



Interview

## Kann Mode müßig sein?

Luxus, Tufting und der Charme des Dude

Anna Karina Sennefelder im Gespräch mit Lisa Sänger

Auch in der Welt der hochbezahlten Models und Designer ist ein gewisses Gut zum puren Luxus geworden: Zeit. Deshalb hat sich Lisa Sänger nach einem Modedesign-Studium an der UdK Berlin in ihrer Abschlusskollektion mit dem Thema „Luxus“ beschäftigt. Wir wollten wissen, was Luxus und Mode mit Muße zu tun haben können und fanden dabei heraus, dass die gammeligen Jogginghosen eines Dude<sup>1</sup> noch immer inspirativ und vielleicht sogar subversiv wirken können.

<sup>1</sup> So heißt bekanntlich die von Jeff Bridges verkörperte Filmfigur des zu jeder Tages- und Nachtzeit White Russian schlürfenden Nichtstuers aus Joel und Ethan Coens „The Big Lebowski“ von 1998.

***Muße und Mode – das sind zwei Themen, die zwar schön zusammenklingen, die man aber für gewöhnlich nicht unbedingt in einen Zusammenhang bringen würde. Wo liegt denn dieser Zusammenhang aus Sicht einer Modedesignerin?***



Ich bin selbst von dem Thema „Luxus“ ausgegangen, also habe ich für mich ein bisschen danach gesucht, wie eine zeitgemäße und positive Definition von „Luxus“ aussehen könnte und bin dann schnell weggekommen vom rein materiellen Luxus. Dabei kam ich dann auf Themen wie frei verfügbare Zeit, das Zelebrieren von Umwegen und Passivität und da lag „Muße“ dann auch ziemlich nahe, sodass ich mich auch damit beschäftigt habe. Einfach auch deshalb, weil es in der Modewelt so ist, dass man permanent unter einem immensen Zeitdruck steht und es ein ziemlicher Luxus ist, sich bei der Recherche viel Zeit zu lassen.

***Du würdest also sagen, dass „Zeit“ auch in der Modebranche ein Luxusgut geworden ist?***

Ja, absolut. Denn wenn man von den größeren Firmen ausgeht, wie z.B. Dior, wo gerade der Creative Director zurückgetreten ist, stellt man fest, dass dort teilweise acht Kollektionen in nur einem Jahr fertigzustellen sind, und da fehlt dann natürlich die Zeit, um genau zu recherchieren oder sich zu überlegen, welche besonderen Techniken man anwenden könnte, weil der Zeitdruck einfach sehr hoch ist.

***Luxus impliziert, schon durch den ursprünglichen Wortsinn von „Verschwendung“ und „Üppigkeit“, immer auch Distinktion, sei es soziale oder materielle. Auch luxuriöse Mode kann ein Mittel sein, mit dem man diese Distinktion nach außen trägt, auf aggressive oder offensive Art und Weise. Muss eine so verstandene luxuriöse Mode nicht exklusiv bleiben, damit sie funktioniert? Plakativ gesagt: Wenn alle mit Louis Vuitton-Täschchen herumlaufen, wäre dann nicht aller Luxus dahin?***



Ja, in diesem Sinne schon. Andererseits... die Modenschauen der Modehäuser, die als Luxus-, oder als Haute Couture-Modehäuser galten, waren ehemals nur einem sehr kleinen Kreis spezieller, extra eingeladener Gäste vorbehalten, die sich diese dann ansehen durften, um sich die Kleider direkt vom Laufsteg weg zu bestellen. Heute aber kann sich jeder per Livestream auch die Haute Couture-Modenschauen ansehen und dadurch fällt schon mal der exklusive kleine Personenkreis weg. Außerdem bieten die meisten Marken auch so etwas wie Taschen und Portemonnaies an, die man sich, wenn man sparsam ist, auch dann leisten kann, wenn man kein Großverdiener ist, sodass insgesamt ein viel größerer Abnehmerkreis angesprochen wird... und gerade weil diese exklusive Dimension des Luxusbegriffs heute wegfällt, wollte ich für meine Kollektion fragen, worin Luxus heute noch bestehen kann und kam dann vor allem auf zeitaufwendige Herstellungstechniken.

***Dann sprechen wir gleich konkret von Deinen Entwürfen: Du hast eine Männerkollektion designed – warum?***

Ich habe mich für Männerkleidung entschieden, weil ich mich am liebsten mit Details und Verarbeitung beschäftige, das ist unmittelbar nach der Recherche auch das, was ich mir als erstes überlege, und beides ist bei Männerkleidung noch immer wichtiger als bei Frauenmode, wo es mehr um Form und Silhouette geht.

***Sieht man sich das Ergebnis deiner Arbeit aus der Sicht eines Mode-Laien an, dann fällt einem als erstes (vielleicht) auf, dass das Model betont metrosexuell inszeniert wird, dass es sich um sehr opulente Stoffe zu handeln scheint und die Farben eher kühl und gedeckt sind – inwiefern repräsentieren diese Eigenschaften für Dich Luxus oder so etwas wie eine müßevolle Haltung?***



Bei der Umsetzung habe ich konsequent versucht, zeitaufwendige oder betont langsame Techniken zu benutzen, die sich von schnellen Techniken, schnellen Farben und Mustern abheben sollten. Die Farben sind entsprechend inspiriert von Schlafanzugfarben aus den 1950-ern, da ich mich stark an der Freizeitmode dieser Zeit orientiert habe, also etwa an den Beachwear-Outfits, die nur für den Strand gedacht waren und die, wenn man sie sieht, sofort klar machen: Wenn man so etwas trägt, bewegt man sich einfach nicht schnell. Genauso habe ich an die Schlafanzüge und seidenen Morgenröcke aus der Zeit gedacht und kam dann auf die Technik des Tufting.

Zum einen hab' ich also Cycling-Shirts mit Digitalprint bedruckt, um auf die schnelle, moderne Technik anzuspielden und Kleidungsstücke zu haben, die reprä-

sentativ für schnelle Bewegung stehen, und diese schnellen Muster habe ich dann auf die wahnsinnig langsame und langatmige Technik des Tufting übertragen, auch weil ich mich bewusst einer extrem mühsamen Technik aussetzen wollte...

***Was genau ist „Tufting“ und welche Arbeitsschritte gehören dazu?***



Man sitzt beim Tuften vor einer riesigen, auf einen Holzrahmen gespannten Leinwand, und schießt dann mit einer Luftdruckpistole die Wolle durch die Leinwand, wobei die Pistole die Wolle zugleich schießen und abschneiden kann. Man „bemalt“ also, wie mit einem Stift, mit der Pistole die Leinwand, was allerdings sehr anstrengend ist.

***Deine Entwürfe enthalten ja auch Schriftzüge, wie beispielsweise „Take it easy“ oder „slow down“ und „relax“. Sollen diese die Botschaft des Langsamen unterstreichen oder steht noch eine andere Idee dahinter?***

Mit Schrift wollte ich arbeiten, weil man dadurch am schnellsten etwas Bestimmtes auf Kleidung übermitteln kann. Ich habe die Schriftzüge aber auch per Lasercut sehr oft hintereinander in die Kleidung eingearbeitet, sodass eigentlich das Gegenteil des Ausgesagten zu sehen ist, denn wenn „take it easy“ zehn Mal untereinander steht, bekommt es wieder eine gewisse Nervigkeit...

***Als Modeschöpferin hat man, neben der Schrift, auch die Möglichkeit, über die Materialien bestimmte Inhalte und Aussagen zu transportieren. Was kommunizieren die Materialien Deiner Kollektion?***

Ich wollte gerne mit hochwertigen Materialien arbeiten, weil die Arbeit damit schlicht mehr Spaß macht, habe aber auch synthetische und elastische Materialien verwendet, um das Schnelle, Sportliche zu assoziieren. Der schwere, österreichische Loden, aus dem ich etwa einen grün gestreiften Anzug gemacht habe, setzt sich davon wiederum ab, als „klassisches“ Material, das sich über lange Zeit bewährt hat.

***Apropos Konzepte hinter der Mode: Mode war, historisch gesehen, immer auch ein Mittel, um bestehende ästhetische Normen in Frage zu stellen oder um gegen bestehende Geschlechterrollen zu rebellieren – würdest Du sagen, dass Mode auch heute noch dieses Potential zur Veränderung hat?***

Ich glaube es geht heute in erster Linie darum, mit Mode Geld zu verdienen und möglichst schnell die nächste Kollektion herauszubringen, aber ich glaube schon, dass Mode auch heute noch Veränderungen provozieren kann, das passiert dann aber eher nicht bei den großen DesignerInnen, sondern bei kleineren Labels... für mich selbst würde ich mir aber nicht anmaßen zu sagen, dass meine Kollektion gesellschaftskritisch daher kommt.

***In der Modetheorie geht man davon aus, dass Mode ein soziales Zeichensystem ist, dem sich niemand völlig entziehen kann, und das von der Spannung zwischen Konformität und individuellem Ausdruck lebt.<sup>2</sup> Wie***

2 Vgl. hierzu zum Beispiel: Sabine Dengel, Mode. Ein Thema für die politische Bildung?, in: ApuZ 65 (2015, 1-3), S. 3-10. Online abrufbar unter: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/198389/mode>. Vgl. etwa auch das kulturwissenschaftlich orientierte Sachbuch von Barbara Vinken, Angezogen. Das Geheimnis der Mode, Stuttgart 2013.

***frei kann ich, als KonsumentIn, aber tatsächlich in meinem individuellen Ausdruck durch Mode sein, wenn diese so hohen materiellen Beschränkungen unterworfen ist?***

Hochwertige Mode und Materialien besitze auch ich, als Konsumentin, tatsächlich nur aus dem Kleiderschrank meiner Großmutter oder aus Secondhand-Läden, denn ja, hochwertige Kleidung können sich die meisten nicht leisten.

***Daraus entsteht der Eindruck, dass Luxus in der Modewelt bewusst nur den ‚happy few‘ zur Verfügung steht und keinesfalls demokratisiert werden soll... aber kommen wir nochmal zur Muße: Muße kann, so meinen wir im SFB 1015 Muße, auch mit Körperlichkeit und der Erfahrung von Materialität zu tun haben, daher die Frage: Kann man Muße auch bei der Planung und Herstellung von Mode erleben und falls ja, bei welchen Arbeitsschritten im Besonderen?***



Ich denke, man kann sich vor allem in der Recherchephase sehr gut treiben lassen, da assoziiere ich persönlich immer sehr wild, gucke mir alle möglichen Bilder an, auch Dinge, die einen gar nicht direkt interessieren, durch die man sich aber einfach positiv berieseln lässt, um dann daraus etwas zu ziehen, das einen für die Kollektion weiterbringt. Das ist für mich die spannendste Phase, die am meisten mit Muße zu tun hat... Vielleicht auch noch bei der Umsetzung, wenn man etwas per Hand bestickt, also etwas im banalen Sinne „abarbeitet“, dadurch aber wieder Zeit gewinnt, um sich über andere Dinge Gedanken zu machen und eventuell auf neue Ideen für die Teile zu kommen, die noch nicht so weit sind.

***Stichwort Sticken: Handarbeiten sind zum Neubürgerlichen Hobby avanciert und während man sich vor einigen Jahren noch über die Bobos, die in ihrer Freizeit zur Häkelnadel griffen, lustig machte, gibt es heute eine sehr breite Vorliebe für das, was man einmal als „klassische Hausfrauentätigkeiten“ bezeichnet hat. Eine Erklärung für diesen Trend könnte sein, dass man damit eine Gegenbewegung zu beschleunigten Kommunikations- und Arbeitsabläufen sucht oder dass man sich, als bewusste/r KonsumentIn, damit von den Nachteilen einer arbeitsteiligen Modeindustrie abzusetzen versucht. Gehen aber die ModeschöpferInnen ihrerseits eigentlich auf diese Lust am „wieder selber machen“ ein?***

Mein Eindruck ist eher, dass die ModeschöpferInnen sich noch immer sehr als autonome GestalterInnen verstehen, dass also das Kreieren einer Kollektion nach eigenen Ideen im Mittelpunkt steht und dass zum Beispiel Kleidung, die der/die KonsumentIn selbst noch mitverändern oder nachbearbeiten kann, sich eher nicht durchsetzen kann...

***Und wie bewertest Du, mit deinem beruflichen Hintergrund, die besagte Freude am Stricken und Nähen?***

Einerseits geht es da, glaube ich, wirklich um „Entschleunigung“, die sich ja

durch alle Lebensbereiche zieht, andererseits denke ich, dass man heute mehr versucht, sich durch kreatives Schaffen selbst zu verwirklichen, dass Arbeit und Muße nicht mehr so scharf voneinander zu trennen sind und dass man auch deshalb vielleicht plötzlich anfängt zu stricken, obwohl man beruflich eigentlich etwas völlig anderes macht.



***Klamotten kaufen wäre, aus muße-theoretischer Sicht, wohl eher als typische Freizeitbeschäftigung einzuordnen, und Shopping gilt als primitive Ablenkungspraxis postmoderner Müßiggänger. Muss aber Konsumieren von Mode immer blindwütiger Kommerz sein oder gibt es eine Art Mode zu konsumieren, bei der man Formen der Selbsterfahrung oder Muße für sich entdecken kann?***

Mir fällt dazu eine Freundin ein, die Kleidung regelrecht sammelt, das heißt sie kauft die Kleidung nicht einfach, um sie zu konsumieren, sondern um besondere Teile für ihren Schrank zu ergattern... und ja, ich denke, wenn man nicht nur in Shops sucht, sondern auf Flohmärkte und in Secondhand-Läden geht, wo man nie weiß, was einen erwartet, und wenn man sich dann einfach treiben lässt oder sich reinstürzt, vielleicht auch nach Hause geht, ohne etwas gekauft zu haben, dann ist das eine andere Erfahrung, die sich vom typischen Konsumverhalten unterscheidet.

***Das offene sich Einlassen auf etwas, die Suche nach etwas, von dem man noch gar nicht weiß, wie es aussieht, da scheint es doch eine Parallele zwischen Muße und Mode zu geben...***

Ja, durchaus, wobei ich denke, dass diese Art des Modekonsumierens die Ausnahme bildet und die allermeisten, mich eingeschlossen, wenn sie ein T-Shirt brauchen, eben einfach zu H&M gehen, um eines zu kaufen, was dann natürlich rein gar nichts mit Muße zu tun hat...

***Das hieße, wenn man sich beim Konsumieren von Mode wieder mehr Zeit ließe und es etwas weniger pragmatisch angehen würde, könnte man vielleicht auch wieder einen positiveren Begriff von Mode entwickeln?***

Vielleicht... aber ich denke viele sehen es wirklich rein pragmatisch und bestellen online fünf Sachen, von denen sie dann vier wieder zurückschicken, was im Grunde sehr traurig ist, weil Mode dadurch von Vielen als etwas rein Oberflächliches angesehen wird, als Masse, von der man erschlagen wird.

***Wenn das Tragen bestimmter Kleidung so etwas wie eine Muße-Haltung kommunizieren könnte, also wenn es ein Outfit gäbe, das den anderen sagt: „Ich bin für mehr Muße“, was hätte so jemand dann deiner Vorstellung nach an?***

Meine Kollektion! (lacht)

In meiner Re-

cherchephase habe ich mich ja auch gefragt, was der Müßiggänger von heute trägt und kam dabei auf die Filmfigur des „Dude“ aus „The Big Lebowski“. Den habe ich dann als meinen modernen Müßiggänger festgelegt, weil sich der Dude dem Nichtstun hingibt und ich mich dem Thema so auch humorvoll nähern konnte... so habe ich mich dann von den Jogginghosen und Gummibunden an Hosen und Jacken, die er trägt, zu meiner Männerkollektion inspirieren lassen.

Fotografinnen: Romy Strasser und Malin Gewinner

Model: David Moser