



netzwerk mode textil

Hawes, Elizabeth: Zur Hölle mit der Mode. Übersetzung Constanze Derham, Berlin, Kooperation Schnatmeyer & Derham, 2019. 416 S. 24 Abb. ISBN: 9783948255008



Elizabeth Hawes (1903-1971) war in den 1930er-Jahren der Paradiesvogel der amerikanischen Modeszene. Sie stand politisch links, führte ein Bohème-Leben und war eine der ersten Designerinnen, die ein eigenes Label gründeten und in New York einen Haute-Couture-Salon betrieben. Für betuchte Kundinnen schneiderte sie lässig elegante Kleider. Ihre Entwürfe trugen Namen wie „Fünfjahrplan“ oder „New Deal“. An Hosen für Frauen fand sie „nichts verkehrt“ – sie selbst trug zu ihrer Hochzeit 1937 Jeans – genauso wenig wie an Röcken für Männer. Ihr Credo lautete: Kleidung muss bequem sein. Parallel zu ihrer Maßschneiderei arbeitete sie für Kaufhäuser und preisgünstige Bekleidungshersteller.

Hawes war immer für Überraschungen gut. Auf eigene Faust und ohne eingeladen zu sein, reiste sie 1931 nach Paris, um dort ihre Kollektion zu präsentieren. Im Jahr 1935 führte sie – dieses Mal auf Einladung – ihre Modelle in Moskau vor. Das schlug hohe Wellen, war die UdSSR doch erst Ende 1933 von den USA anerkannt worden.

Zwischen 1938 und 1954 veröffentlichte sie neun Bücher. Sie thematisierte ästhetische und emotionale Aspekte der Mode genauso wie ökonomische und politische. Ihr erstes Buch – *Fashion is Spinach* – war das mit Abstand erfolgreichste. Gut achtzig Jahre nach der Erstveröffentlichung liegt es jetzt unter dem Titel *Zur Hölle mit der Mode* auf Deutsch vor. Hierzulande ist Hawes nahezu unbekannt. Das soll sich nach dem Willen von Susanne Schnatmeyer und Constanze Derham, in deren neuem Berliner Verlags-Start-up das Buch verlegt wird, ändern.

Zur Hölle mit der Mode ist zu gleichen Teilen Autobiografie, Polemik gegen die französische Modeherrschaft und Abrechnung mit der amerikanischen Konfektionsindustrie. Hawes wusste, wovon sie sprach. Sie hatte in unterschiedlichen Bereichen des Modesystems Erfahrungen gesammelt: als Designerin, Modezeichnerin, Journalistin, Zuarbeiterin für PR-Agenturen, Stylistin und Unternehmerin. Sie hatte sich aktiv an der Herstellung von Raubkopien französischer Haute-Couture-Kleider beteiligt, ohne „für einen Moment die Ethik der Sache“ zu bedenken.

Hawes liebte die französische Haute Couture. Ihr Idol war Madeleine Vionnet (1876-1975), der das Buch auch gewidmet ist. Nach dem Abschluss ihres Ökonomie-Studiums war Hawes 1925 nach Paris gegangen, um alles über die französische Mode zu lernen. Dort blieb sie bis 1928, lang genug, um hinter die glänzende Fassade der Haute Couture blicken zu können und die Methoden der Fälschung und Vertuschung zu erleben, die angewendet wurden, um amerikanischen Kundinnen scheinbar original-französische Haute Couture zu verkaufen. Ihre Erfahrungen bestärkten Hawes darin, die von ihr so genannte „französische Legende“ zu entzaubern, die besagte: „Alle schönen Kleider entstehen in den Häusern der französischen Modeschöpfer, und alle Frauen wollen sie besitzen“.

Der Verkauf von Lizenzen für Haute-Couture-Modelle an amerikanische Kaufhäuser und Konfektionäre war Ende der 1920er-Jahre enorm angestiegen, zusätzlich nahm die Anzahl illegaler Kopien zu. So schön und handwerklich perfekt original Pariser Haute Couture auch war, vieles von dem, was in den USA mit vermeintlich französischem Flair hergestellt wurde, war schlecht gemacht. Zudem untergrub die ungehemmte Vervielfältigung den Nimbus der Einzigartigkeit. Hawes malte eine absurde Situation aus, wonach sich auf den Straßen Manhattans zahlreiche Damen im gleichen Chanel-Kleid begegneten, für die sie Preise zwischen 250 und 10,50 Dollar bezahlt hätten. Hawes konstatiert: „Die Franzosen brachten sich selbst zur Strecke, indem sie an Konfektionäre verkauften [...], indem sie es zuließen, dass das snobistische Element und ein großer Teil der Schönheit ihrer individuellen Entwürfe in der Massenproduktion verloren gingen“.

Dabei hielt Hawes die Massenproduktion von Kleidung für zukunftsweisend und die USA in technischer Hinsicht allen anderen Ländern haushoch überlegen. Doch auch in den USA gab es laut Hawes eine „Kleiderlegende“. Diese „große amerikanische Angeberei“ behauptete, „dass alle Frauen hier schöne Kleider besitzen können, weil wir die Massenproduktion beherrschen“. Doch trotz technisch hochentwickelter Konfektionsindustrie war das Resultat deprimierend: schlampige Verarbeitung, schlechte Passform und minderwertiges Material. Hinzu kamen fragwürdige Geschäftspraktiken der Branche: „das Kleiderstoffgeschäft in Amerika beginnt mit Ideenklau, Konkurrenz und Unterbietung und Bankrott“.

Für Hawes sollte industriell gefertigte Kleidung dem Land Amerika gemäß sein, das Siedler und Pioniere geprägt hätten. Die amerikanische Lebensweise sei unbekümmerter, schneller und weniger traditionsverhaftet als die europäische. Hawes propagierte eine genuin amerikanische Mode, worunter sie lässige, bequeme und funktionale Kleidung verstand. Dass es noch nicht so weit war, führte sie auf die Nachwirkung der „französischen Legende“ zurück.

Hawes unterscheidet Chic, Stil und Mode. Chic sei typisch für „das Leben der europäischen müßiggängerischen Klasse“, für Frauen mit Geld, Geschmack und viel Zeit für die Anprobe maßgeschneiderter Kleidung. Stil zeichne sich durch ein Bewusstsein für gutes Design und Angemessenheit ab, unterliege keinem Modetrend und ändere sich „nur alle sieben Jahre“. Modisch zu sein, bedeute, den Einflüsterungen der Textilindustrie zu erliegen: „Ich weiß nicht, wann das Wort Mode entstand, aber es war ein übler Tag“. Der Wunsch, modisch zu sein, sei typisch für Amerika: „Die modische Frau erblüht in großer Zahl nur in Amerika, diesem Land der in Massen produzierten Kleidung [...]. Die modische Frau ist mit Haut und Haaren der französischen Legende verfallen“.

Mit neuen Schnittlinien, besseren Stoffen, pflegeleichtem Material und qualifizierten Designerinnen, die sich auch mit Maschinen auskennen, sei das Ziel, die amerikanische Frau mit stilvoller Kleidung zu versorgen, jedoch erreichbar.

Widersprüche in ihrem Verhalten redet Hawes nicht schön. Beflügelt von sozialistischen Ideen unterstützte sie die Forderungen der Gewerkschaften nach höheren Löhnen und besseren Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie. Das hielt sie nicht davon ab, zeitweise in einer Fabrik ohne gewerkschaftliche Bindungen und mit niedrigem Lohnniveau fertigen zu lassen. Für ihr Vorankommen nutzte sie ihre Verbindungen zu einflussreichen und vermögenden Kreisen.

Hawes beschreibt aus Sicht des Jahres 1938 die Probleme, Komplexität und Widersprüche eines Modesystems. Auch wenn sich seitdem vieles verändert hat, sind Themen wie internationaler Modeaustausch, Geschmacksbildung, Verführbarkeit durch Werbung, Produktqualität und Arbeitsbedingungen weiterhin aktuell. Wer sich für Modegeschichte interessiert, wird die Ausführungen über die französisch-amerikanischen Modebeziehungen und die Vorstellung von einer genuin amerikanischen Mode mit Gewinn lesen.

Zur Hölle mit der Mode ist auch ein Lehrstück darüber, wie sich eine selbstbewusste Frau durchsetzt, die alle verfügbaren Register zieht. Nie stellt Hawes ihr Licht unter den Scheffel: „ich kann alles entwerfen, ausgenommen Motoren“. Ihre Erzählweise ist amüsant und anekdotenreich, aber auch weit-schweifig und ermüdend. Das verleitet zum Überspringen ganzer Passagen.

Constanze Derham hat ihrer Übersetzung ein hilfreiches Personen- und Sachregister angehängt und informiert in einem Nachwort über den weiteren Werdegang von Hawes. Sie starb 1971 an den Folgen jahrzehntelangen übermäßigen Alkoholkonsums.

Text: © Rose Wagner

Rose Wagner für *netzwerk mode textil e.V.* (online seit 14.12.2019)