

Mode im Museum: Eine Ausstellung und ihr Kontext.

Anna-Brigitte Schlittler

...historical amnesia, intellectual pretension,
cronyism, promotion...¹

Während «Kleidung» als weitgefassete Bezeichnung aller Formen der Bedeckung des menschlichen Körpers seit langem Teil von Museumssammlungen ist – Museen für angewandte Kunst, ethnografische Institutionen, historische, Kunst- und Ortsmuseen besitzen oft kleinere oder grössere Bestände an Kleidung unterschiedlichster Provenienz –, wurde «Mode» bzw. «modische Kleidung» erst vor vergleichsweise kurzer Zeit in Sammlungen und Ausstellungen aufgenommen.

Die Ausstellungsgeschichte modischer Kleidung begann vor gut hundert Jahren: 1900 wurde im *Palais du Costume* an der Pariser Weltausstellung zum ersten Mal aktuelle (Damen-)Mode gezeigt.² In zahlreichen Dioramen konstruierte der damals berühmte Couturier M. Félix eine universal gedachte Kostümgeschichte, die mit imaginierten Artefakten versuchte, Variation und Vielfalt menschlicher Bekleidung verschiedener Zeit- und Kulturräume bis in die Gegenwart anschaulich zu machen.

Die ersten Versuche an der Pariser Weltausstellung vermochten trotz des grossen Erfolgs – im Katalog zur Ausstellung hiess es: «Les visiteurs s’y portent en foule, et en reviennent charmés»³ – keine kontinuierliche Tradition zu begründen.

Erst 70 Jahre später konnte die 1907 gegründete *Société de l’Histoire du Costume* das *Musée de la Mode et du Costume* im Palais Galliera eröffnen. Vorgegangen war 1967 das Museum des *Fashion Institute of Technology* in New York; weitere spezialisierte Museen folgten: 1978 das *Kyoto Costume Institute*; 1997 das *Musée de la Mode et du Textile* im Louvre; 2002 das *ModeMuseum Provincie Antwerpen*. Traditionelle Sammlungen, wie jene des *Victoria and Albert Museums*, begannen die Bestände mit zeitgenössischer Kleidung zu aktualisieren.⁴

Gegen Ende des 20. Jahrhunderts fand Mode schliesslich Eingang in die Kunstmuseen; veränderte politische und kulturelle Bedingungen hatten entsprechende Voraussetzungen geschaffen. Zum einen gerieten aufgrund eines neuen, im Wesentlichen ökonomisch ausgerichteten Verständnisses kulturelle Institutionen zunehmend unter finanziellen Druck und mussten beträchtliche Mittel selber beschaffen sowie gleichzeitig mehr Besucher anlocken. Zum anderen weckten neue Richtungen der Geisteswissenschaften, allen voran die *Cultural Studies*, Interesse an zuvor kaum wissenschaftswürdigen Themen.⁵

Die Einsicht, dass Mode eine der am schnellsten wechselnden Quellen für neue Ideen in der visuellen Kultur ist, ihre Publikumswirksamkeit sowie die scheinbar leichte Zugänglichkeit öffneten zeitgenössischer Kleidung die Türen zu Museen, die bisher kein Interesse an einer entsprechenden Auseinandersetzung gezeigt hatten – mit einiger Verzögerung auch in der Schweiz. Bislang bedeutendstes Ereignis war 2006 die grossangelegte Schau *Schnittpunkt* in St. Gallen, die alle wichtigen Institutionen einband.

Trotz der immer wieder festgestellten Affinität von zeitgenössischer bildender Kunst und Mode blieben entsprechend grenzüberschreiten-

de Veranstaltungen Episode und wurden theoretisch kaum reflektiert. Nach wie vor schwer wiegt der Diskurs, welcher Kunst, Design und Handwerk separiert und hierarchisiert,⁶ in der Auseinandersetzung mit Kleidung zusätzlich verschärft durch eine bald tausend Jahre währende, argumentativ erstaunlich starre moralische Kritik.⁷

Gerade die Öffnung von Kunstmuseen für Modedesign liess scheinbar überwundene hierarchische Strukturen wieder zum Vorschein kommen. Der eingangs zitierte Robert Muschamp, Kunstkritiker der *New York Times*, zeigt exemplarisch, dass überkommene Vorurteile weder abgeschwächt noch relativiert oder gar aufgehoben worden sind: In zeittypischer Manier begrüsst er zwar hochklassiges Design im Kunstmuseum, verdammt aber zugleich die «Werte» der Modewelt, die mit solchen Ausstellungen eingeschleppt würden.⁸ Offen bleibt die Frage, inwiefern Mode als Projektionsfläche für das weitverbreitete Unbehagen am zeitgenössischen Kunstbetrieb dient – angefeuert durch eine Berichterstattung, die den Berührungspunkt zwischen Kunst und Mode ausgerechnet im schrillen Spektakel ausmacht, bei dem Künstler längst zu Popstars mutiert sind, verwirrt durch die «Anmassung» potenter Modehäuser, ihre Flagship Stores in museale Architektur zu kleiden und mit innovativer Szenografie zu bespielen.

Die spezifischen, sozusagen kleidimmanenten Voraussetzungen für Modeausstellungen haben sich durch die behauptete Aufweichung der Kategorien um ein Set von Problemen erweitert, das jede museale Präsentation von zeitgenössischer Kleidung beeinflusst. Im Folgenden sollen das Konzept von *Kleid im Kontext* in Grundzügen dargelegt und einige dieser Prämissen beleuchtet werden.

Kleid im Kontext

Der Grundgedanke der Ausstellung war, ausgewählte Schweizer Modedesignerinnen und -designer einzuladen und herauszufordern, entlang ihren individuellen Fähigkeiten und Interessen, ungeachtet ökonomischer Gebote, erlesene Kleider und Accessoires zu entwerfen, die inhaltlich, formal und technisch herausragen.

Auf einer zweiten Ebene wird nach den grundsätzlichen Möglichkeiten von Kleidung im Verhältnis zu Körper und Raum gefragt. Aus den beiden Varianten, das Kleid entweder als dreidimensionales Gebilde oder als Fläche aufzufassen, hat sich die Zweiteilung der Ausstellung ergeben.

(Abb. 1-4)

Im ersten Raum finden eher skulpturale, im zweiten Raum eher flächenhaft-ornamentale Auffassungen ihren Ort. Zusammengeführt werden beide schliesslich im dritten Raum, im sogenannten Anbau, wo alle gestalterischen Positionen als *Kleine Schwarze* noch einmal konzentriert erscheinen.

Anders als bei monografischen Schauen, die mittlerweile auch bei Modeausstellungen dominieren, musste bei diesem Ansatz ein Konglomerat verschiedenster Kleider und Accessoires verbunden und zusammengehalten werden. Diese Funktion übernehmen fast raumhohe Wände als einheitliches architektonisches Element sowie die geometrischen Grundformen Quadrat, Diagonale und Oval, welche die Ausstellungsräume als (schwebende) Podeste strukturieren und prägen. Die Eigentümlichkeit der Räume des Gewerbemuseums – lang und vergleichsweise schmal – sollte nicht unterbrochen, sondern im Gegenteil als historisch-musealer Kontext erfahrbar gemacht werden, indem die Längsachsen erhalten bleiben. Im Anbau hingegen wird der Raum aufgegeben: Als lichtloser Umraum soll er die *Kleinen Schwarzen* diskret umfassen.

Die Szenografie widerspiegelt die beiden zentralen Themen.

Raum 1 (Abb. 1)



Raum 2 (Abb. 2)



Raum 3 (Abb. 3-4)



(Abb. 5)

Die skulpturalen Positionen werden als eher abstrakte Formen zur Geltung gebracht. Sorgfältig ausgeleuchtet, einzeln oder in Gruppen platziert, von der Decke hängend oder stehend, im Profil oder frontal, sollen die Puppen die Möglichkeiten des Dreiklangs «Körperraum – Kleidraum – Umräum» zeigen, zugleich aber auch Verwandtschaften und Differenzen der einzelnen Designerinnen und Designer sichtbar machen.

(Abb. 6)

Erzählerisch angelegt ist hingegen der zweite Raum: Angewinkelte Stellwände schaffen offene Zimmer für intimere Inszenierungen: Fokussiert wird auf das textile Material und seinen Übergang ins Kleid, auf das Spiel von Mustern und Ornamenten. Hier ist auch der Ort für eigentliche Geschichten, die den reichen materiellen und symbolischen Kontext aufzeichnen lassen, den Kleidung stets mit sich und auf sich trägt – ob wir uns dessen bewusst sind oder nicht.

(Abb. 7)

Erinnerte Erfahrung

Eine Eigenheit, die in dieser Form ausschliesslich das Ausstellen von Kleidung betrifft, ist die radikale Reduktion der alltäglichen Sinneserfahrung: Das Tragen und Berühren muss einzig im Visuellen konzentriert werden. Noch einmal eingeschränkt wird das visuelle Erlebnis durch den fehlenden menschlichen Körper – erst dieser vollendet die Kreation und verleiht dem Kleid Individualität und Lebendigkeit. Die unmittelbar körperliche Erfahrung wird in der Ausstellung notwendigerweise zur erinnerten Erfahrung.⁹

Für die Szenografie ergibt sich eine paradoxe Situation: Einerseits soll an die Erfahrung der Besucherinnen und Besucher angeknüpft und damit die (museale) Distanz verringert werden; andererseits ist es gerade diese Distanz, die eine Reihe substanzieller Erfahrungen und Erkenntnisse gestattet.

Um eine dauernde Verbindung zu den Besucherinnen und Besuchern zu gewährleisten, werden sie variantenreich miteinbezogen. Im Eingangsbereich ermöglicht eine verzögerte Videoaufzeichnung die Begegnung mit sich selbst durch den Blick des elektronischen Mediums; am Anfang der Ausstellung wirft jeder einzelne Körper einen Schatten; schmale horizontale und vertikale Spiegel setzen in den Haupträumen die Besucherin, den Besucher immer wieder neu neben und mit den Objekten ins Bild. Die doppelte Strategie der Nähe und Distanz hat auch die Wahl der Puppen beeinflusst: Die ausgeprägten Körperformen werden durch die schwarze Einfärbung relativiert.

Zentral ist die fragmentierte Erfahrung, die eine eindeutige Identifikation unterbindet. Da alle Menschen üblicherweise bekleidet sind, wird jede Art von Kleidung unwillkürlich auf den eigenen Körper bezogen und infolgedessen nach der «Tragbarkeit» beurteilt.¹⁰ Schränkt man diese «Expertise» ein, erhöhen sich idealerweise Toleranz und Interpretationsspielraum gegenüber den gezeigten Artefakten – die Sinne werden geöffnet für deren Neuartigkeit, Komplexität und Vielfalt.

Eye-Candy und Erkenntnis

Unumgänglich bei der Konzeption von Modeausstellungen ist die Auseinandersetzung mit den kommerziellen Inszenierungen – vom all-

Heiner Wiedemann (Abb. 5)



Manuela Helg/Karin Maurer (Abb. 6)



Anne-Martine und Kati Perriard (Abb. 7)



Christine Rösch (Abb. 8)



täglichen Schaufenster bis zum elitären Défilé. Da Kleider im Museum nicht völlig anders präsentiert werden können, ohne sie ihrer Identität zu berauben – so ist etwa irgendeine Form von Puppe meistens unabdingbar –, trifft Ausstellungen zeitgenössischen Modedesigns regelmässig der Vorwurf der kommerziellen Vereinnahmung.¹¹ Besinnt man sich allerdings auf eine der ursprünglichen und wesentlichen Funktionen des Museums, lassen sich die unterschiedlichen Intentionen relativ leicht ausmachen: Zielen Schaufenster und Défilés auf Verkaufsförderung,¹² haben museale Ausstellungen den Anspruch auf Erkenntnisgewinn einzulösen. Mit anderen Worten: Kleidung sollte nicht nur als *Eye-Candy*, als visueller Rausch, aufgefasst, sondern mit einem Kontext aus intellektueller Perspektive ergänzt werden.¹³

Eine Schau mit zeitgenössischem Modedesign befindet sich in der ungewöhnlichen Situation, dass Besucherinnen und Besucher in ihrer eigenen Kleidung eine unmittelbare Verbindung zum Ausstellungsthema haben: Der alltägliche Aspekt wird in die abgedunkelten Museumsräume hineingetragen. Diesen «Realitätsbezug» hat *Kleid im Kontext* versucht bewusst zu machen, zu vertiefen und zu einem breiteren Kontext auszubauen.

Die gezeigten Objekte dehnen zwar den Begriff des Kleids hin und wieder bis zur Utopie, bleiben aber trotzdem Kleider, die auf den menschlichen Körper zugeschnitten sind.

(Abb. 8-10)

Durch die weitgehend freie Zirkulation in der offenen Ausstellungsarchitektur, die minimal angehobenen Podeste und die weiter oben beschriebene visuelle Vernetzung soll ein permanenter Austausch zwischen idealen und realen Körpern, zwischen Strassenkleidung, gestalterischer Fantasie, individuellem Geschmack und zukunftsweisendem Design möglich werden.

Die Art und Weise, wie die einzelnen Modelle zu Gruppen zusammengefasst oder als Einzelpositionen gezeigt werden, beabsichtigt den Besucherinnen und Besuchern nicht nur die Kreativität des Designs, die handwerklich-technischen Möglichkeiten und die Vielfalt des äusseren Erscheinungsbilds vergleichend anzubieten, sondern auch Fragen anzuregen, etwa zur Konstruktion von Geschlechtsidentitäten, zu autobiografischen Episoden oder (kultur-)historischen Bezügen.

10.jahre.styleanddesign.ch

Christine Rösch, Video Stills (Abb. 9-10)



¹ Muschamp zit. nach Steele, Valerie: *Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition*. In: *Fashion Theory*, 12 (1) 2008, S. 17.

² Ebd., S. 9.

³ Baschet, Ludovic (Hg.): *Exposition Universelle 1900. Paris 1900*, S. 135.

⁴ Anderson, Fiona: *Museums as Fashion Media*. In: Bruzzi, Stella und Church Gibson, Pamela (Hg.): *Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis*. London und New York 2000, S. 377.

⁵ Ebd., S. 372.

⁶ Vgl. dazu u.a. Auther, Elissa: *Das Dekorative und die Abstraktion*. In: John, Jennifer und Schade, Sigrid (Hg.): *Grenzgänge zwischen den Künsten: Interventionen in Gattungshierarchien und Geschlechterkonstruktionen*. Bielefeld 2008, S. 97-118.

⁷ Vgl. dazu u.a. Wolter, Gundula: *Teufelshörner und Lustäpfel: Modekritik in Wort und Bild 1150-1620*. Marburg 2002.

⁸ Konkret bezieht sich Muschamp auf die Armani-Schau im *Solomon R. Guggenheim Museum* in New York im Jahr 2000 (Steele, *Museum Quality*, S. 17).

⁹ Palmer, Alexandra: *Untouchable: Creating Desire and Knowledge in Museum Costume and Textile Exhibitions*. In: *Fashion Theory*, 12 (1) 2008, S. 32f.

¹⁰ Ebd., S. 32.

¹¹ Steele, *Museum Quality*, passim sowie S. 15-30; Anderson, *Museum as Fashion Media*, passim.

¹² Wie die Ausstellung «Showtime – Le Défilé de Mode» (Musée Galliera, 2006) gezeigt hat, gelingen auch unter diesen Voraussetzungen manchmal Performances von ausserordentlicher künstlerischer Qualität.

¹³ Palmer, *Untouchable*, S. 59.

Bilder:

Fotografien © Michael Lio
Videostills © Christine Rösch (Abb. 9-10)

Erschienen in:

Anna-Brigitte Schlittler, Katharina Tietze (Hg.): *Kleider in Räumen*, Winterthur 2009