

# MODE<sup>®</sup> 4 Nebenwirkungen

Lesen Sie dieses Dokument bevor Sie mit dem Design von MODE<sup>®</sup> beginnen. Verstehen Sie die unten aufgeführten Nebenwirkungen nicht als Risiken, denen MODE<sup>®</sup> vorzubeugen hat. Es sind Gelegenheiten für kreative Interventionen und die Gestaltung einer agileren und gesünderen MODE<sup>®</sup>.

Was in diesem Dokument steht

1. Was ist MODE<sup>®</sup> und ist sie zu etwas gut?
- 2.-5. Nebenwirkungen aller Art

## 1. Was ist MODE<sup>®</sup>?

MODE ist weder Kleidung noch Kunst. Kleidung schützt vor Kälte, vor Blicken oder macht den Polizisten vom Demonstranten unterscheidbar. MODE entsteht umgekehrt gerade dann wenn Zwecke nicht mehr erfüllt oder bereits Bekanntes nicht gleich wiedererkannt wird. Sie unterbricht die gewohnte Wahrnehmung und löst Faszination an einer Erscheinung aus, die aus ihren banalen Zusammenhängen befreit und sinnlicher wurde. Gleichzeitig

kann MODE nicht in Kunst aufgehen, denn sie bleibt immer an Kleidung gebunden – materielle Objekte, die in Serie produziert, kommerziell beworben und verkauft, an Körpern getragen und vor reale Lebenssituationen gestellt werden. MODE ist am gesündesten wenn sie sich nicht nur einfach von ihren Zwecken (wie der Bekleidung des nackten Körpers) und Bedingungen entfernt, sondern mit ihnen in Spannung steht.

## 2. Nebenwirkungen am Körper

Mögliche Nebenwirkungen:

- Jogginghosen erlauben ihrem Träger nicht nur mehr Bewegungsfreiheit sondern auch die Freiheit sich nicht zu bewegen.
- Das Tragen von Sportschuhen kann nicht nur sportlicher machen, sondern auch vom Anspruch auf eigene Sportlichkeit entlasten.

Werden Kleidungsstücke einmal angezogen, bekommen sie physische Handlungsmacht. Oft trägt der Körper nicht das Kleidungsstück sondern das Kleidungsstück den Körper, wenn

dieser sofort reagiert: andere Schuhe – anderer Gang, anderer Absatz – andere Augenhöhe, anderes Abendkleid – anderes Selbstwertgefühl. Ein geometrischer oder körperferner Schnitt kann das Kleidungsstück umgekehrt nach dem lebenden Körper ausrichten. So sehr Mode aber auch rein äußerlich wahrgenommen wird, gibt es trotzdem immer einen Träger. Für ihn bedeutet jeder Schnitt und jede Silhouette eine konkrete Körpererfahrung, die mitbestimmt wie er sich fühlt und bewegt.

## 3. Nebenwirkungen an der Identität

Mögliche Nebenwirkungen:

- Manche Kleidungsstücke (laut Greenpeace 2015 jedes fünfte) müssen nie getragen werden. Sie gekauft und im Schrank zu haben kann ihren Besitzern genügen.
- Der Kauf nachhaltiger Mode kann nicht nur die Ressourcen, die Umwelt und Lebensqualitäten schützen sondern auch das gute Gewissen.

Werden Kleidungsstücke gekauft und in der Öffentlichkeit getragen, drücken sie nicht nur vermeintliche Identitäten ihrer Besitzer aus sondern verteten auch Persönlichkeiten, die diese nicht ausleben. Denn Kleidung kann

gerade auch solche Ansprüche der Persönlichkeit übernehmen, die mit der eigenen Lebensgestaltung nicht vereinbar wären. Während traditionelle „Identitätsressourcen“ wie Beruf oder politische Orientierung knapp werden, bestimmt zudem immer mehr das eigene Konsumverhalten wo eine Person gesellschaftlich steht. So werden auch in der Mode u.a. traditionell konsumkritische Haltungen vermarktet. Mit dem Selbstbild vom ethischen Konsumenten kann durch einen einfachen Einkauf meine Kleidung für Nachhaltigkeit sorgen wenn ich es nicht tue.

## 4. Nebenwirkungen am Bild

Mögliche Nebenwirkungen:

- Ein Oscar-Abendkleid kann durch seinen Schnitt zu einem *meme* werden und trotz professionellster PR jede Kontrolle über seine öffentliche Wahrnehmung verlieren (vgl. Angelina Jolie auf den Oscars 2012)
- Modische Kleidung kann sich so sehr auf Bilder oder Symbole reduzieren, dass lizenzierte Markenaufdrucke wirtschaftlich ersetzen was sich im Highfashion-Segment nicht in Form von Kleidungsstücken absetzen/verkaufen lässt.

Wird Kleidung einmal fotografiert,

beginnt ihr Doppelleben als Bild. Branding versucht viele solcher Bilder zu kontrollieren, u.a. durch das Wiedererkennen eines Symbols das dank des Brandings wichtiger werden kann als das, worauf es gedruckt ist. Doch mit mehr Smartphones, Social-Media-Feeds und Bildproduktion zirkulieren diese Bilder von Kleidungen immer schneller und autonomer. Durch ihre eigene Sichtbarkeit und Bildlichkeit kann Kleidung aber mitbestimmen ob ihr Bild Wiedererkennung oder Verfremdungen provoziert und ihre eigene Zirkulation beeinflusst.

## 5. Nebenwirkungen am Wert

Mögliche Nebenwirkungen:

- Der Wert schicker Handtaschen kann nicht nur durch eine limitierte Produktion gesteigert werden sondern auch durch das Schreddern ihrer Restbestände.
- Ein Kleid kann ohne jede qualitative Veränderung, nur durch das Entfernen des Etiketts, den neuen Preis im Outlet oder das Ablaufende der Saison einen Großteil seines Werts verlieren.

Werden Kleidungsstücke produziert

und verkauft, stehen sie schon in wirtschaftlichen Zusammenhängen. So wie emotionale Werte richten sich auch ökonomische Auf- und Abwertungen nach immateriellen Umständen. Doch die Implikationen betreffen auch konkrete Designentscheidungen: Reicht es „zeitlose“ Mode zu machen um dem Entwurfsrhythmus der *fast fashion* zu entgehen? Oder muss Mode vielmehr ihren eigenen Wert oder die Regeln infragestellen, nach denen Mode sich auf- oder abwertet?