



netzwerk mode textil

Schmuck, Beate: Oneway Runway. Paper Dresses zwischen Marketing und Mode.

Waxmann, Münster, 2018, 343 S., zahlr. farb. Abb. ISBN 978-3-8309-3808-8



Schnelle Mode in den 1960ern ... anziehen, ausziehen, weg damit!

Bei den Paper Dresses, Papierkleidern, in der DDR auch Vliessettkleider genannt, handelt sich um Modekleidung „aus gefärbten, bedruckten oder beschichteten, papierähnlichen Vliesstoffen“, die als Werbeträger für andere Konsumgüter, als eigene Produktlinien von Bekleidungsherstellern oder auch als DIY-Angebote vertrieben wurden. Im Vordergrund der Verbreitungsstrategien steht überwiegend das ephemere Material Papier, das als modisches Zeichen einer als zeitgemäß zu propagandierenden Wegwerf-Mentalität verstanden werden will.

Die Publikation basiert auf einem Studierendenprojekt des Seminars für Kulturanthropologie des Textilen unter der Leitung von Beate Schmuck. In den Jahren 2012-2016 hat sie gemeinsam mit den Studierenden eine Sammlung aufgebaut, Ausstellungen konzipiert, kuratiert und realisiert sowie das Paper Dress in seiner kulturellen Dimension erforscht. Neben umfassenden Forschungsergebnissen, die auf unterschiedlichste methodische Zugänge zurückzuführen sind, liefert der Band in seinem Katalogteil einen breiten visuellen Überblick zum Gegenstand und seinen vielfältigen Medialisierungen. Nachdem das überwiegend auf die 1960er-Jahre zeitlich begrenzte und wissenschaftlich nur spärlich aufgearbeitete Modephänomen Paper Dress bislang überwiegend als Werbe-Gag rezipiert wurde, ermöglicht die im Projekt sukzessive aufgebaute „Sammlung Schmuck“, die neben den eigentlichen Paper Dresses auch Werbeanzeigen, Pressefotos und journalistische Beiträge beinhaltet, nun eine wesentlich breitere Analyse.

Nach einer einführenden Verortung des Themenfeldes in kulturhistorischer, materialbezogener sowie medialer Hinsicht und dem Aufzeigen der wesentlichen Prämissen der Sammlungsorientierung, die nicht zuletzt auch die modetheoretischen und methodischen Grundlagen des Forschungsprojektes bilden, wird im zweiten von insgesamt neun Teilkapiteln sehr schnell deutlich, dass es sich bei den Papierkleidern nicht um eine „zufällige Mode“ handelte. Denn, wie Anna Lena Pickhardt und Beate Schmuck hier in einer materialhistorischen Analyse aufzeigen, ist sie vielmehr von einer Marketingoffensive der amerikanischen Papier- und Faserverbundstoffindustrie forciert worden. Neben einer Ausweitung der Absatzmärkte für papierähnliche Vliesartikel stand insbesondere die massenhafte Verbreitung eines neuen

Verbraucherideals im Vordergrund: die moderne Wegwerf-Mentalität. Besonders interessant erscheint in diesem Zusammenhang das damalige gendertypische Konsument*innenbild, die Umerziehung einer noch auf Sparsamkeit und Bewahren fixierten Nachkriegsgeneration und die sich historisch entwickelnde Materialwertigkeit des Zelluloserohstoffes; diese großen gesellschafts- und wirtschaftsrelevanten Themenkomplexe erschließen die Autorinnen sachkundig, detailliert und quellenbelegt anhand eines bislang „für die Forschung irrelevanten *fad*“, dem Paper Dress, und seinen medialen Transformationen, hier insbesondere werbende Modestrecken in Frauen- und Jugendzeitschriften. Welche Wege das Modeprodukt Paper Dress durch die unterschiedlichsten Produktions-, Distributions- und Konsuminstanzen hindurch nimmt, zeigt das dritte Kapitel auf: ein genaues Kompendium des medialen Erscheinens des Paper Dress, das neben den Gestaltungsarten des Schnitts, des Dessins und des Verpackungsdesigns auch die verschiedenen Inszenierungsweisen z.B. in Boutiquen oder als Bastel-Set zum Selbstbemalen umfasst.

Die Paper Dresses waren allerdings auch selbst mehr oder weniger konkrete Werbeträger für anderes, wie beispielsweise Hygieneartikel, Spirituosen oder US-Politiker. Daraus ergeben sich unterschiedlichste Sinn erzeugende Relationen zwischen dem eigentlichen Gegenstand, seinem Bedeutungsinhalt und seinen medialen Erscheinungsweisen, die von der Autorin zusammen mit Matthias Zahlten differenziert ausgelotet werden. Neben der modewissenschaftlichen, ikonotextuellen Analyse der Werbekampagnen insbesondere hinsichtlich ihrer augenscheinlichen Genderleitbilder, ist hier vor allem die aus heutiger Sicht banale Absurdität der auf einem Kleid zu bewerbenden Produkte interessant, da im Rahmen der Untersuchung vielmehr relevante gesellschaftliche Bezüge deutlich gemacht werden können.

Auch die der Mode inhärente unlösbare Diskrepanz zwischen exklusivem Individualitätsversprechen und uniformierendem Gruppenzugehörigkeitsbestreben ist am Modephänomen Paper Dress nahezu exemplarisch aufzeigbar. So kann Schmuck anhand der Werbeanzeigen bezüglich der Corporate Fashion von Paper Dresses der Stewardessen zahlreicher internationaler Fluggesellschaften belegen, wie das Uniforme gleichzeitig nationale bzw. kollektive Identität als auch Adaption des Fremden als exklusives modisches Narrativ bedeuten kann. Und sie zeigt anhand der Paper Dresses für US-Wahlkampagnen wie Modekleidung einerseits als vestimentäres Statement und andererseits als politische Instrumentalisierung des weiblichen Körpers gesehen werden kann. Hier wird Mode insgesamt als transmediales Phänomen in seiner umfassenden Widersprüchlichkeit kenntlich gemacht.

Aus dem ursprünglich US-amerikanischen Paper Dress wird mit wenigen Jahren Verzögerung zunächst das westdeutsche Papier-, Vliesstoff- oder Vlieskleid und in der Folge das ostdeutsche Vliesettkleid. Die Autorin zeigt zunächst anhand eindeutiger Textquellen aus dem Bereich der Industrie, des Handels, der Gewerkschaften auf, wie der transatlantische Transfer des Gegenstandes in die deutsche Warenwelt zu einer sowohl begrifflichen als auch inhaltlichen Umakzentuierung bzw. Erweiterung des Konsumartikels und somit des daran Modischen an sich führte: Dem bloßen Spaß am Konsumieren und Wegwerfen wurde eine vermeintlich qualitative Überlegenheit des deutschen Materials hinzugefügt, die sich begrifflich in der Betonung des Faserverbundstoffs ‚Vlies‘ ausdrückte und auf eine längere Haltbarkeit verweisen sollte; im ostdeutschen Begriff ‚Vliesette‘ findet sich diesbezüglich noch eine konzeptionelle Steigerung. An den in diesem sechsten Kapitel zudem informativ-kontextuell dargestellten Vlieskleid-Beispielen lässt sich das Modephänomen in seiner westdeutschen Ausprägung sehr gut nachvollziehen. – Da sich alle Analysen auf die eigens auf-

gebaute Sammlung beziehen, wird spätestens hier deutlich, wie stringent das Sammlungskonzept erstellt und umgesetzt wurde. Und auch warum nur vier Papier-Kleidungsstücke für den Mann Teil der Sammlung sind, lässt sich modehistorisch herleiten, wie Matthias Zahlten eindrücklich hinsichtlich einer gesellschaftlich als unmännlich konnotierten Konsumethik deutlich macht. Da auch dieser Teil auf einer breiten Quellenkenntnis, und ihrer gründlichen methodischen Analyse beruht, ist die geringe Objektanzahl gut nachvollziehbar. Welche Bedeutung insbesondere das Material heute für die Textilindustrie hat, und wie diese durch die Paper Dresses generiert und gesteigert wurde, erläutert Schmuck durch die schlüssige Bezugnahme auf die genderspezifischen Konnotationen des anvisierten Transfers vom modischen zum medizinischen bzw. hygienisch-funktionalen Anwendungsfeldes. Nachdem Pickhardt in Bezug auf die Wertgenerierung von Vlieskleidern als Sammlungsobjekte abschließend konstatiert, dass „Paper Dress-Modelle, mit denen nachweislich eine intensive wissenschaftliche Auseinandersetzung stattgefunden hat, [...] wertstabil geworden“ sind, lässt sich diese Feststellung meines Erachtens uneingeschränkt sowohl auf die von Beate Schmuck geleitete Untersuchung als auch auf die Sammlung Schmuck übertragen. Ein überwiegend unbekanntes, vergessenes Modeobjekt ist mit der vorliegenden Publikation zum Desiderat einer internationalen Modewissenschaft geworden.

Dagmar Venohr für *netzwerk mode textil e.V.* (online seit 23.10.2018)