

**Gaulke, Johannes**

Die Mode in sexueller und wirtschaftlicher Beleuchtung

*Blaubuch II, Nr. 45 (1907)*

1361-1366

1361

Am Anfang war der Schmuck, nicht das Kostüm! Das heißt: der ursprüngliche Zweck der Kleidung galt nicht der Bedeckung des Körpers, um ihn vor den Einwirkungen der Witterung zu schützen, sondern seiner Verzierung, um ihn für das andere Geschlecht reizvoller zu gestalten. Alle in der Wildheit lebenden Völker, die den Luxus der Bekleidung wohl entbehren können, behängen dennoch gerade diejenigen Körperteile mit Fellen und Geweben, die von Natur am wenigsten für eine Kostümierung geeignet erscheinen: die Genitalien. Der Hüftschmuck ist die erste Form des Schmuckes überhaupt. Es folgen dann in der Kostümierung diejenigen Organe, die für das Geschlechtsleben von sekundärer Bedeutung sind: die Brüste. Nun könnte man aus dieser Tatsache die Folgerung ziehen, daß der Mensch sich seiner Nacktheit schämt und aus diesem Grunde sich verhüllt. Jedoch sprechen viele Erscheinungen gegen die Annahme einer dem Menschen von Natur eingepflanzten Scham. Der nackte Mensch, der Wilde ist im geringeren Grade von dem Gefühl der Scham beherrscht als der bekleidete. Eine Frau schämt sich oft mehr ihres dürftigen Kostüms als ihres Körpers. Kinder haben überhaupt kein Schamgefühl. Erst im Alter der Geschlechtsreife stellt sich das Bedürfnis ein, diejenigen Körperteile, die das andere Geschlecht begehrt, zu bedecken. Die Scham ist nach allem eine anerworbene Eigenschaft und sie dient dem „schwächeren“ Geschlecht im sexuellen Kampf als Mittel, das „stärkere“ zu überlisten. Scham und Koketterie sind demnach nahe verwandt, ja die Koketterie ist nichts weiter als eine bewußte, oftmals karikierte Betonung des Schamgefühls. Die Scham kann daher, sobald sie mit Raffinement zur Schau gestellt wird, leicht in ihr Gegenteil umschlagen - in Schamlosigkeit.

Die Geschichte des Kostüms und der Kleidermoden läßt uns mit größter Deutlichkeit nicht nur die Wandelbarkeit des Geschmacks, sondern auch des Schamgefühls erkennen. Wenn der Mensch nicht das Bedürfnis hätte, sich zu schmücken, und zwar zu dem ausgesprochenen Zweck, dem anderen Geschlecht zu gefallen, wäre die Kleider- und Toilettefrage wohl niemals eine „brennende“ geworden. Die Natur arbeitet mit äußerst raffinierten Mitteln, um die Art zu erhalten, um das Einzelindividuum zu seiner Fortpflanzung anzureizen. Die Natur schmückt sich im Frühjahr, der Erdboden gleicht einem tausendfarbigen Teppich, Blumenduft durchzieht die Lüfte, aller Lebewesen bemächtigt sich die Sehnsucht nach dem anderen Geschlecht. Das ist die Zeit der Empfängnis. Die Tiere des Feldes, die Vögel in den Lüften schmücken sich, um teilzunehmen an dem Liebesrausch. Und der Mensch? - Wenn in ihm die ersten Triebe erwachen, erwacht auch

1362

seine Eitelkeit. Das schillernde Federkleid des Vogels, das prächtige Fell des Raubtieres, das ihm die Natur versagt hat, eignet er sich an, um sich damit zu schmücken. Der Wilde bemalt seinen Körper und schmückt sein Haar mit Federn und Blumen. Der Kulturmensch geht raffinierter zu Werke: er bedeckt seinen ganzen Körper mit einem nüchternen Gewand und behängt sich alsdann mit Flitterkram und Schönheitspflasterchen, um die verloren gegangene Wirkung wiederzuerlangen - eine bemerkenswerte Verschleierung und Umwertung des Schönen in der Natur.

Der sexuelle Untergrund des Kostüms ist - unter welchem Himmelsstrich wir uns auch bewegen, in welchem Kulturzustande wir auch leben - niemals zu verkennen. Es hätten sich auch sonst für beide Geschlechter nicht grundverschiedene Trachten herausgebildet. Das Altertum war in dieser Beziehung noch glücklich daran, eine Kleidermode in unserem Sinne kannte es nicht, der Unterschied zwischen männlichem und weiblichem Kostüm war gering, die Kleidung war noch nicht mit dem Körper verwachsen; erst unserer Zeit war es vorbehalten, den Körper in Kostümstücke einzupressen und geschmacklos zu behängen. Unsere Zeit hat aber die Kleiderfrage oder die Mode zugleich zu einer wirtschaftlichen Erscheinung gemacht. Allerdings verdankt die Mode ihre wirtschaftliche Bedeutung wiederum ihren Beziehungen zum Sexualleben. Bald bricht sich eine Mode Bahn, weil sie die Geschlechtsmerkmale (den weiblichen Busen oder das Becken) stark hervorhebt und vergrößert, bald weil sie einen reizvollen Körperteil entblößt. Auf die Gestaltung des weiblichen Kostüms haben in früheren Zeiten auch die sittlich-religiösen Ideen einen wesentlichen Einfluß ausgeübt. So ist der Schnürleib, die ursprüngliche Form des Korsetts, die Erfindung eifernder Pfaffen gewesen. Es sollten die „sündhaften“ und zur Sünde anreizenden weiblichen Körperteile durch diesen Apparat auf ein bescheidenes Maß eingeschränkt werden. Natürlich hat man, wie so oft im Leben, auch durch diese Vorschrift genau das Gegenteil der schönen Absicht erreicht. Das Korsett in seiner heutigen Form karikiert den Typus Weib ins Maßlose und kann bei geschickter Anwendung den „sündhaften“ Körperteilen einen außerordentlichen Reiz verleihen.

Das nächstwichtige Kleidungsrequisit, das einen stark sexuellen Untergrund zeigt, ist die Turnüre (Cul de Paris). Ansätze zu einer Verschönerung und Vervollkommnung des unaussprechlichen Körperteils können wir bereits im Mittelalter beobachten. In England wurde sogar die natürliche Schönheit durch einen künstlichen Bauch erhöht! Die Turnüre hat sich in den verschiedensten Formen, die alle dahin tendierten, die weiblichen Hüften herausfordernder zu gestalten, trotz aller Anfeindungen und Bspöttelungen, wie eine böse Infektionskrankheit von Generation zu Generation, von Saison zu Saison geschleppt. Ein Kleidungsrequisit, das etwas verdeckt, um es zu betonen, setzt sich - mag es auch noch so unsinnig und unhygienisch sein - unter allen Umständen durch. Das lehrt uns gleichfalls die Geschichte des Reifrockes oder Krinoline. Man kann von diesem Mechanismus wohl kaum behaupten, daß er die Reize des Weibes erhöhe, im Gegen-

1363

teil verbirgt er etwas, von dem nicht jedermann Kenntnis nehmen soll. Die Krinoline, eine Erfindung der Prostituierten im 16. Jahrhundert, hat mehrere große Herrschaftsperioden aufzuweisen; zum letztenmal wurde sie von der Kaiserin der Franzosen neuentdeckt, als Eugenie einem freudigen Ereignis entgegensah.

Jedes Kostümstück ist in Form, Farbe und Zuschnitt einem immerwährenden Wechsel der Mode unterworfen. Die eigentliche Triebfeder bei diesem Vorgang bildet die jedem Geschlechtswesen eigene Gefallsucht. Aus diesem Grunde ist die Mode zu allen Zeiten Gegenstand ernsthafter und komischer Erörterungen seitens der Moralisten und Ästhetiker, der weltlichen und geistlichen Herren gewesen. Oft genug hat sich die Gesetzgebung mit der leichtfertigen Dame Mode beschäftigt und ihren Betätigungseifer mit aller Entschiedenheit eingedämmt. Die zahlreichen Kleiderordnungen des Mittelalters, die wir heute als kulturhistorische Kuriosa betrachten, geben der landesväterlichen Fürsorge für das Volk beredten Ausdruck. Bei einer nüchternen Betrachtung der Dinge gelangen wir jedoch bald zu der Erkenntnis, daß die Kleiderordnungen nur ein Gesetz zur Aufrechterhaltung der Standesgrenzen waren. Jedem einzelnen Stande, dem Ritter, dem Gelehrten, dem Bürger, dem Bauern, war der Verbrauch an Kleiderstoffen, Zuschnitt und Farbe genau vorgeschrieben. Jeder Stand war in der feudalen Gesellschaft, wie es heute noch der Soldatenstand ist, uniformiert. Allerdings war dem individuellen Geschmack in den Grenzen eines Standes immerhin noch ein größerer Spielraum gelassen, als es heute, wo die Mode einer Saison fast ausschließlich das Feld beherrscht, der Fall ist.

Die feudale Gesellschaft mit ihren Standes- und Klassenvorurteilen mußte erst zugrunde gehen, damit die Vereinheitlichung des Kostüms sich durchsetzen konnte. Daher kann man die große französische Revolution mit Recht als die Geburtsstunde der Mode bezeichnen. Die Standesgrenzen waren durch sie niedergerissen; das Bürgertum konnte sich nunmehr den anderen Ständen als ein in sozialer und wirtschaftlicher Beziehung ebenbürtiger Faktor anreihen und somit auch die äußerlichen Merkmale des Standesgeistes niederreißen. Der Entfaltung des individuellen Geschmacks im Kostüm stand nichts mehr im Wege, und tatsächlich feierte der „Modeteufel“ im ersten Jahrzehnt der neuen Ära wahre Orgien. Ein jeder konnte sich durch Stoff, Farbe und Zuschnitt seines Kostüms aus der Menge hervortun. Die aberwitzige Verschönerungsmanie hielt jedoch nicht lange an, da setzte auch schon die Tendenz der Vereinfachung und Vereinheitlichung des Kostüms um so stärker ein. Der einzelne wollte sich nicht mehr durch einen großen dekorativen Aufwand vor der Menge der Volksgenossen hervortun, sondern durch ganz kleine, für den „Uneingeweihten“ kaum wahrnehmbare Nuancen im Zuschnitt des Kostüms glänzen. Frack und Zylinder, die am meisten gespöttelten Kleidungsstücke, sind von symptomatischer Bedeutung für den Geschmack des 19. Jahrhunderts. In der Hauptsache wurde die Vereinheitlichung des Kostüms durch die

1364

wirtschaftliche Entwicklung des vorigen Jahrhunderts und die Ablösung des handwerklichen Betriebs durch den maschinellen gefördert. Aus dem Schneiderhandwerk wurde die Bekleidungsindustrie, die ihrer Natur nach auf große Produktionsmengen hingewiesen ist und dem individuellen Geschmack überhaupt nicht mehr Rechnung tragen kann. Während der alte Maßschneider fast ausschließlich auf Bestellung arbeitete und den Geschmack seines Auftraggebers oder die Besonderheit des Lokalkostüms zu berücksichtigen hatte, fabriziert der Großindustrielle nach einem bestimmten, durch die Mode festgesetzten Schema und verhandelt seine Fabrikate in alle Länder des Erdenrunds. Hieraus ist ersichtlich, daß der Geschmack nicht mehr durch den Konsumenten, sondern ausschließlich durch den Produzenten bestimmt wird. Ein Kostüm bleibt „modern“, solange der Fabrikant an dem Artikel interessiert ist, das heißt solange er ein wesentliches Güterquantum auf Lager hat. Ist es abgesetzt, muß er schleunigst eine neue Mode propagieren, um dem Publikum ein neues Angebot machen zu können. Die Mode ist somit nicht der Ausdruck des Schönheits- und Abwechslungsbedürfnisses des einzelnen, des kaufenden Publikums schlechthin, sondern eine vom Fabrikanten willkürlich vorgenommene, meist geringfügige Änderung im Kostüm, um das Publikum immerfort zum Ankauf anzureizen. Ein Rock oder ein Hut, der viele Jahre seinen Zweck als Kleidungsstück erfüllen könnte, wird meistens schon nach Ablauf der Saison ohne Berücksichtigung des Gebrauchswertes außer Kurs gesetzt, weil er unzeitgemäß - unmodern geworden ist. In früheren Zeiten trat ein Wechsel der Bedarfsgestaltung gewöhnlich erst dann ein, wenn der in Betracht kommende Gegenstand gründlich verbraucht war. Ich erinnere an den zu einer komischen Berühmtheit gewordenen „Bratenrock“, der sich von dem Vater auf den Sohn vererbte, in dem mehrere Generationen die feierlichsten Augenblicke des Lebens, freudvolle und leidvolle Stunden durchlebt hatten! Heute ist man nicht mehr sentimental genug, ein Kleidungsstück seines Alters wegen zu respektieren. Selbst das Mobiliar erlebt in bürgerlichen Häusern kaum die Verbrauchsperiode eines halben Menschenalters. Die Massenfabrikation verteuert verbilligt

den Gegenstand, aber sie verschlechtert ihn auch. Nun wäre es aber verfehlt, die moderne Industrie ausschließlich für die Minderwertigkeit ihrer Erzeugnisse und den rasenden Modewechsel unserer Zeit verantwortlich zu machen. Wie alle Erscheinungen des Lebens in steter Wechselwirkung zueinander stehen, so ist auch in unserem Falle ein steter Einfluß von Konsument zu Produzent und umgekehrt wahrzunehmen. Das heutige Geschäftsprinzip, die Mode und der ewige Modewechsel werden allein schon durch die Lebensgewohnheiten des modernen Menschen gefördert. Wir leben schneller als unsere Alvorderen. Die Seßhaftigkeit berührt uns wie eine Mär aus alter Zeit. Der Großstädter wird in der Verfolgung seiner Berufsinteressen schnell von einem Quartier ins andere gedrängt. Bald geht er im Norden, bald im Süden der Stadt seinen Geschäften nach, bald übt er zu Hause, bald auf der Reise seinen Beruf aus. Bei der Unsicherheit der Arbeitsverhältnisse verliert er das Interesse an einem ständigen

1365

Wohnsitz, die Mietswohnung gilt ihm nur noch als ein Provisorium und sehr schnell geht dem modernen Stadtmonaden Stadtnomaden

der Sinn für die eigene Häuslichkeit verloren. Das neue Geschlecht, das in den Industriezentren herangewachsen ist, kennt die Rührseligkeit der Alten, denen die Umgebung das erweiterte Ich war, nicht. Die modernen wirtschaftlichen Verhältnisse haben den Zustand der Aufgeregtheit und des Abwechslungsbedürfnisses geschaffen; Neuheit, Sensation, Abwechslung in der Kleidung, in der Umgebung, in der ganzen Lebensführung ist das Leitmotiv unserer Zeit. Daher ist das soziale Leben der Gegenwart förmlich mit Mode durchtränkt.

Wie entsteht nun die Mode? und auf welchem Wege wird sie eingeführt? - Wir hatten gesehen, daß an dem Modewechsel zunächst der Fabrikant interessiert ist, während das kaufende Publikum bei diesem Vorgang zu einer passiven Rolle verurteilt ist - eine ausgesprochen individuelle Geschmacksrichtung ist kaum noch in den Kreisen anzutreffen, die sich sonst alles leisten können. Die eigentlichen Erfinder einer Mode sind unter allen Umständen die internationalen Fabrikanten und Unternehmer, deren Hauptquartier immer noch Paris ist. Vor Beginn der Saison geben sich alle Tuchfabrikanten von Bedeutung ein Stelldichein in der französischen Hauptstadt, um in Verbindung mit den Konfektionären den Geschmack bis auf weiteres festzustellen. Gewöhnlich handelt es sich bei diesem hochwichtigen Geschäft um geringfügige Änderungen der verflossenen Mode. Waren in der vorigen Saison die trichterförmigen Ärmel „modern“, so lassen die Modemacher in diesem Jahre die Aufbauschungen um einige Zoll sinken, und die neue Mode ist gemacht. Am meisten Aussicht auf Erfolg haben natürlich, wie in früheren Zeiten, so auch heute die Änderungen, die eine starke Betonung der sekundären Geschlechtsmerkmale, des Busens, des Gesäßes und des Beckens, bezwecken. Denken wir nur an die verschiedenartigen Ausstaffierungen des Busens und der Hüften! Der Industrialismus trägt nicht nur dem Abwechslungstrieb der Menschen, sondern mehr noch den sexuellen Begierden Rechnung, um seine Fabrikate begehrenswert zu machen.

Nachdem die Mode festgestellt ist, muß sie durch einen gewaltigen Reklameapparat „kreiert“ werben. Dies kann durch Zeitungsinsertate, Musterkataloge und ähnliche publizistische Mittel geschehen, in der Hauptsache besorgen aber die großen Pariser Modemacher die Reklame durch die öffentliche Schaustellung ihrer neuesten Leistungen. Die Mittelsperson, welche die neueste Erfindung eines genialen Schneidermeisters dem Publikum vor Augen führt, ist die „*grande cocotte*“ und die Primadonna der großen Bühnen. Sarah Bernhardt galt lange Zeit nicht nur als die tonangebende Bühnenheldin, sondern auch als die Modeheldin *par excellence*. Ihre Garderobe war Gegenstand tiefsinniger Betrachtungen über das Problem der Mode in der Presse; von ihrem Auftreten, von der Art, wie sie die „*nouveautés*“ lanzierte, hing das Schicksal der Mode ab. Neuerdings ist die „*grande cocotte*“ mehr und mehr Alleinherrscherin im Reiche der Mode geworden. Diese wichtigen Mitarbeiterinnen der Konfektion werden oft rudelweise

1366

von den großen Firmen auf die Boulevards, Rennplätze, in die Salons und Theater geschickt, um Stimmung für die neueste Leistung des Modeteufels zu machen. Gelingt es, die Damen der ganzen und der halben Welt zu gewinnen, so ist die Mode „durch“; im anderen Fall muß sich der erfinderische Schneidermeister auf die nächste Saison vertrösten.

Der Unternehmer muß seinem Publikum immer neue Überraschungen bieten können, will er nicht von der Konkurrenz überrumpelt werden. Denn die Kaufneigung wächst in dem Grade, wie das neue Angebot kleine Abweichungen gegenüber den früheren aufweist. Diese Schwäche des Publikums weiß der umsichtige Unternehmer aber noch in anderer Beziehung auszunutzen, dadurch, daß er seiner Ware durch allerlei Tricks ein wertvolleres Ansehen gibt, als sie in Wirklichkeit hat. Der kostbarste Stoff kann unter Wahrung aller Äußerlichkeiten in Talmi nachgebildet und dadurch auf ein Minimum des ursprünglichen Preises reduziert werden. Nun ist es aber eine bekannte Eigenart der Mode, daß sie an Bedeutung und Wert verliert, sobald sie in minderwertiger Ausführung nachgeahmt wird. Dieser Umstand hat zur Folge, daß diejenigen Schichten, die um jeden Preis den Ton angeben wollen, immerfort gezwungen werden, Abänderungen und Umgestaltungen an ihren Bedarfsartikeln zu ersinnen. Kaum hat sich in den oberen Kreisen eine neue Mode eingeführt, so macht sie auch schon die untere Gesellschaftsschicht sich zu eigen, und die Jagd nach neuen Formen kann abermals beginnen. So sind sämtliche Krawattenformen, die der ehemalige Prinz von Wales seinem Erfindergenie abgerungen hat, allmählich ins Volk gedrungen, was den hohen Herrn unausgesetzt zu neuen und schöneren Leistungen angespornt hat. Die Mode kennt weder Rast noch Ruhe, sie ist die große Gleichmacherin unserer Zeit, sie nivelliert den Geschmack, sie steckt den König in das Kostüm des Bürgers und den Bürger in das Kostüm des Königs. Sie gibt dem einzelnen Gelegenheit, in die Masse unterzutauchen, sie gewährt ihm andererseits aber auch die Möglichkeit, sich durch kleine Abweichungen von dem üblichen Schema vor den anderen auszuzeichnen.