



netzwerk mode textil

**Zürcher Kunstgesellschaft / Kunsthaus Zürich (Hg.): Fashion Drive. Extreme Mode in der Kunst.**

Katalog zur Ausstellung im Kunsthaus Zürich vom 20.04.-15.07.2018. Bielefeld, Kerber, 2018. 288 S., 306 farb. u. 107 s/w Abb. ISBN 978-3-7356-0432.3



Modeausstellungen sind Publikumsmagneten, und auch reine Kunstmuseen möchten von der Strahlkraft der Mode profitieren. Die Modeausstellungen sollen Unterhaltungs- und Konsumbedürfnisse befriedigen und ein breites Publikum anziehen. Gleichzeitig muss ein intellektueller, der Kunstvermittlung dienender Anspruch erkennbar bleiben, wie er von solchen Häusern erwartet werden darf.

Das *Kunsthaus Zürich* gehört zu den wichtigen Museen der Schweiz und verfügt über Sammlungen bedeutender Werke vom Mittelalter bis in die Gegenwart. Dazu zählen neben Gemälden und Skulpturen auch grafische Werke und Fotografien. Für die Ausstellung „Fashion Drive. Extreme Mode in der Kunst“ stand ein idealer Grundstock zur Verfügung, denn viele Kunstwerke bilden Menschen mit außergewöhnlicher Kleidung ab, die etwas über die Mode und Exaltiertheiten einer bestimmten Epoche aussagen.

Der Vorteil einer Ausstellung liegt in der besonderen Atmosphäre eines Museums, der räumlichen Inszenierung, dreidimensionalen Objekten, Originalen mit ihrer Aura und der Einbeziehung audiovisueller Medien. Was kann dagegen ein Katalog bieten, der mehr sein soll als die Dokumentation der Ausstellung? Was kann er anderes und zusätzliches liefern, welche Bedürfnisse befriedigen, die in der Ausstellung womöglich zu kurz gekommen sind?

Fragestellung und thematische Gliederung von Ausstellung und Katalog „Fashion Drive“ sind identisch. Es geht um „die Erscheinungsformen der Mode kurz oder genau im Kippmoment, in dem sie noch extrem, schrill, laut, getarnt oder verpönt ist“ und darum, „wie Kunst – sowohl affirmativ wie kritisch – Modeerscheinungen (...) reflektiert“. In elf Kapiteln werden „die subversiven Momente der Modegeschichte im Spiegel der Kunst“ betrachtet, so Kuratorin Cathérine Hug in ihrer Einleitung. Zeitlich

wird ein Bogen von der Renaissance, über die Französische Revolution, Barock und Wiener Kongress bis in die Gegenwart gespannt. In Kapiteln wie „Mode und Öffentlichkeit“ oder „Topmodels und Selbstinszenierung“ werden spezifische sozial-kulturelle Entwicklungen der Moderne genauer unter die Lupe genommen.

Vierzehn Autorinnen und Autoren greifen in ihren Beiträgen verschiedene Aspekte des Modetriebs auf. Darunter befindet sich die Crème de la Crème der schreibenden Modezunft, die – gekonnt wie immer – ihre modischen Spezialgebiete abhandelt. Peter McNeil schreibt über die Herausbildung sozialer Identität, Aileen Ribeiro über den anglo-französischen Vergleich und Barbara Vinken über den Epochenbruch der Französischen Revolution.

Insgesamt decken die Texte eine große Bandbreite von inhaltlichen Zugängen, Schreibweisen und literarischen Gattungen ab. Mit Fußnoten gespickte akademische Abhandlungen finden sich ebenso wie mit leichter Hand komponierte Essays – etwa „Military look 68“ von Franz Schuh – und eine theatrale Klage von Elfriede Jelinek über „Damenmode im öffentlich-rechtschaffenen Fernsehen“. Eingestreut zwischen die einzelnen Beiträge sind Gedichte von Nora Gomringer.

Das Buch „Fashion Drive“ spiegelt idealtypisch die Probleme einer Begleitpublikation wider, die Texten viel Gewicht beimisst. Ohne bekannte und zugkräftige Namen scheint es nicht zu gehen. Doch mit der Verpflichtung von Prominenten droht die Gefahr einer Wiederholung des Ewiggleichen und der Mehrfachverwertung bereits veröffentlichter Artikel, wie sich am Jelinek-Text zeigt, der zuvor schon in der Begleitpublikation zur Wiener Ausstellung „Reflecting Fashion. Kunst und Mode seit der Moderne“ veröffentlicht wurde.

Glücklicherweise kommen in „Fashion Drive“ auch weniger bekannte Stimmen zu Wort, wie etwa Janine Jakob mit einem Text über „Mode der sozialen Elite. Accessoires und deren Regulierung durch Luxusgesetze in Schweizer Städten des Ancien Régime“.

Ein Dilemma von „Fashion Drive“ liegt in der Schwierigkeit – vielleicht sogar Unmöglichkeit –, die Texte der großen Zahl von Autorinnen und Autoren trennscharf voneinander abzugrenzen. Wer lediglich einzelne Beiträge liest, dem werden die thematischen Überschneidungen und Wiederholungen vielleicht nicht auffallen. Wer alle Texte nacheinander liest, kann leicht einen Anflug von Überdruß erleiden. Nicht nur Janine Jacobs Beitrag befasst sich mit Kleiderordnungen, sondern auch die Abhandlungen von Philipp Zitzlsperger und Monica Kurzel-Runtscheiner. Gedanken zum Themenkomplex „Macaroni, Incroyables und Dandys“ finden sich gleichfalls in diversen Texten, genauso wie Hinweise auf die Bedeutung Marie Antoinettes für die Modeentwicklung.

Es kann jedoch auch sein Gutes haben, wenn ein bestimmter Aspekt in mehreren Beiträgen beleuchtet wird und divergierende Meinungen zutage treten. Das zeigt, dass noch Forschungsbedarf besteht, zum Beispiel zu der Frage, seit wann überhaupt von Mode gesprochen werden kann. Für Cathérine Hug steht der Zeitpunkt der Geburt der Mode fest: „im Jahre 1100 am Hofe Burgunds“. Peter McNeil unterscheidet dagegen zwischen einer romanischen sowie einer deutschen und britischen Wissenschaftstradition. Für erstere entwickelte sich die Mode zwischen 1300 und 1700, die zweite Linie spricht erst nach 1700 von Mode. Unterschiedliche Wissenschaftstraditionen bringen ihre jeweils eigenen Periodisierungen hervor.

Es gibt zudem Erkenntnisse, die gar nicht oft genug wiederholt werden können: Bilder geben nicht notwendigerweise die Wirklichkeit wider, sondern müssen interpretiert werden. Diese Grundeinsicht wird zu Recht in mehreren Beiträgen betont.

Vermisst habe ich einen eigenständigen Beitrag zum Thema Karikaturen. Für „Fashion Drive“ wurden in großer Zahl grafische Blätter aus dem 19. Jahrhundert mit Darstellungen grotesker Erscheinungen von der Lipperheideschen Kostümbibliothek in Berlin ausgeliehen. Deutlicher als andere Bilder zeigen sie das Schrille und Laute mancher Modestile. Karikaturen mussten eine halbe Ewigkeit um ihre Anerkennung als Kunst kämpfen. Heute stellt sich lediglich die Frage des Realitätsgehaltes des Dargestellten. Aileen Ribeiro geht in ihrem Beitrag zwar auf das Genre Karikatur ein, doch hauptsächlich unter dem Aspekt, wie dadurch zur Schaffung nationaler Stereotype beigetragen wurde.

Der Katalog „Fashion Drive“ präsentiert sich überzeugend als ein Medium der intellektuellen Kommunikation. Der Anspruch auf die Wissenschaftlichkeit der Texte wird allerdings durch eine überbordende Zahl von Fußnoten übertrieben. Beim Zitieren der Zeile „was die Mode streng geteilt“ hätte als Quellenangabe ein Hinweis auf Friedrich Schillers „Ode an die Freude“ gereicht. Stattdessen werden gleich zwei Fußnoten aufgeföhren, die mit Erscheinungsjahr, Seitenzahl etc. aufwarten. Und muss das Wort „fesch“ im Text von Elfriede Jelinek wirklich durch die Anmerkung „Österr. Dialekt für hübsch, gut aussehend“ erklärt werden?

Die typografische Gestaltung des Katalogs ist experimentell, sowohl beim Seitenlayout wie beim Schriftbild. Mir geht dieses typografische Über-Engagement zu weit, ich finde, es wirkt sich zu Lasten der Lesbarkeit aus. Andererseits ist die ambitionierte Typografie Ausdruck eines ästhetischen Gestaltungswillens, der Neues versucht. Auf jeden Fall hebt sich der Katalog in dieser Hinsicht aus der Vielzahl anderer Begleitpublikationen zu Ausstellungen hervor.

Großformatige Abbildungen der Ausstellungsobjekte bringen Ruhe in das typografische Experimentierfeld.

Der Katalog schließt mit einem Verzeichnis der ausgestellten Werke und Kurzbiografien der Autorinnen und Autoren.

Text: © Rose Wagner

Rose Wagner für *netzwerk mode textil e. V.* (online: 12.12.2018)