



Fashion Talks — Mode und Kommunikation in Paderborn

Was uns die Mode zu sagen hat

Heute lieber Schlabberpulli mit enger Röhrenjeans, die schicke Seidenbluse zur neuen Samthose oder vielleicht doch ganz adrett im schlichten T-Shirt und Bundfaltenhose? Manche Entscheidungen fallen schon morgens beim Blick in den Kleiderschrank schwer. Aber ganz gleich, auf was die Wahl schließlich fällt, mittels der von uns ausgesuchten Kleidung kommunizieren wir. Bewusst oder unbewusst. Sie zeigt, wie wir uns fühlen, ob wir auffallen wollen, was wir für Vorlieben haben, ob wir zu einer gesellschaftlichen Gruppe gehören oder einen bestimmten Beruf haben. Wie diese kleinen und großen Codes funktionieren, zeigt die Ausstellung „Fashion Talks – Mode und Kommunikation“ im Heinz Nixdorf MuseumsForum (HNF) in Paderborn.

Auf 500 Quadratmetern kann der Besucher eine spannende Reise durch die Welt der Mode unternehmen. Dabei geht es nicht um perfekt gestylte Supermodels, ausgefallene Modetrends oder verrückte Laufstegshows. Fashion Victims werden enttäuscht sein. Denn im Mittelpunkt steht jene kulturhistorische und industrielle Entwicklung von Mode, die deutlich macht, wie sich Muster, Stile, Formen und Tragweisen im Laufe der Jahrhunderte gewandelt haben.

Was Mode bestimmt

Die mehr als 600 Exponate stammen aus dem reichen Fundus des Berliner Museums für Kommunikation und geben einen Eindruck davon, wie kompliziert und vielseitig der Entstehungsprozess von Mode ist. „Mode wird von vielen Elementen bestimmt“, wissen daher auch die beiden Kuratorinnen Vera Franke und Bitten Stetter: „Ob Popkultur, Jugendszenen, künstlerische Avantgarde, Traditionen, Medien, die Straße oder neue Technologien, all das bestimmt Mode.“

In der Kürze liegt die Würze: Auf sieben Themenschwerpunkte konzentriert sich die Schau. Entdeckt werden können die Jugendszenen, Jeans und die Tarnkleidung (Camouflage) sowie die Geschichte der karierten Stoffe (Tartan). Außerdem wird die Bedeutung von Modemarketing, Uniformierung und moderner intelligenter Kleidung, genannt „Smart Clothes“, entschlüsselt.

200 verschiedene Jeans umfasst die Privatsammlung eines Schweizer: Einst als robuste Gebrauchskleidung für Goldgräber produziert, haben Jeans seit den 1950er Jahren die Jugendkultur geprägt. Die globale Alltagsuniform kann heute mit individuel-

len Gebrauchsspuren teuer verkauft werden. Wie gerade dem Kugelhagel eines Attentates entkommen wirkt die „Shot-Gun-Jeans“ von Stardesignerin Vivienne Westwood. Und die völlig zerfetzte weiße Jeans des belgischen Designerlabels Maison Martin Margiela erweckt den Anschein, als wäre man aus einem brennenden Haus kurz vor der Explosion entkommen. „Wer diese Jeans trägt, will sagen: Ich habe mit ihnen etwas erlebt“, so Vera Franke.

Schuhe mit Öls Spuren

Wie gesellschaftliche Themen Mode machen, verdeutlichen die Schuhe „Gulf Coast Cleanup Collection“. Sie scheinen mit Öls Spuren überzogen und suggerieren, der Träger sei bei der Bekämpfung der Ölpest an der Golfküste dabei gewesen. Für das ökologische Gewissen steht auch der graue Trenchcoat, der aus 1000 PET-Flaschen hergestellt wurde – grüne Linien gehören zum Standardprogramm vieler Labels.

Und wie es sich für das Computermuseum gehört, gibt es einen Ausblick auf die modische Zukunft. Intelligente Kleidung, sogenannte „Smart Clothes“, funktioniert durch Schnittstellen zwischen Mensch und Maschine. Medizin, Forschung und Technik profitieren davon: Mit einem speziellen Handschuh können Taubblinde kommunizieren, ein Kleid visualisiert Emotionen, und Textilien für Kinder reagieren auf Wärme und beginnen zu leuchten. Faszinierende Innovationen.

Martina Schäfer

Fashion Talks: bis 15. Juni 2014 im HNF, Fürstenallee 7, 33102 Paderborn
Öffnungszeiten: Di-Fr 9-18 Uhr
sowie Sa+So 10-18 Uhr
Tel. 05251-306-600, www.hnf.de
Katalog 19,90 Euro

