

Einleitung	6
100 Ideen, die die Mode verändert haben	8
Mehr zum Thema	208
Index	210
Bildnachweis	214
Dank	215

Nr. 1	<b>COUTURE</b>	8	Nr. 51	<b>DER BIKINI</b>	108
Nr. 2	<b>CELEBRITIES</b>	10	Nr. 52	<b>DER NEW LOOK</b>	110
Nr. 3	<b>DAS KOSTÜM</b>	12	Nr. 53	<b>SYNTHETIK</b>	112
Nr. 4	<b>DAS ENDE DES KORSETTS</b>	14	Nr. 54	<b>JUGENDMODEN</b>	114
Nr. 5	<b>DAS DELPHOS-KLEID</b>	16	Nr. 55	<b>DIE SCHWARZE LEDERJACKE</b>	116
Nr. 6	<b>DER BH</b>	18	Nr. 56	<b>DAS T-SHIRT</b>	118
Nr. 7	<b>DAS WEISSE HOCHZEITSKLEID</b>	20	Nr. 57	<b>DER STILETTO</b>	120
Nr. 8	<b>ROYALS UND POLITIKER</b>	22	Nr. 58	<b>JEANS</b>	122
Nr. 9	<b>MAGAZINFOTOGRAFIE</b>	24	Nr. 59	<b>TURNSCHUHE</b>	124
Nr. 10	<b>TANZKLEIDUNG</b>	26	Nr. 60	<b>ELASTAN</b>	126
Nr. 11	<b>MODERNES REISEN</b>	28	Nr. 61	<b>POPSTARS</b>	128
Nr. 12	<b>PROTESTMODE</b>	30	Nr. 62	<b>MODS</b>	130
Nr. 13	<b>MUTIGE PRINTS</b>	32	Nr. 63	<b>EINFLUSSREICHE STRASSENMODE</b>	132
Nr. 14	<b>VOGUE</b>	34	Nr. 64	<b>OP-ART UND POP-ART</b>	134
Nr. 15	<b>GLOBALE EINFLÜSSE</b>	36	Nr. 65	<b>DER MINIROCK</b>	136
Nr. 16	<b>SELBST IST DIE FRAU</b>	38	Nr. 66	<b>STRUMPFHOSEN</b>	138
Nr. 17	<b>SONNENBADEN</b>	40	Nr. 67	<b>SPACE AGE</b>	140
Nr. 18	<b>HOSEN FÜR FRAUEN</b>	42	Nr. 68	<b>EHRliche FOTOGRAFIE</b>	142
Nr. 19	<b>VISKOSE</b>	44	Nr. 69	<b>TATTOOS</b>	144
Nr. 20	<b>MODESCHMUCK</b>	46	Nr. 70	<b>DAS FEINE STRICKKLEID</b>	146
Nr. 21	<b>DER REISSVERSCHLUSS</b>	48	Nr. 71	<b>WEGWERFMODE</b>	148
Nr. 22	<b>MILITÄRKLEIDUNG</b>	50	Nr. 72	<b>HIPPIES</b>	150
Nr. 23	<b>DER PULLOVER</b>	52	Nr. 73	<b>PIERCING</b>	152
Nr. 24	<b>FALSCH E WIMPERN</b>	54	Nr. 74	<b>FUNK</b>	154
Nr. 25	<b>DESSOUS ALS OBERBEKLEIDUNG</b>	56	Nr. 75	<b>HOTPANTS</b>	156
Nr. 26	<b>DIE CLUTCH</b>	58	Nr. 76	<b>GLAM</b>	158
Nr. 27	<b>DIE ARMBANDUHR</b>	60	Nr. 77	<b>MASSVOLLER LUXUS</b>	160
Nr. 28	<b>DER DIAGONALSCHNITT</b>	62	Nr. 78	<b>BLACK IS BEAUTIFUL</b>	162
Nr. 29	<b>SPORT</b>	64	Nr. 79	<b>DER STRINGTANGA</b>	164
Nr. 30	<b>CHANEL NR. 5</b>	66	Nr. 80	<b>PUNK</b>	166
Nr. 31	<b>DIE GESCHMINKTE FRAU</b>	68	Nr. 81	<b>COMPUTERTECHNOLOGIE</b>	168
Nr. 32	<b>DER OFFENE SCHUH</b>	70	Nr. 82	<b>NEW ROMANTIC</b>	170
Nr. 33	<b>DAS KLEINE SCHWARZE</b>	72	Nr. 83	<b>CALVIN-KLEIN-UNTERWÄSCHE</b>	172
Nr. 34	<b>ÖFFENTLICHE NACKTHEIT</b>	74	Nr. 84	<b>HIP-HOP</b>	174
Nr. 35	<b>ANDROGYNIE</b>	76	Nr. 85	<b>MARKENKULTUR UND MARKENVEREHRUNG</b>	176
Nr. 36	<b>DIE UMHÄNGETASCHE</b>	78	Nr. 86	<b>NÜTZLICHE TASCHE N</b>	178
Nr. 37	<b>DIE SONNENBRILLE</b>	80	Nr. 87	<b>JAPANISCHES DESIGN</b>	180
Nr. 38	<b>SCHULTERPOLSTER</b>	82	Nr. 88	<b>STREETWEAR</b>	182
Nr. 39	<b>HOLLYWOOD UND DER TONFILM</b>	84	Nr. 89	<b>RAVE</b>	184
Nr. 40	<b>MASSENPRODUKTION</b>	86	Nr. 90	<b>DIE BENETTON-WERBEKAMPAGNEN</b>	186
Nr. 41	<b>SURREALISMUS</b>	88	Nr. 91	<b>DEKONSTRUKTION AUS ANTWERPEN</b>	188
Nr. 42	<b>PLATEAUS UND WEDGES</b>	90	Nr. 92	<b>DAS INTERNET</b>	190
Nr. 43	<b>DIE MODENSCHAU ALS THEATERSPEKTAKEL</b>	92	Nr. 93	<b>DIE NEUE REINHEIT</b>	192
Nr. 44	<b>NYLON</b>	94	Nr. 94	<b>DIE ANTI-MARKE</b>	194
Nr. 45	<b>DER OVERALL</b>	96	Nr. 95	<b>GRUNGE</b>	196
Nr. 46	<b>RATIONIERUNG</b>	98	Nr. 96	<b>DIE IT-BAG</b>	198
Nr. 47	<b>AUS ALT MACH NEU</b>	100	Nr. 97	<b>FUNKTIONSGEWEBE</b>	200
Nr. 48	<b>DOC MARTENS</b>	102	Nr. 98	<b>EWIGE JUGEND</b>	202
Nr. 49	<b>KONKURRENZ FÜR PARIS</b>	104	Nr. 99	<b>BIOMODE</b>	204
Nr. 50	<b>DAS SUPERMODEL</b>	106	Nr. 100	<b>ELEKTRONIK ZUM ANZIEHEN</b>	206

## Freiheit für die Frau

IDEE NR. 4

### DAS ENDE DES KORSETTS

Noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren ehrbare Frauen in Europa und Amerika stolz auf ihre unnatürlichen Kurven. Sie waren bereit zu leiden, um schön zu sein.

So zwängten sie ihre Oberkörper in Korsetts, die mit Stahl oder Fischbein versteift und fest geschnürt wurden. Polster auf den Hüften und unter den Armen sollten die übertrieben schmale Taille betonen. Ein bodenlanger Rock ergänzte den Look.

In Amerika verbreitete der Illustrator Charles Dana Gibson das damalige Bild von den weiblichen Idealproportionen. Das berühmteste Beispiel für seine Zeichnungen waren die Kurven der Schauspielerin Camille Clifford. Heute wirkt ihre Sanduhrfigur grotesk deformiert. Aber nicht alle Frauen waren so leidensbereit wie sie. Die englischen Frauenrechtlerinnen machten 1904 Front gegen die lästigen Korsetts, ihre französischen Kolleginnen zogen kurze Zeit später nach. Die Rettung war nah. Inspiriert vom Empirestil des 18. Jahrhunderts, der die extremen Schnürmieder überflüssig machte, entwickelte der französische Modeschöpfer Paul Poiret 1906 eine bahnbrechend weiche Silhouette. Die Empirelinie saß direkt unterhalb der Brust. Von dort fiel der Rock gerade bis auf den Boden. Vom Zwang zur Wespentaille befreit, konnten die Frauen endlich wieder frei atmen. Poiret war sich der sozialen Folgen seiner Kleiderrevolution bewusst: „Den Niedergang des Korsetts und den Aufstieg des Büstenhalters habe ich

auch im Namen der Freiheit proklamiert“, schrieb er. Seine fließenden Kleider waren aufsehenerregend anders als die rauschenden Seidenroben und Gesäßpolster des viktorianischen Zeitalters. Andere Designer wie Madeleine Vionnet und das Haus Paquin warben ebenfalls für den neuen Look.

Formende Mieder gehörten damit jedoch keineswegs der Vergangenheit an. Fischbeinstäbe waren zwar nicht mehr erwünscht, aber lange, gerade Korsetts mit elastischen Einsätzen weiterhin angesagt. Sie machten die Hüfte schmaler, den Bauch flach und endeten unter der Brust. Perfekt waren sie dennoch nicht, da sie die Bewegungsfreiheit der Beine einschränkten. Mit Ausbruch des Ersten Weltkriegs begannen Frauen auch in traditionellen Männerberufen zu arbeiten. Sie mussten nun beweglicher werden und die Stretchkorsetts entsprechend kürzer. Diese wurden schließlich von Büstenhaltern und elastischen Hüfthaltern abgelöst, die nur die Hüfte einengen sollten. ■



Die amerikanische Schauspielerin Camille Clifford präsentiert ihre extreme Korsettfigur in den frühen 1900er Jahren.

„Vom Zwang zur Wespentaille befreit, konnten die Frauen endlich wieder frei atmen.“

Dieser Stich von 1911 aus Les Robes de Paul Poiret von Georges Lepape zeigt Poirets neue, lässige Empire-Silhouette.







Model Agyness Deyn auf der Afterparty zu Ehren von Stephen Sprouse, 2009. Zum knallbunten Maßjackett trägt sie eine Louis-Vuitton-Tasche mit Stephen-Sprouse-Graffiti in Limettengrün.

## Von Poiret zu Pucci

IDEE NR. 13

### MUTIGE PRINTS

Am Ende des 19. Jahrhunderts waren weiche, zarte Pastelltöne ein sicheres Zeichen für Wohlstand, Geschmack und Noblesse. Bei dieser zarten Annäherung an Farbe und Design sollte es nicht bleiben.

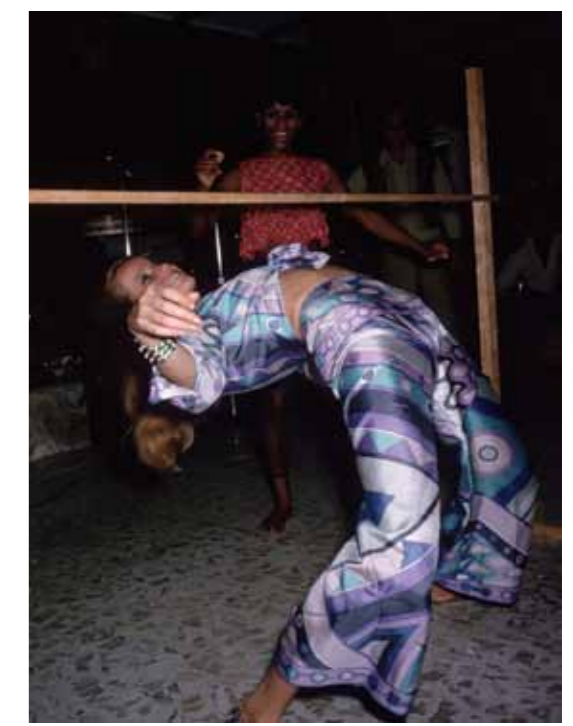
Im Verlauf des 20. Jahrhunderts durften die Frauen ihre sanfte Zurückhaltung aufgeben. Allmählich setzten sich kräftige Farben und Muster als persönliche Ausdrucksformen durch. Paul Poiret rüttelte die Modewelt auf. 1909 kamen die Ballets Russes nach Paris und inspirierten ihn zu leuchtenden orientalischen Farben und beherzten Mustern. Die Frauen liebten die neu entdeckte Opulenz und ihre jugendliche Fröhlichkeit.

Die Verbreitung des Siebdrucks als Verfahren zum Bedrucken von Kleidern sollte die Textildruckindustrie revolutionieren. Einige Prints überdauerten den Zweiten Weltkrieg. Aber erst in den 1950er Jahren boomten helle, lebhaft und optimistische Prints mit Streifen, Blumen und Karomustern auf weiten Röcken und Kleidern. Noch gewagter waren die wilden Muster auf den leuchtenden Seidenstoffen des italienischen Adligen Emilio Pucci. Er bediente den Markt für exklusive Freizeitmode, bedruckte luftige seidene Jerseykleider und erklärte: „Meine Prints sind wie Ornamente mit durchgehender Bewegung; egal, wie man sie einsetzt, man spürt immer ihren Rhythmus.“

Die Jugend der 1960er Jahre stand auf auffällige Prints – Pop- und Op-Art-Designs, Yves Saint Laurents Entwürfe im Mondrian-Stil, grelle Blumenmuster und bunte Streifen. Sonja Knapp ging mit zarten Mustern in kräftigen

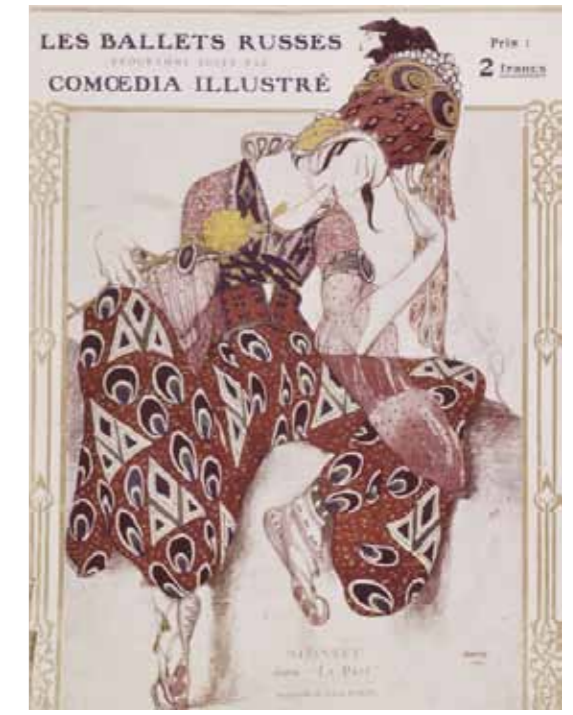
Farben für Ungaro etwas behutsamer vor. Gegen Ende des Jahrzehnts verdrängte die Hippiebewegung die geometrischen Muster. Jetzt waren Patchwork, Batik, Paisleymuster und Fernöstliches angesagt. Ossie Clark schmückte seine leichten Seiden- und Satinkleider mit den organisch fließenden Prints seiner Frau Celia Birtwell. Und die Britin Zandra Rhodes machte sich mit Zickzackmotiven im Art-déco-Stil auf bauschigen Seidenkleidern einen Namen.

Christian Lacroix eröffnete sein Couturehaus 1987. Sein charakteristischer Mix aus kühnen Prints, leuchtenden Farben, Perlen und Stickereien machte ihn zum Shootingstar der Modesezene. Gianni Versaces schwarz-goldene Prints nach barocken und byzantinischen Vorbildern waren heiß begehrt. Viele Designer ließen sich von Graffiti inspirieren. Viktor & Rolf, Moschino oder Martin Margiela versuchten in ihren Entwürfen das Gefühl der Straße wiederzugeben. Vivienne Westwood verwendete 1983 Keith-Haring-Prints. Und gemeinsam mit Marc Jacobs überzog Stephen Sprouse Anfang der 2000er Jahre Koffer und Taschen von Louis Vuitton mit seinem typischen Graffitimotiv. Wieder einmal hatte sich eine Luxusmarke bei der Straßenkultur bedient. ■



OBEN: Gräfin und Model Veruschka zeigt sich in schrillum Outfit von Emilio Pucci, 1966.

UNTEN: Illustration für die Ballets Russes von Léon Bakst, 1911. Das Ballettensemblespieler wurde von Modenschöpfern wie Paul Poiret zu kühnen Mustern und orientalischen Anklängen.





## Eine Männerbastion fällt

IDEE NR. 18

### HOSEN FÜR FRAUEN



Von den Jungs geklaut: Coco Chanel in Seglerhosen, 1910.

In jeder beliebigen Großstadt sehen wir heute mehr Frauen in Hosen als in Röcken. Dabei wurden Hosen für Frauen bis in die 1920er Jahre noch nicht einmal annähernd akzeptiert.

Die französische Schauspiellegende Sarah Bernhardt wagte es im späten 19. Jahrhundert, Hosen auf der Bühne zu tragen. Frühe Fahrradenthusiastinnen gaben zu dieser Zeit aus praktischen Gründen noch dem geteilten Rock den Vorzug.

Der Modeschöpfer Paul Poiret, inspiriert von den Kostümen der Ballets Russes, entwarf 1909 seine weiten, am Knöchel gebundenen Haremshosen. Im noblen Seebad Deauville führte Coco Chanel elegante Seglerhosen ein – erst für sich selbst, dann auch für andere Frauen, die ihren Stil bewunderten – und erklärte: „Es war Deauville, und ich habe mich in meinem Badekostüm am Strand nie wohlgefühlt. Also kaufte ich mir ein paar weiße Seglerhosen, nahm einen Turban, dazu Stränge aus Edelsteinen und muss sagen, ich sah aus wie eine Maharani.“ Die Frauen der 1920er Jahre begannen Hosen am Strand und zu Hause zu tragen. Doch nur die Mutigsten gingen auch in Hosen auf die Straße.

Die bisexuelle Filmdiva Marlene Dietrich wurde zuweilen als „bestgekleideter Mann Hollywoods“ bezeichnet. Mit ihren Hosenanzügen als Tageskleidung löste sie in den 1930er und 1940er Jahren Skandale aus. Der Polizeichef von Paris fand ihren Stil so schockierend, dass er sie aufforderte, die Stadt zu verlassen.

Im Zweiten Weltkrieg durften Frauen Hosen zur Feld- und Fabrikarbeit tragen. Nach Kriegsende 1945 griffen sie wieder zu ihren Röcken und Kleidern. Hosen an Frauen galten allgemein noch immer als unnatürlich und

unattraktiv. Dennoch gehörten Caprihosen, Bermudashorts und enge Kniebundhosen zum Freizeitlook.

In den Swinging Sixties entdeckten die Frauen dann erst wirklich, wie bequem und praktisch Herrenmode sein konnte, und trugen Hosen zur Arbeit und auf Partys. Die Schockwirkung blieb auch jetzt nicht ganz aus. In vornehmen Einrichtungen und sogar Restaurants hatten Frauen in Hosen oft keinen Zutritt. An Yves Saint Laurents geschmeidigem, als Le Smoking berühmt gewordenem Maßanzug von 1966 schieden sich die Geister. Am Ende aber war er es, der die Hose als Alternative zum Rock oder Kleid salonfähig machte – ein formeller, eleganter Anzug für die Mädchen, der allen gefiel. Endlich wurden Frauen auch in Hosen respektiert. ■

„In vornehmen Einrichtungen hatten Frauen in Hosen oft keinen Zutritt.“



LINKS: Marlene Dietrich, 1940er Jahre. Sie schockierte die Öffentlichkeit mit ihrer unverhohlenen zur Schau gestellten Bisexualität und mit Hosenanzügen als Straßenkleidung.

RECHTS: Smart und elegant: Bianca Jagger im maskulinen, dreiteiligen Hosenanzug, 1972.



OBEN: John Galliano und Prinzessin Diana, 1996. Diana trägt ein Galliano-Slipdress.

UNTEN: John Galliano zeigt ein verführerisches, von Dessous inspiriertes Kleid für Christian Dior, 1997.

## Warum Coco Chanel das echte „Material Girl“ war

IDEE NR. 25

### DESSOUS ALS OBERBEKLEIDUNG

Korsetts, Bustiers und Unterröcke öffentlich zu zeigen, war lange Zeit unvorstellbar. Heute mag das nicht einmal mehr provozieren. Chanel machte 1916 den Anfang. Sie verarbeitete beigefarbenen Jersey, der bis dahin ausschließlich für Männerunterwäsche verwendet wurde, zu schicker Damenmode – skandalös, aber von ihren Kundinnen geliebt.

Die eleganten Damen von Deauville und Biarritz übernahmen ohne Bedenken die neuen Designs von Chanel. In den 1940er Jahren schlugen die gewagten Abendroben mit Korsettschnürung von Couturier Jacques Fath hohe Wellen. Aber erst die Provokateurin Vivienne Westwood veränderte die Mode wirklich: Sie kehrte die Unterwäsche nach außen. In den späten 1970er Jahren stolzierten Punks in Gummieglés und -strümpfen durch Londons Straßen. Sie hatten bei SEX eingekauft, der Boutique von Westwood und Malcolm McLaren. Mit ihrem Underwear-Chic wollten sie in erster Linie Passanten schocken.

In den 1980er Jahren wurden Dessous als Oberbekleidung zum Mainstream. 1990 ging Madonna auf Blond-Ambition-Welttournee. Ihre Bühnenperformance im goldenen Korsett mit kegelförmigem BH von Jean Paul Gaultier ist unvergessen – aber kein Skandal mehr. Madonna trat regelmäßig in BHs, Unterröcken und Korsetts auf. Gaultier hatte Korsetts zum Abendkostüm im Programm, und Westwood ließ 1982 Satin-BHs über Sweatshirts und Kleidern tragen. 1985 präsentierte sie

kurze neoviktorianische Reifröcke – um erst ausgelacht und dann unweigerlich von anderen Designern kopiert zu werden. Westwoods Korsett-Tops waren als Abendmode sehr gefragt. Schließlich brachten sie das Dekolleté prächtig zur Geltung.

In den 1990er Jahren saßen die Jeans tief und die mit Edelsteinen besetzten Tangas umso höher. Die Frauen tanzten, feierten und heirateten sogar in winzigen Seidenunterkleidern mit Diagonalschnitt oder Hemdröckchen mit Spaghettiträgern oder Spitzendetails. Der Meister dieser Dessous-Abendkleider war John Galliano. Bekanntlich überredete er selbst Lady Di dazu, einen solchen Slipdress zu tragen. Die Bilder der Prinzessin der Herzen im gewagten Trägerkleid sorgten weltweit für Schlagzeilen.

2009 entwarfen Dolce & Gabbana ein atemberaubendes Korsettkleid aus Tüll mit aufreizender beidseitiger Kreuzschnürung – als wollten sie beweisen, dass Unterwäschetails, die die Provokation nur andeuten, vielleicht die verführerischsten sind. ■



„Madonna trat in BHs, Unterröcken und Korsetts auf.“



Madonna im Korsett von Jean Paul Gaultier auf ihrer Blond-Ambition-Tour 1990.





Sexbombe Ursula Andress trägt ihren legendären weißen Bikini in James Bond – 007 jagt Dr. No, 1962.

## Mächtiger als eine Atomexplosion

IDEE NR. 51

### DER BIKINI

Der Bikini wurde verglichen mit „einem Bilderrahmen, der alle erogenen Zonen hervorhebt“. An seiner erotischen Wirkung besteht kein Zweifel. Bei einem Fashionevent in Paris wurde er 1946 erstmals gezeigt. Sein Erfinder, Louis Réard, fand kein Model, das ihn tragen wollte.



Louis Réards gewagter Bikini von 1946 sorgte für große Aufregung. Weil er kein Model fand, das die neue Kreation tragen wollte, engagierte er eine Stripperin aus dem Casino de Paris.

Die Erfindung des Bikinis 1946 wird unabhängig voneinander zwei Männern zugeschrieben: Louis Réard und Jacques Heim. Heim nannte ihn zuerst Atom. Réard dagegen bezeichnete ihn als Bikini – nach dem Bikini-Atoll im Pazifischen Ozean, das die USA im Juli 1946 zum Schauplatz eines Kernwaffentests machten. Der Name setzte sich durch. Für die Weltpremiere seiner neuen Kreation engagierte Réard die Stripperin Micheline Bernardini. So viel Freizügigkeit war mehr als gewagt – ein einfaches BH-Oberteil und zwei miteinander verschnürte Stoffdreiecke als Höschchen.

Binnen eines Jahrzehnts trugen die Französinen ihre gebräunte Sommerhaut in Bikinis mit hübschen Kunstblumen oder Tiermotiven zur Schau. In Amerika war man weniger wagemutig und der Bikini bis Mitte der 1960er Jahre nicht voll akzeptiert. Nicht viel anders erging es ihm in europäischen Ländern jenseits der französischen Grenze. In Italien, Spanien und Portugal wurde der Bikini sogar verboten.

Für die kessen Figuren aufstrebender Filmschönheiten waren Bikinis wie gemacht. Sich darin zu zeigen, konnte der Karriere nur förderlich sein. Berühmt wurde eine Ausgabe des Magazins Life mit Rita Hayworth als Covergirl im weißen Bikini. Jayne Mansfield

besuchte 1956 einen Ball und trug nur einen Bikini mit Leopardendruck. Bilder von Raquel Welch und Ursula Andress wurden zu Ikonen ihrer Zeit. Welch trat in Eine Million Jahre vor unserer Zeit (1966) im prähistorischen Fellbikini auf, Andress stieg 1962 als Bondgirl in James Bond – 007 jagt Dr. No im Bikini aus dem Meer.

Réard hatte seine Kreation als „kleiner als der kleinste Badeanzug“ angepriesen. Doch es kam noch kleiner. Wer Réards frühes Modell gewagt fand, wäre außer sich gewesen über den Stringbikini der 1970er Jahre – vier winzige Dreiecke wurden mit langen Schnüren am Körper befestigt. Nahezu nahtlose Bräune war garantiert.

Die öffentliche Einstellung zur Nacktheit wandelte sich schnell. Heute ist der Bikini an jedem westlichen Strand gang und gäbe und wird von allen Generationen getragen – vom kleinen Mädchen bis zur Großmutter. ■



## Die Denim-Revolution

### IDEE NR. 58 JEANS

Ob Bootcut, Röhre, Baggy oder Hüftthose – Denimjeans gehören zur Grundausrüstung der westlichen Mode für Frauen und Männer, Jung und Alt. Die ursprünglich männliche Arbeitskleidung hängt heute in fast jedem Kleiderschrank. Mit hohen Absätzen und Jackett getragen, gelten Jeans als feminin und chic.

In Banken und Anwaltskanzleien sind sie bis heute nicht gern gesehen. Hier ist Kostüm angesagt. Davon abgesehen haben sie es weit gebracht.

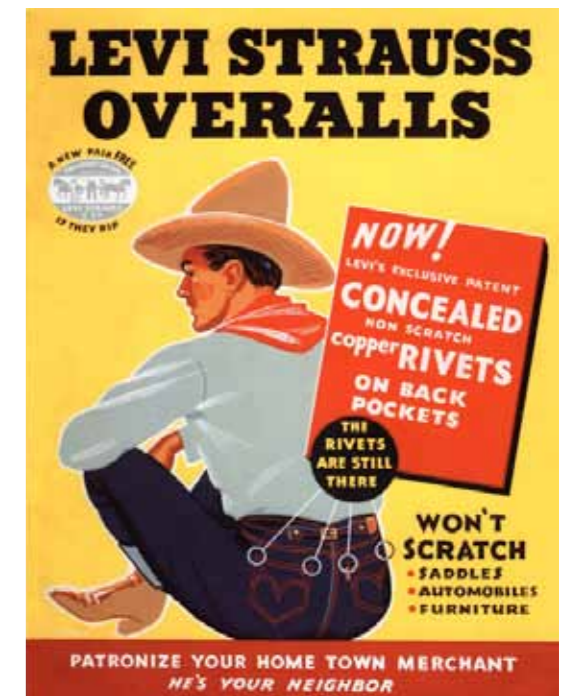
Strapazierfähige Denimhosen wurden in Europa schon im 19. Jahrhundert getragen. Die Jeans, wie wir sie heute kennen, wurden 1873 von Jacob Davis und Levi Strauss in der kleinen Goldgräberstadt San Francisco eingeführt. Davis und Strauss war an robusten Outfits für das harte Outdoor-Leben im äußersten Westen gelegen. Stabile Kupfernieten verstärkten die Taschen und die stark beanspruchten Partien. Ein Nummernsystem sollte den Händlern helfen, die unterschiedlichen Modelle der sogenannten „Waist Overalls“ zu identifizieren. Die Nummer 501 hatte die beste Qualität. Blaue Denimjeans wurden schnell zur Arbeits-hose für Cowboys, Holzfäller, Farmer und Rancher.

Die Jugendrebellin der 1950er Jahre in Amerika trugen Jeans, weil Leinwandhelden in Jeans, wie Marilyn Monroe in Vor dem neuen Tag (1952) oder James Dean in ... denn sie wissen nicht, was sie tun (1955), sie dazu ermutigt hatten. Jeans wurden nach Europa exportiert.

Lee, Wrangler und Levi's gaben den Teenagern auf beiden Seiten des Atlantiks ein Gefühl von Nachkriegswohlstand und jugendlicher Identität.

In den 1970er Jahren waren Jeans zum Einheitslook der Jugend geworden. Mädchen und Jungen mit langen Haaren und Halsketten trugen Schlaghosen im Partnerlook. Die ersten Designerjeans von Fiorucci, Ralph Lauren, Gloria Vanderbilt und Calvin Klein kamen auf den Markt. Bianca Jagger und Jacqueline Kennedy Onassis kauften sie. Klein engagierte die jugendliche Brooke Shields für eine Reihe provokanter Jeanswerbungen. Richard Avedon führte Regie und fotografierte. In einem TV-Spot gurrte Shields: „Nichts kommt zwischen mich und meine Calvins.“ Die Sunday Times berichtete, der Jeansverkauf habe den Wert des Unternehmens innerhalb eines Jahres von 25 auf 180 Millionen US-Dollar gesteigert.

Levi's 501 kamen in den 1980er Jahren bei Frauen und Männern wieder in Mode – unterstützt von etlichen TV- und Kinowerbungen. Im bekanntesten dieser Kultwerbespots zieht sich Model Nick Kamen in einem Waschsalon bis auf die Boxershorts aus. Im folgenden



GANZ OBEN: Tailorjeans in den Straßen von Los Angeles, 1979

OBEN: Magazinwerbung der 1950er Jahre für Levi's. In diesem Jahrzehnt entwickelt sich die Arbeits-hose für Männer zur angesagten Freizeithose bei Jugendlichen beiderlei Geschlechts.

GEGENÜBER: Umstrittene Jeanswerbung von Calvin Klein: Eine jugendliche Brooke Shields, fotografiert von Richard Avedon, 1980.

Jahrzehnt bestimmten Bootcut-Jeans und tief sitzende Hüftjeans den Trend. Neue Marken tauchten auf – Earl Jean, 7 for All Mankind oder True Religion. Spezielle Frauenjeansmarken boten vor allem schmeichelnde Schnitte und Stretchjeans an – zu entsprechend hohen Preisen. In nur 100 Jahren hat sich die Jeans als Arbeits-hose für Männer zur Designermode für Frauen entwickelt. ■



# Musikgrößen machen Modeschlagzeilen

IDEE NR. 61

## POPSTARS

Die Schnulzensänger der 1930er und 1940er Jahre wie Bing Crosby und Frank Sinatra waren die ersten großen Popstars. Dann kamen die 1950er Jahre, Rock and Roll und Elvis Presley. Aber erst die Beatles setzten die wahren Maßstäbe für alle kommenden Popstars.

Die Pilzköpfe waren Rock- und Popkö-nige. Sie schrieben ihre eigenen Lieder und hatten großen Einfluss auf die britische und internationale Mode. Für die Teens und Twens ihrer Zeit wurden sie zu Stilikonen.

Die Teds übernahmen in den 1950er Jahren von Elvis die Mode des Rock and Roll. Im folgenden Jahrzehnt ahmten die Männer die Frisuren, engen Anzüge und Stehkragen der Beatles nach. In den 1960er Jahren kopierten auch die Frauen ihre Pop- und Modeikonen. Janis Joplin brachte mit Batik und Samt den Hippie-look voran, und die französische Sängerin Françoise Hardy machte Werbung für den Space-Age-Style. Paco Rabanne und André Courrèges kleideten sie ein.

Mit den 1970er Jahren kamen David Bowie und sein grellbunter Glamrock-Stil in Mode. Stark geschminkt schlüpfte Bowie in die Rollen seiner Alter Ego Ziggy Stardust und Aladdin Sane. Männer wie Frauen imitierten sein androgynes Auftreten. Mick Jagers schillernde Ehefrauen wurden selbst zu Stars. Bianca Jagger kaufte bei Yves Saint Laurent und Ossie Clark und war berühmt für ihre regelmäßigen Auftritte im New Yorker Nachtclub Studio 54. Das texanische Model Jerry Hall, Jagers zweite Frau, dominierte ebenfalls die Schlagzeilen. Jagger selbst liebte extravagante Outfits. Im Londoner Hyde Park trat er mit Lederchoker zum androgynen weißen Rüschenhemd auf. Zur gleichen Zeit machte Vivienne Westwood die Punkband Sex Pistols ungeniert zu Anziehungspunkten der Punkszene als Wer-

bung für die Punkmode, die sie in ihrer Londoner Boutique verkaufte.

Die wohl prominenteste Kultfigur der 1980er Jahre war Madonna. Zu anzüglichen Korsetts und kurzen Röcken trug sie Netzstrumpfhosen, Perlen-schnüre und Rosenkränze. Ihre Bühnenoutfits stammten häufig von Jean Paul Gaultier. Noch 2009 war sie das Gesicht der Werbekampagnen von Louis Vuitton. Licensed to Ill, das Debütalbum der Beastie Boys, verhalf 1986 der Urban Streetwear zum Durchbruch. Die Hip-Hop-Band Run-DMC löste mit ihrem Song „My Adidas“ einen Run auf Adidas-Turnschuhe aus.

Die aus Seattle stammende Band Nirvana machte in den 1990er Jahren den Grunge-Look populär. Courtney Love, Sängerin und Ehefrau des Nirvana-Frontmanns Kurt Cobain, wurde in ihren glamourösen Versace-Kleidern so etwas wie eine Stilikone. Als Popdiva Mariah Carey in Jeans ohne Hosentuch auftrat, taten Millionen weiblicher Fans es ihr nach. Gab es einen besseren Weg, den flachen Bauch und seinen Nabelschmuck zu zeigen? Popprinzessin Gwen Stefani wurde mit ihrem Kooky-Style berühmt und gründete 2003 ihr eigenes Luxus-Fashionlabel L.A.M.B.

Lisa Armstrong schrieb 2003 in der britischen Vogue: „Mode und Musik sind inzwischen so verflochten, dass manche Musikerinnen das Gefühl haben, ihre eigene Mode zu entwerfen, sei das nächste logische Ventil für ihre Kreativität.“ Die Beziehung zwischen beiden Welten war nie enger. Die Popsängerin Rihanna warb 2009 für Gucci.



US-Fashionista Lady Gaga stolzierte derweil in einem nudefarbenen Body mit Jackett und High Heels durch die Straßen. Amy Winehouse brachte es trotz öffentlicher Drogensucht auf eine Flut von Nachahmerinnen mit Beehive-Frisuren, deren Form einem Bienenstock ähnelte.

Rapstars des neuen Jahrtausends wie Lil' Kim haben den Edel-Glamour-Look populär gemacht. Zahlreiche Hip-Hop-Größen gründeten ihre eigenen Modelabels – Kimora Lee Simmons ging mit Baby Phat auf den Markt, Sean „Puff Daddy“ Combs mit der Designermarke Sean John und Russell Simmons mit Phat Farm. Die TLC-Sängerin Lisa „Left Eye“ Lopes löste einen Trend zu Baseballkappen in Kombination mit Neonfarben aus. Und das Rap-Duo Kris Kross animierte seine Fans, ihre Kleidung verkehrt herum zu tragen.

Die Modeindustrie hat gelernt, auf den Wellen zu reiten, die die Musik vorgibt. ■

OBEN: David Bowie posiert für die Kamera, 1974. Er wurde verehrt für seinen Glamrock-Stil und seine Bühnenrollen als Aladdin Sane und Ziggy Stardust.



GROSSES BILD: Modefanatikerin Lady Gaga in voller Montur auf der Bühne, 2008.

KLEINES BILD: Madonna in Pose, New York, 1982.



## Als die Beine zu erogenen Zonen wurden

IDEE NR. 66

### STRUMPFHOSEN



Die neuen, blickdichten Strumpfhosen in kräftigen Farben passten perfekt zu den kurzen Röcken der 1960er Jahre.

Die Miniröcke wurden in den 1960er Jahren immer kürzer, die Rocksäume krochen unaufhaltsam nach oben. Für viele Mädchen muss die Erfindung der Strumpfhose eine Erleichterung gewesen sein. Sie brauchten keine Strümpfe und Strumpfhalter mehr – und konnten zum Bus laufen, ohne Angst zu haben, dass man ihr Höschen sah.

Sicherlich waren die dicken Strumpfhosen dafür verantwortlich, dass die Rocklängen 1969 mit dem Mikromini ihr absolutes Minimum erreichten. Strumpfhosen haben die weibliche Art, sich in Röcken oder Shorts zu bewegen, revolutioniert und lange Beine zur Geltung gebracht. Die Beine waren die neue erogene Zone.

Anfang der 1960er Jahre kamen in Europa Rippstrumpfhosen aus Wolle auf den Markt. In den USA füllten dünne Nylonstrümpfe mit verstärktem Hosenteil die Regale – die sogenannte „Pantyhose“. Im Eiswinter 1963 zogen manche Frauen die wärmenden Strumpfhosen ihren Strümpfen vor.

Als einer der ersten Modedesigner nahm 1965 Pierre Cardin Damenstrumpfhosen ins Programm. Für den Winter waren sie dick, undurchsichtig und einfarbig, für den Sommer weiß oder gemustert. Im selben Jahr präsentierte Mary Quant ihre Strumpfhosenkollektion in unzähligen Farben. Emilio Pucci bot Modelle mit seinen typischen Swirl-Prints an. Strumpfhosen mit Rautenmuster, Netzstrumpfhosen und Varianten in dunklen Hauttönen waren Ende der 1960er Jahre ebenfalls angesagt. Anfangs setzten sich Strumpfhosen nur langsam durch.

Erst in den 1970er Jahren hatten ihre Zweckmäßigkeit und ihr Komfort die meisten Frauen überzeugt. Der Marktanteil von Strümpfen war auf nur fünf Prozent geschrumpft.

In den späten 1970er Jahren entdeckten die Punks die Schockwirkung zerrissener Netzstrumpfhosen, besonders in Kombination mit schwarzen Stilettos. In den 1980er Jahren ging der Trend zur femininen Strumpfhose mit erotischer Wirkung. Spitzen- und Netzstrumpfhosen oder blickdichte dunkle bis schwarze Varianten zu engen Miniröcken waren in. In den 1990er Jahren setzte der Run auf Stützstrumpfhosen ein. Vergleichbar mit Miederwäsche, sollten sie die Kurven von Bauch und Po perfektionieren. Befreiend, figurbetonend und praktisch – was täte die moderne Frau ohne Strumpfhosen? ■



GROSSES BILD: Die Schauspielerin Daryl Hannah führt hauchzarte Strumpfhode vor, 1999.

KLEINES BILD: Provokante Werbeanzeige für das britische Strumpfhosenlabel Pretty Polly, 1970er Jahre.



„Strumpfhosen haben die weibliche Art, sich in Röcken oder Shorts zu bewegen, revolutioniert und lange Beine zur Geltung gebracht.“

# Sex, Nieten und Sicherheitsnadeln

IDEE NR. 80

## PUNK

Der Punk eroberte in den 1970er Jahren explosionsartig die Straße. Viele Menschen waren geschockt vom Aussehen der Null-Bock-Generation. Wer waren diese Kinder mit dem heftigen Make-up, der zerfetzten Kleidung und den aufmüpfigen Parolen?

Punk war eine überraschend kurzlebige kulturelle Erscheinung – mit umso größerer Wirkung. Von Großbritannien aus erreichte er New York, Sydney und den ganzen Erdball. In den 1970er Jahren lag die britische Wirtschaft am Boden. Die Arbeitslosigkeit stieg unaufhaltsam. Viele Jugendliche waren gelangweilt und rastlos. Die britische Punkbewegung begann im Prinzip als wütender Jugendprotest. Im Sommer 1976 begannen Londoner Kunststudenten und arbeitslose Jugendliche sich an der Kings Road im Stadtteil Chelsea zu treffen. Ihr Zentrum war die Boutique eines gewissen Malcolm McLaren und seiner Freundin und Modedesignerin Vivienne Westwood. Der Laden hieß SEX und verkaufte Fetischkleidung, Bondagehosen, obszöne Ohrringe und absichtlich zerrissene T-Shirts mit aggressiven Slogans.

McLaren und Westwood waren zur rechten Zeit am rechten Ort – und trafen exakt den Nerv der zornigen Teenager. 1976 gründete McLaren die Band Sex Pistols. Westwood kleidete sie mit ihren Entwürfen ein. Mit ihren schockierenden Eskapaden, anstößigen Texten und ungeheuerlichen Outfits eroberten die Sex Pistols die Schlagzeilen. Über Nacht wurden sie als Anführer der lauten und unzufriedenen Großstadtjugend berühmt. McLaren und Westwood entpuppten sich als Geburtshelfer und treibende Kräfte der Punkbewegung in Großbritannien. Ihr Re-

zept war eine bestechende Mischung aus Musik und Mode.

Punks trugen Leder, Gummi und PVC. Ihre Kleidung war vielfach aufgeschlitzt, bemalt, genietet und mit Sicherheitsnadeln und Ketten aufgerüstet. Sie färbten ihre Haare unnatürlich bunt und frisierten sie zu Stacheln oder Irokesenschnitten. Gesichtspiercings waren alltäglich und die Schockwirkung alles.

Als Musikströmung unabhängig voneinander in Großbritannien und den USA entstanden, breitete der Punk sich in Europa aus. Der Erfolg währte nur kurz. 1979 hatten sich die Sex Pistols schon wieder aufgelöst. Ihr Bassist, Sid Vicious, starb an einer Überdosis Heroin. Und Vivienne Westwood verlegte sich auf New-Romantic-Kollektionen. Die Kürze der Bewegung änderte nichts an ihrem spürbaren Effekt: Sie führte vor, wie die Mode gängige Gender- und Schönheitsklischees infrage stellen konnte. Sie gab London seine Rolle als innovatives Fashionzentrum zurück. Und sie ebnete den zahllosen zukünftigen Punkmode-Revivals den Weg. ■



Ein Londoner Punk, 1981. Unerschrockenes Make-up und Lederaccessoires gehörten zum Look.

„Der Punkstyle führte vor, wie die Mode gängige Gender- und Schönheitsklischees infrage stellen konnte.“



Punks der ersten Stunde, darunter die Musikerin Chrissie Hynde (Mitte) und Designerin Vivienne Westwood (2. von rechts), posieren in der Boutique SEX an der Londoner Kings Road, 1976.



„Elektro- und Textilingenieure betten Elektronik nun direkt in die Textilien ein.“



Ein Kleid mit LED-Technik im Innern, entworfen von Swarovski und Hussein Chalayan, Tokio, 2007.

## Die Zukunft ist jetzt

IDEE NR. 100

### ELEKTRONIK ZUM ANZIEHEN

In Kleidung eingenahte Computer und Telefone sind kein Zukunftstraum. Tragbare Elektronik wird im Moment entwickelt. Wir werden anders kommunizieren und unsere Kleidung neu bewerten. Es gibt bereits Visionen, wonach unsere Lieblingsjacke den Laptop und das Smartphone als unentbehrliches Kommunikationsmittel ablösen wird.

1922 installierte Alfred Dunhill in seinen Handtaschen ein Licht. Es ging an, wenn man die Tasche öffnete. Kurze Zeit später entwarf Elsa Schiaparelli Handtaschen mit Musik. Jüngste technologische Neuerungen verfolgten dagegen wesentlich größere Ziele als Licht und Musik.

1999 brachte der Elektronikkonzern Philips mit Levi Strauss eine Jacke namens ICD-Plus heraus. In extra geschützten Taschen steckten ein Mobiltelefon und ein MP3-Player. Über versteckte Kabel waren sie mit den Kopfhörern in der Kapuze verbunden. Die italienische C'N'C Costume National entwickelte Taschen mit kleinen Sonnenkollektoren zum Aufladen eines MP3-Players oder Handys. Doch elektronische Geräte in Kleidungsstücken waren oft schwer und hinderlich. Hinzu kam das Problem, wie man die Kleidung waschen sollte. Die Elektronik musste immer erst entfernt werden.

Motorradfahrer wissen ihre batteriebetriebenen Jacken- und Handschuhwärmer schon seit Langem zu schätzen. In den letzten Jahren sind Elektro- und Textilingenieure dazu übergegangen, Elektronik direkt in die Textilien einzubetten – wasch- und dehnbare Verkabelungen beispielsweise.

Die Unternehmen Softswitch und Burton Snowboards lancierten 2002 eines der ersten kommerziellen Elektro-Outfits mit einem textilen Display. Durch Berühren der eingebauten Bedienungsleiste im Ärmel der Snowboardjacke ließ sich ein MiniDisc-Player steuern. Die Snowboardfirma O'Neill erfand das NavJacket – eine Skijacke mit eingebautem Navigerät im Ärmel. O'Neill bot auch Jacken mit MP3-kompatiblen Unterhaltungssystemen an. Das Softtouch-Bedienfeld saß im Ärmel, ein Freisprechmikrofon im Kragen. Eine Segeljacke der britischen Wassersportmarke Gul hatte ebenfalls ein textiles Bedienfeld am Ärmel, mit dem ein versteckter MP3-Player angesteuert wurde.

Das Londoner Label CuteCircuit bringt neue Technologien direkt in die Mode. Ein Rock der Designer konnte bei Berührung Farbe und Muster ändern. Hussein Chalayan spielte mit Entwürfen, deren Form und Struktur sich per Fernbedienung variieren ließen (siehe Space Age, Seite 145).

Die technologische Entwicklung schreitet immer schneller voran. Die Kommunikation wird immer mobiler. Es scheint unvermeidbar, dass unsere Kleidung immer komplizierter und ausgefeilter wird. ■



Eine Mitarbeiterin von Pioneer zeigt 2002 den neuesten Prototyp japanischer Streetwear – eine Mischung aus Mode und

Technologie, inspiriert vom „Computer zum Anziehen“. Das hitzebeständige Stoffdisplay ist in den Ärmel eingearbeitet.



Entwurf von 2009: Dieser ultraleichte Galaxy Dress aus Seide von CuteCircuit ist mit 24.000 hauchdünnen LEDs bestückt und mit über 4.000 von Hand angebrachten Swarovski-Kristallen besetzt.