriff von Chic. Lizenzierte – überwiegend jedoch illegal kopierte – Muster französischer Couture-Modelle wurden in New York speziell für die Abläufe der Massenkonfektionsfabriken der Seventh Avenue präpariert und dominierten in Form von Billig-Konfektion den Markt. Der Stopp des französischen Ideenflusses erzwang über Nacht eine Neuorientierung. Am Ende des Krieges war ein genuiner „American Look“ in der Welt, der

in Sportswear seine ultimative Ausprägung fand. Leger und praktisch, unterschied sie sich deutlich von der förmlicheren französischen Mode. New York etablierte sich mit seinen überragenden Produktionskapazitäten und innovativem Ready-to-Wear erfolgreich als neue Modemetropole neben Paris.

Nancy MacDonell – Modehistorikerin, Lehrbeauftragte am Fashion Institute of Technology in New York und Kolumnistin des *Wall Street Journal* – verleiht dieser Grunderzählung in ihrem Buch eine frische neue Tönung. Das Verdienst an der Neuausrichtung des US-Modesystems rechnet sie einem knappen Dutzend weitblickender Frauen zu, alle zwischen 1895 und 1905 geboren. Sie einte das Ziel einer Mode, die sowohl der Lebensrealität amerikanischer Frauen Rechnung tragen als auch die kreativen und produktiven Stärken des Landes zum Ausdruck bringen sollte.

Einleitend arbeitet MacDonell die Gründe für den langanhaltenden Primat französischer Mode und die Zögerlichkeit der US-Textilindustrie beim Aufbau eigener Entwicklungskapazitäten heraus. Den Kern ihres Buches bilden Porträts jener Frauen, die das historische Momentum nutzten, um die US-Mode in eine neue Richtung zu lenken.

Der Buchtitel spielt auf die PR-Agentin und Publizistin Eleanor Lambert an, der die *New York Times* in einem Nachruf den Ehrentitel einer „Empress of Seventh Avenue“ verliehen hatte. Für MacDonell ist sie „the Godmother of American Fashion“. Unter ihren zahlreichen Initiativen sticht die Anfang der 1940er-Jahre erfolgte Etablierung der *New York*

Fashion Week hervor. Auch der einflussreiche Berufsverband Council of Fashion Designers of America (CFDA) wurde von Lambert auf den Weg gebracht.

Seit den späten 1930er-Jahren war Claire McCardell die tonangebende Stimme einer neuen Generation von Ready-to-Wear-Designerinnen – es waren ausschließlich Frauen –, die nicht länger dem französischen Leitstern folgen, sondern Eigenes schaffen wollten. McCardells Stil war radikal: Verzicht auf formgebende Unterbauten, Wickelkleider ohne fixierte Kontur, Übernahme praktischer Elemente aus der Männerkleidung. Dass es ihre Mode war, die zum Inbegriff des „American Look“ und von Sportswear wurde, ist – so MacDonell – nicht zuletzt einer Favorisierung durch den Konfektionshandel zu verdanken.

Hier kommt Dorothy Shaver ins Spiel, Vizepräsidentin und spätere Vorstandsvorsitzende der umsatzstarken Warenhauskette Lord & Taylor. Die Wortschöpfung vom „American Look“, dem ein spezifisches Frauenbild und die Idee einer nationalen Ästhetik unterliegt, stammt von ihr. Shaver hatte sich seit dem Ende der Weltwirtschaftskrise, als eine Neubelebung der Textilindustrie notwendig wurde, der Förderung des US-Design-Nachwuchses verschrieben. Sie stellte die beträchtlichen Einkaufs- und Werbekapazitäten ihres Konzerns in diesen Dienst. McCardell wurde Vorzeige-Protegée.

Doch selbst die Marktmacht von Lord & Taylor reichte vor 1940 nicht aus, dem neuen Look zum allgemeinen Durchbruch zu verhelfen. Zu stark waren noch die Beharrungskräfte in weiten Teilen der produzierenden

Industrie und die bei Konsumentinnen vorherrschende Überzeugung, dass nur Mode aus Paris für Chic steht. Die Designerin Elizabeth Hawes sah die Köpfe der Amerikanerinnen von einer „French legend“ vernebelt. Erst als in Paris die Lichter ausgingen und die Notwendigkeit der nationalen Kriegswirtschaft die US-Modeindustrie zwang, das Beste aus dem Vorhandenen zu machen, schlug die große Stunde der eigenen Talente. Von da an galt der „American Look“ nicht nur als innovativ, sondern als patriotisch.

Die gesamte Modepresse, einschließlich *Vogue* und *Harper's Bazaar*, schwenkte auf den neuen Kurs ein, obwohl sich die Chefredakteurinnen Edna Woolman Chase und Carmel Snow der Haute Couture durch persönliche Geschmacksvorlieben verbunden fühlten. Die Fotografin Louise Dahl-Wolfe schuf eine neue Bildsprache, die mit Außenaufnahmen die Vorstellung von Aktivität und Lässigkeit betonte, die mit Sportswear verbunden werden. Lois Long vom *New Yorker* und Virginia Pope von der *New York Times*, seit Langem Vorkämpferinnen amerikanischer Mode-Unabhängigkeit, belebten den Modejournalismus mit kritischen Analysen und Erweiterung des Themenspektrums.

MacDonell erzählt unterhaltsam und spannend. Ihre Entscheidung, die Wende der US-Modegeschichte einer Gruppe weitblickender Frauen zuzuschreiben, ist originell und nachvollziehbar. Sie beschreibt das Engagement ihrer Protagonistinnen, flicht Anekdoten ein und montiert alles zu einem großen, mit historischen Fakten unterfütterten Zeitpanorama. Wir erleben persönliche Dramen mit, hören von peinlichen Entgleisungen und einer Vorliebe für spitzenbesetzte Nachtwäsche. Wenn man feuilletonistische Geschichtsschreibung mag, ist das Lesevergnügen groß.

Gegenüber der Veranschaulichung individueller Leistungen bleiben die politischen und regulativen Struktu-

ren, innerhalb derer die „Empresses“ agierten, ein wenig blass. Bereits 1928 hatten einige von ihnen die Fashion Group gegründet, eine Interessenvertretung, die sich Qualifizierung und Qualitätsverbesserung in der Textilindustrie auf die Fahnen geschrieben hatte. Sie knüpfte Verbindungen zur Roosevelt-Regierung, zum New Yorker Bürgermeister La Guardia und zur Spitze der Textilarbeitergewerkschaft, ohne die in der Seventh Avenue nichts lief. Dass die Modewende in so kurzer Zeit gelang, ist auch der Tatsache geschuldet, dass sie im Rahmen der Kriegswirtschaft zu einer Frage des „patriotic pride“ hochstilisiert wurde. Die „Empresses“ spielten dabei eine bedeutsame Rolle, insgesamt aber ist die Neuorientierung das Ergebnis einer großen nationalen Anstrengung.

Heute sind die Gegebenheiten der amerikanischen Mode andere als damals. Ein allgemein akzeptiertes Verständnis von einem „American Look“ existiert nicht mehr. Vielfalt und die Betonung von Unterschieden stehen im Vordergrund. Die Damenmode hat ihren privilegierten Stellenwert verloren. Dennoch gibt es Konstanten. Mit dem „American Look“ und Sportswear begann die ‚Casualisierung‘ der US-Mode. Jogginghosen und Sweatshirts sind ihr modernes Gesicht.

Abschließend sei noch bemerkt, dass auf dem Buch-Cover zwei McCardell-Outfits von Anfang der 1940er-Jahre zu sehen sind, fotografiert im Jahr 1950. Leider bietet das Buch nur dieses eine Foto, für eine Modegeschichte ist das zu wenig.

Rose Wagner



Schäfer, Iris/Karentzos, Alexandra/Wernli, Martina (Hg.)

Erzählte Mode

Transdisziplinäre Perspektiven auf Text- und Bildgewebe

Transcript Verlag, 2025, Bielefeld, 302 S., 53 meist farbige Abb.

ISBN 978-3-8376-7395-1

Mode und Erzählung, die zwei Bestandteile des Titels können eine Vielzahl an Aspekten beinhalten. Zum einen sind da Fragen, die zum Themenkreis der Mode gestellt werden können: Um welche Mode kann es sich handeln oder kann damit auch „Moden“ gemeint sein? Und dann zum anderen Fragen der Erzählung – Welche Erzählungen sind gemeint – Erzählungen über Mode, Erzählungen in der Mode, Mode/Moden in Erzählungen, ... Die Varianz ist groß, aber der Sammelband hält, was der Titel verspricht.

So nehmen Andreas Kraß (*Joseph von Thomas Mann*) und Johanna Fehrle (*Vision des Schneiderleins* von Marieluise Fleißer) die jeweilige Erzählung zum Anlass, um der Frage nach einer geschlechtergerechten Mode bzw. der Konstitution von Geschlechteridentität durch Kleidung nachzugehen. Marieluise Fleißers Provinz-Schneider beispielsweise begibt sich auf die Reise zur „idealen“ Weiblichkeitsmode nach Berlin, um dort an seinen rückwärtsgewandten Geschlechtervorstellungen zu scheitern. Im Text werden, so Johanna

Fehrle, patriarchal bestimmte Männlichkeit mit Ironie und Witz bloßgestellt. In Thomas Manns Josephs-erzählung hingegen werden mittels eines bunten Rocks Geschlechtergrenzen überschritten, wie Andreas Kraß detailgenau herausarbeitet.

Wie ein Floh Eingang in die Mode finden kann und welche Schlüsse daraus gezogen werden, darauf legt Julia Seviello in „Vestimentäre Enthüllungen auf der Suche nach dem Floh“ den Fokus. *Couleur puce* (Flohbraun), die Farbe eines Ungeziefers, wird zum Hype in der Mode der Zeit Ludwigs XVI. Doch der Floh beschäftigte nicht nur Damen des Hofes, sondern u.a. auch zeitgenössische Maler oder Poeten, wo er Anlass gibt für Erotisierung und Darstellung von Intimität.

Dass Lifestyle und Mode ein nicht zu trennendes Paar sind, zeigt sich bereits in der Gründungsphase des deutschsprachigen Modejournalismus. In ihrem Artikel „Modeblumen“ erforscht Christiane Holm, den Einfluss lebender Blumen auf die Mode. Die Blumen werden über ihren dekorativen Wert hinaus in ihren Strukturanalogien zur Mode entdeckt und für den Journalismus brauchbar gemacht.

Biedermeierliche Anzieh-Puppen-Sets als Verbreiterinnen von Modetrends bzw. Papierfigurinen als Doppelgängerinnen zeitgenössischer Künstlerinnen bilden den Inhalt von

Anna Anaievas „Ein Star zum Anfassen“. Als Beilage zu Modezeitschriften im 19. Jh. zeugen diese von einer beginnenden Celebrity-Kultur und ermöglichen gleichzeitig haptische gesellschaftliche Teilhabe.

Wie eingangs schon erwähnt, ist der Themenkomplex vielschichtig. So verwundert es nicht, dass sich interdisziplinäre Zugänge aus Literaturwissenschaft, Medienwissenschaft und vielem mehr mit Modegeschichte, Textil- und Kunstgeschichte in den einzelnen Beiträgen treffen. „Kleider-Tagebücher“ aus dem 19. Jh. (Iris Schäfer) als eine Verbindung von eingeklebten Textilien und handgeschriebenen Anmerkungen werden in ihren Eigenschaften als Artefakt, aber auch als Textsorte oder Kunstprodukt analysiert und als multiple Zeichenträger lesbar gemacht.

Kerstin Kraft untersucht das Verhältnis von Texten und Textilien transdisziplinär und entwickelt mit ihrer „Kartierung von Textiltexten“ ein gelungenes begriffliches Instrument.

Migrationsgeschichten und Protestkultur kurz und prägnant aufgebracht in Form von Slogans auf Textilien subsummiert Alexandra Karentzos unter der von Stuart Hall geprägten textilen Metapher „vernähter Identitäten“ und zeigt auf, wie diese sich gleichzeitig doch wieder der Logiken der Modeindustrie und des Marketings bedienen.

Die Kurzgeschichten um den englischen Schulbuben William Brown und dessen unorthodoxen Umgang mit Kleidung und Verkleidung bilden den Forschungshintergrund der Literaturwissenschaftlerin Oxane Leingang, anhand dessen sie sozialkritische Ironisierung gesellschaftlicher Strukturen durch (Ver-)Kleidung herausarbeitet.

Mode, so zeigt dieser Sammelband einmal mehr, ist viel mehr als ein oberflächliches Zeitphänomen, in ihr spiegeln sich die jeweiligen Gesellschaftsformen und sie bietet immer wieder die Möglichkeit zur Sozialkritik. Und sie bildet, wie die „transdisziplinären Perspektiven“ aufzeigen, ein multiples und spannendes Forschungsfeld für WissenschaftlerInnen verschiedenster Disziplinen.

Monika Keller