

Regine Hader

Raumschiffschuh und Leoprint: politische Dimensionen und Funktion einer Hyperaffirmation der Fälschungen in der Mode

Winter 2018/2019: Auf den Straßen der Metropolen bewegen wir uns modisch zwischen Leopardenerde und Mondexpedition. Im Trend liegen jedoch nicht echte Pelze und echtes Metall, sondern deren exzessiv verfehlte Imitationen. In der folgenden Analyse untersuchen wir Fakefelljacke und Spacesneaker historisch und systematisch in ihrer politischen Dimension. Welche Funktion erfüllt deren gegenwärtiger, hyperaffirmativer Umgang mit der Fälschung? Wir erforschen, wie die Modefälschung ihr reflexives und subversives Potenzial aktiviert, wenn sie tradierte Motive der Macht vom antiken Orient bis zum Kalten Krieg sowie der Geschlechterkonventionen und der Entgegensetzung von Orient und Okzident ästhetisch verhandelt.

Die Bloggerin Hitzeflimmern vereint die beiden Trends Spacesneaker und Fakefell (Abb. 1). An ihrem Beispiel wird exemplarisch herausgearbeitet, welche Funktionen die Analysegegenstände Spacesneaker und Leopardenermuster in der gegenwärtigen Umdeutung und Umwertung der Fälschung erfüllen. Die Gegenstände sind nicht nur aufgrund ihres historisch gleichzeitigen Wiederauftretens ausgewählt, sondern auch, weil sie mit unterschiedlichen ästhetischen Strategien die Fälschung hyperaffirmieren. Um das produktive Potenzial der Hyperaffirmation der Fälschung zu verstehen, werden wir anhand der Beispiele die „alte“ und „neue“ Funktionsweise der Fälschung einander gegenüberstellen sowie den historischen Übergang untersuchen.



Abb. 1: Hitzeflimmern mit Fakefell und Spacesneakern¹

Um die Verschiebung in ihrer historischen Dimension lesbar zu machen, untersuchen wir die Motive ideengeschichtlich. Dem liegt die Annahme Hermann August Korffs zugrunde, dass die Ideengeschichte über die Literaturgeschichte hinaus in kulturellen Erzeugnissen präsent ist und Aussagen über das Epochentypische und seine historische Entwicklung treffen kann.² Um die veränderte Bewertung der ästhetischen Praxis des Fälschens zu reflektieren, wenden wir diskurstheoretische Methoden an. Auf

¹ Estella Eckert: *Hitzeflimmern mit Fakefell und Spacesneaker*. 20. Dezember 2018, <https://www.instagram.com/hitzeflimmern/?hl=de/sds>, (20.05.2019).

² Vgl.: Hermann August Korff: *Geist der Goethezeit*. Leipzig 1923, S. 1–32.

Basis dieser Erkenntnisse über die Ideen- und Diskursgeschichte von der *alten Funktionsweise der Fälschung* hin zu den beiden *neuen Strategien des Fälschens* (also jener des Sneakers und jener des Leopardenfakes) zeigen wir auf, welchen Paradigmenwechsel das Konzept der *Originalität* in der Moderne durchlebt. Nachdem wir die Gegenstände in der Diskurs- und Ideengeschichte primär in ihrer exemplarischen politischen Dimension begreifen, werden wir im letzten Schritt aus dem Exemplarismus hinaustreten, um sie nach ihrer Aussagekraft über einen grundlegenden Umbruch des Konzepts der *Originalität* zu befragen.

1. Deutung und Umdeutung: die Geschichte des Leopardenfells

Bei der Jacke der Bloggerin handelt sich offensichtlich um einen sehr regelmäßigen, glänzenden Kunstpelz. Dieses Modell ahmt am ehesten einen dunklen Bärenpelz nach. In den letzten Jahren waren auf den Straßen der Großstädte aber auch andere offensichtliche Fakepelze wie die Teddyfelljacke oder – ein echter Klassiker des guten Geschmacks – der Leopardenfellmantel zu sehen. Da nicht nur Hitzeblimmern³ das Leopardermuster leidenschaftlich gern trägt, sondern es im Winter 2018/19 deutlicher als alle anderen Tiermuster als Trend hervorgetreten ist und bereits im Sommer zuvor in Form des Leopardenshirts „Naomi“ von Réalisation Par⁴ die Saison dominierte, konzentriert sich die Analyse auf dieses ikonische Fakefell.

In welche Tradition stellt sich die Trägerin des Leopardenshirts? Die vestimäre Geschichte des Leopardenshirts ist bis in den antiken Orient belegt: Die Ausgrabungsstätten von Catalhöyük, die bis etwa 6200 v. Chr. bewohnt wurden, zeigen Darstellungen von Männern, die mit Leopardenshirt bekleidet waren. In vielen traditionellen Gesellschaften Afrikas wird der Leopardenshirt als Thronpolster verwendet oder direkt getragen und läßt seinen Träger magisch mit der Stärke des Tiers auf.⁵ Im alten Ägypten trugen hohe Priester einen Leopardenshirt als Amtstracht und die Jagd von

³ Eckert: Instagram: <https://www.instagram.com/hitzeblimmern/?hl=de>, (wie Anm. 1), (12.05.2019).

⁴ Vgl.: Amy de Klerk: *This Réalisation Par shirt is the affordable hit of the summer*. <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a21943464/realisation-par-naomi-shirt-leopard/>, (03.05.2019).

⁵ Burchart Brentjes: *Das Leopardenshirt im Alten Orient*. Berlin 1966, S. 247.

Leoparden mit Lanze und Schwert war königlicher Sport.⁶ Die Nubier zahlten ihren Tribut an Ägypten in Leopard und bereits 1500 v. Chr. wurden die Felle nach Griechenland gebracht. Das Leopardenfell war damals also ein Symbol für den allerhöchsten gesellschaftlichen, religiösen und magischen Status – vielleicht auch der Grund dafür, dass ägyptische Göttinnen wie Mafdet und Seschat, aber auch die syrische Kriegs- und Liebesgöttin Anat sowie die Muttergöttin damit ausgestattet wurden.⁷ Über die Fahnenträger der römischen Legionen⁸, die verbrämten Helme der kaiserlichen und königlichen Österreichisch-Ungarischen Monarchie⁹, fellbedeckte Rücken als Auszeichnung im Militär des 18. Jahrhunderts bei den Herren und als das am weitesten verbreitete Großkatzenmuster in der Damenmode¹⁰ lädt der Pelz seine Träger und Trägerinnen mit der Macht, Stärke und Magie des Tieres auf. Er exponiert den hohen sozialen Status, rechtfertigt und stützt diesen etwa durch das Narrativ vom starken Jäger, der über das Tier triumphiert, oder der magischen Verbindung zu mächtigen, starken Göttinnen.

Im Spiegel der Kunstgeschichte wird deutlich, dass das Tragen von Haar und Pelz am Körper einer Machtaneignung gleichkommt. So legt sich Jakob im Alten Testament ein Fell auf die Brust, um sich als sein behaarter Bruder Esau auszugeben. Der blinde Vater Isaak fühlt sein Haar, hält ihn tatsächlich für Esau und segnet ihn. Durch die Aneignung des Fells erschleicht sich Jakob somit nicht nur den Segen, sondern auch die Stellung als Familienoberhaupt.¹¹ Auch die unerschöpfliche Kraft des biblischen Simson steckt im Haar: Die Philister können ihn nicht bändigen oder besiegen, bis sie schließlich von seiner Frau erfahren, dass seine Stärke an sein ungeschorenes Haar geknüpft ist. Als sie ihm sein Haar scheren, verliert er seine Kraft. Als sein Haar wieder wächst, kann er Israel ein letztes Mal verteidigen und bringt den Philistertempel zum Einsturz.¹²

⁶ Ebd., S. 247.

⁷ Ebd., S. 174.

⁸ Elizabeth Ewing: *Fur in Dress*. London 1981, S. 72.

⁹ Ebd.

¹⁰ Shannon Bell-Price u. Elyssa Da Cruz: *Tigress*. In: *Wild Fashion Untamed. The Metropolitan Museum of Art*. New York 2005, S. 123.

¹¹ Vgl.: *Einheitsübersetzung der Heiligen Schrift*. Stuttgart 2016, 1. MO 25;27;28.

¹² Vgl.: ebd. Ri 13,1–16,31.

Johann Hinrich Tischbeins d. Ä.¹³ malt Omphale, wie sie stolz ein Fell emporhebt, während sie ihren ehemals gekauften Gefangenen und Geliebten Herkules (in der griechischen Variante Herakles, eigentlich als Kraftprotz der Mythologie bekannt) Wolle spinnen lässt. Auch wenn das Ausmaß der visualisierten Verbreitung des Mythos in der griechischen Antike von Konrad Schauenburg eher gering geschätzt und von ihm erst ab dem Hellenismus und der römischen Kaiserzeit bestätigt wird¹⁴, ist die Verbindung von Haar und Macht spätestens zu jenem Zeitpunkt konventionalisiert. Der mythologische Kleidertausch zwischen Omphale und Herkules (oder in der griechischen Version zwischen Omphale und Herakles), der später in der Höhle an die Stelle des Geschlechtsakts tritt, zeigt nicht nur die historische Freude an der Travestie¹⁵, sondern zudem, wie durch das Tragen und Ablegen von Pelzen Macht produziert, an- und abgelegt wird.

Anna Municchi datiert den Beginn der Karriere des Leopardenfells in ihrem Buch *Ladies in Furs* auf das Jahr 1911, in dem die Vogue großformatig ein Exemplar davon präsentiert.¹⁶ In den 1920er-Jahren wurden häufig Kaninchen-, Lamm-, Kalbs- oder Ziegenfell bedruckt, um Leopardendruckmuster zu imitieren, das den zwanzigfachen Wert hatte.¹⁷ 1947 passiert in Paris das, was Modezeitschriften von heute einen „Game-Changer“ nennen würden: Christian Dior präsentiert den ersten Leopardendruck. Eine offensichtliche Imitation des Fells, die durch den Verzicht auf taktile Nachahmung und visuelle Stofflichkeitsillusion ihre Falschheit unmittelbar offenlegt sowie ihre Zitathaftigkeit unterstreicht. Er nannte sein

¹³ Johann Heinrich Tischbein d.Ä. (1754) *Omphale und Herkules*. Öl auf Leinwand, 215 x 166 cm, Gemäldegalerie der Alten Meister Kassel.

¹⁴ Konrad Schauenburg: *Herakles und Omphale*. Hg. *Rheinisches Museum für Philologie*, 103. Bd., 1. H. 1960, S. 57–76.

¹⁵ Vgl.: Dieser Vortrag ist nicht in schriftlicher Form veröffentlicht, jedoch als Videomitschnitt zugänglich:
Barbara Vinken: *Vom unverschämten Vergnügen der Mode - Alte Meister im Gespräch*.
<https://www.youtube.com/-watch?v=687t6XK-uFo>, timecode: 00:02:13-00:03:05, (14.06.2019).

¹⁶ Anna Municchi: *Ladies in Furs 1900–1940*. Zanfi, Mailand 1952, S. 15ff.

¹⁷ Bruno Schier: *Wege und Formen des ältesten Pelzhandels*. Frankfurt am Main 1951, S. 27 ff.

Muster *Jungle*. Als Inspiration hatte ihm seine als temperamentvoll, unabhängig und selbstbewusst stilisierte Muse Mitzah Bricard gedient.¹⁸

Der Punkt, an dem die Imitation des Leopardemusters nicht mehr das Ziel einer exakten Kopie des ökonomisch und symbolisch Wertvollen verfolgt, stellt eine Zäsur dar. Diese bereitet den heutigen ironischen Umgang mit der *Originalität* vor. In den 1950er-Jahren, einer Zeit, die nicht gerade für ihr progressives Frauenbild bekannt ist, entfalteten Leopard und Ozelot in Europa ihr volles Potenzial. Die erotische Eleganz und die undomestizierte Kraft, mit welchen der Leopard verbunden wird, schrieben sich seine weiblichen Trägerinnen auf den Leib. Sie gerieten damit in einen massiven Konflikt mit dem konservativen Frauenbild der Zeit: Leopard ist fast schon ein Synonym für die *Femme fatale*. Die Frauen, die im Zweiten Weltkrieg das zivile Leben aufrechterhielten und in Deutschland gerade erst die Städte wiederaufgebaut hatten, sollten plötzlich glauben, sie seien schwach, unterlegen und häuslich. Leopard, egal ob echt, künstlich oder auf billige Stoffe gedruckt, stellte die ästhetische Antithese zum populären Frauenbild dar. So entwickelte sich trotz prominenter Trägerinnen in den 1960er-Jahren wie Jacky Kennedy oder der sexuell selbstsicheren *Mrs. Robinson* aus *The Graduate*¹⁹, in Deutschland unter *Die Reifeprüfung* bekannt, aus genau dieser antifeministischen Haltung heraus der verächtliche Ruf des Leopardenfells als vulgär und billig. Dieses Urteil ereilte gleichsam seinen gedruckten Doppelgänger. Somit handelt es sich um eine klare Verunglimpfung des emanzipatorischen Potenzials des Leopardenfells, wenn es als „billig“ bezeichnet wird.

Die Imitation des Leopardenfells breitet sich in den 1940er-Jahren immer weiter in der Garderobe aus: Die Leopardenunderwäsche ist geboren. In den 1950er-Jahren schreibt Betty Page sie als Pin-up-Girl ins kollektive Bildergedächtnis ein und iteriert bei ihrem Grenzgang zwischen Erotik und Porno die Rolle des Leopardemusters als Grenzphänomen des guten Geschmacks.²⁰ Von den 1970er-Jahren bis heute nimmt Roberto Cavalli das Leopardemuster auf, indem er es auf seidige und transparente Stoffe

¹⁸ Christian Dior Couture: *Das Jungle Motiv*. K.A., https://www.dior.com/dior-mag/de_de/article/12-februar-1947-%E2%80%93-12-februar-2017-das-jungle-motiv, (23.04.2019, 18:40).

¹⁹ *The Graduate*. Regie: Mike Nichols, USA 1967, timecode: 00:14:50-15:41.

²⁰ Vgl.: Irving Klaw (1954): *Bettie Page tied to two posts*. Fotografie, k.A., Boca Raton.

druckt²¹: ein Untergrund, der die Übertragung besonders deutlich hervorhebt und keine Verwechslungsgefahr zum Pelz mehr erlaubt. Das Muster kommt schließlich in der Massenkonfektion an und wird von Subkulturen wie dem Punk adaptiert. Ikonisch wurde eine Fotografie des Bassisten der Sex Pistols, Sid Vicious, auf dem er ein Hemd im Leopardenlook trägt.²²

Die Kunstfelljacke der Bloggerin steht genau in dieser Tradition des offensichtlichen *Fakes*. Während die alten Felljacken nach den Originalen und dem Statushöheren streben, stellt sie ihre Falschheit aus: Statt Ober- und Unterfell, sind bei dieser Jacke sämtliche Haare exakt gleichlang und dick, bleiben starr und unbeweglich in ihrer Position. Die Trägerinnen reinszenieren dabei aber nicht einfach in umgekehrter sozialer Richtung die konventionelle Imitation des Statushöheren, die hier als *Ordnung A* beschrieben wird. Jedoch imitiert der Fakepelz auch nicht nur die Kleidung von Prostituierten und Frauen niedrigerer Klasse. Stattdessen stellt das Tragen des Fakefells einen subversiven Kommentar zum Konzept der *Originalität* dar, indem es jenes absichtlich, exzessiv verfehlt, seine Verfehlung durch übertriebenes Glänzen, übertriebene Symmetrie und die schlechte Verarbeitung überspitzt.

Die Hyperaffirmation der Fälschung, die also nicht mehr als *das Gefälschte* und auch nicht als *das zu Fälschende* identifiziert werden kann, sondern die Affirmation des Fälschenden heraufbeschwört, ist das subversive Zitat par excellence. Es führt die Kategorien des *Originals* und der *Fälschung* ad absurdum. Statt lediglich die Wertungen der Kategorien zu vertauschen, macht sie durch das Wechselspiel aus Imitation und ausgesetzter Verfehlung die Kategorien selbst unmöglich: Es ist das exzessive Zelebrieren der Kippfigur. Hier wurde deutlich, dass sich die ästhetische Erzählung des Fakepelzes nicht in einem tierschützerischen Gestus erschöpft. In dieser Absicht müsste nicht die Tradition des Pelzes, insbesondere des Leopardenpelzes, aufgerufen werden. Es ist die Freude am Dazwischen, an der nicht auflösbaren Kippfigur, die ihre eigene scheinbare Banalität infrage stellt und das scheidende Paradigma der *Originalität* mit ihrem ironischen Twist kommentiert.

Diese freudige Verfehlung, die zwischen Imitation und Idolatrie schwankt, ist dem profanierenden, dekonstruierenden Exzess

²¹ Paul Surridge: *Roberto Cavalli Autumn/Winter 2018 Ready-To-Wear collection*. Lake Como, 23.02.2018.

²² Adrian Boot: *Sid Vicious, The Sex Pistols. Fotografie, k.A., 1977*.

nachempfunden, der sonst den gebrochenen und scheiternden Antihelden der Dekadenzliteratur eigen ist. Wie Joris-Karl Huysmans Jean Floressas Des Esseintes zelebrieren die Trägerinnen und Träger des neuen Fakepelzes einen Abschied. Sie führen, vestimär codiert, ihr Wissen über das Scheiden eines Paradigmas schillernd und elend auf, indem sie die ästhetischen Formen der ehemaligen Ordnung (*Ordnung A*) imitieren und sie ihrer grundlegenden Idee berauben. Im Falle des Esseintes´ ist es die Religiosität als das Bedeutungsvolle, klar Geordnete, das er bereits im Namen trägt²³. Er imitiert sie mit seiner Mönchszelle als Schlafzimmer und der Aufstellung seiner Bücher wie Heilige Schriften, die er durch krisenhafte Texte Baudellaires ersetzt und profanisiert. Schlussendlich reduziert er sie auf ihre ästhetische Form, also das fingierte Gegenteil ihrer Bedeutsamkeit, und besudelt sie durch den sexuellen und ästhetischen Exzess.²⁴

Der heutige Fakepelz verfährt nach demselben Muster: Auch hier dient die *Imitatio* als erster Schritt des Raubes des grundlegenden Credo. Da das zentrale Argument des Pelzes aber die *Originalität* selbst ist, fallen in den Übertreibungen der ästhetischen Merkmale der verfehlten Imitation alle drei Momente zusammen: Imitation, Dekonstruktion und – das Pendant zur blasphemischen Feier – das ironische Jubilieren über den dekadenten Zusammenbruch. Am Ende tritt keine gescheiterte, sondern eine gefeierte, hyperaffirmative Fälschung an die Stelle der *Originalität*.

Das exzessive Potenzial dieser Subversion tritt in der heutigen Wiederbelebung der modischen Widersprüche der 1990er-Jahre zutage. Damals bestand eine Gleichzeitigkeit von Grunge, Bling und Minimalismus. Das Jahrzehnt der „üppigen Claudia Schiffer und des Waisenkindes Kate Moss, des verschwenderischen Christian Lacroix und des minimalistischen Helmut Lang“²⁵, These und Antithese stoßen in dieser Zeit aufeinander. Schlussendlich werden sie durch die Shows von Martin Margiela zum *Glumsh*, Glamour und Grunge fusionieren zu einer kommerziellen Übersetzung des fettigen Haars, der verloderten Kleider und der Verweigerung

²³ Ulla Momm: *Epilog*. In: Joris-Karl Huysmans: *Gegen den Stich*. München 2007, S. 267.

²⁴ Alain Vircondelet: *Joris-Karl Huysmans*. Paris 1990, S. 5–305.

²⁵ An dieser Stelle distanzieren mich ausdrücklich von der Beschreibung „üppig“ und verwende sie ausschließlich, um zu verdeutlichen, wie die 1990er-Jahre innerhalb der Modekritik als Episode der Gegensätze gelesen werden. *Die Mode der 90er-Jahre*. Regie: Loic Prigent. Frankreich (2014), 00:00:25-00:00:33.

des Konsums. Die Models schlagen in dieser Show 1990 sogar das Publikum.²⁶ Marc Jacob bringt diese absichtliche Verweigerung und Subversion auf der Suche nach *Originalität* mit seiner Grunge-Kollektion aus im Frühjahr 1993 in die High Fashion. Wenn wir heute also die subversive Ironie heraufbeschwören, zitieren wir gleichzeitig die gescheiterten Originale der Verweigerung, die zurück in das kapitalistische Modesystem gekommen sind. Marc Jacobs wurde übrigens am folgenden Tag von Perry Ellis entlassen.²⁷

2. Der neue und der alte Fakepelz

Im Folgenden werden die beobachteten Veränderungen nun systematisiert. Um sie über das Leopardmuster hinaus greifbar zu machen, werden zuerst zwei zeitgenössische Beispiele eingeführt, welche ebenfalls die Kategorie der *Originalität* mittels Fälschung epochenspezifisch neuverhandeln.

Das erste Beispiel ist das Vetement-Shirt. Die Marke kaufte 2016 für ein paar Euro pro Stück bei der DHL T-Shirts. Sie nähte die Etiketten um – anschließender Preis: 245 Euro pro Stück. Ein voller Erfolg! So erfolgreich, dass ab 2018 eine ganze Kollektion in Zusammenarbeit mit der DHL entsteht, die aus zerschnittenen und neu zusammengesetzten T-Shirts der DHL besteht.²⁸ Die Fälschung erwirbt auf diese Weise einen ironischen Charakter, der sich auch im berühmten Hermes-Kommentar wiederfindet. Bei diesem T-Shirt wurde Hermes durch Homies ersetzt und mit „South Central“ untertitelt. Im Rahmen eines Vortrags der Modetheoretikerin Antonella Giannone entbrannte übrigens eine rege Diskussion unter den Zuhörenden darüber, ob es sich nun um einen ironischen Kommentar oder eine missglückte Fälschung handelt.²⁹ Sowohl der gefälschte

²⁶ Ebd., 00:03:00-00:04:10.

²⁷ Ebd., S. 00:05:40-00:05:55.

²⁸ Lena Sämann: *Ab geht die Post! Vetements designt DHL-Kollektion.*

<https://www.vogue.de/mode/artikel/vetements-dhl>, (03.05.2019).

²⁹ Antonella Giannone: *Mode zwischen originellem Kopieren und kopierten Originalen, Aufzeichnung des Beitrags vom 22. April 2017 im Rahmen der Tagung *paste*© des Instituts für Medienkultur und Theater der Universität zu Köln*, <https://www.youtube.com/watch?v=e0RzJzaChn4>, Timecode: 00:20:01-00:23:49, (03.05.2019).

Pelz als auch das Vetement-Shirt zeigen also ein doppeltes Kippmoment: Sie sind nicht einfach nur eine Fälschung, sondern zweifelnder Metakommentar. Anhand der historischen Untersuchung unserer Gegenstände wurde deutlich, dass sich der subversive Umgang mit dem Konzept der Originalität (ein Übergang von *Ordnung A* in die *Ordnung A'*) in den 1950er- bis 1990er-Jahren verorten lässt und bis heute fortwirkt.

Hier entsteht also aus dem „alten“ Verhältnis von *Originalität* und *Fälschung* (*Ordnung A*) heraus eine „neue“ (*Ordnung A'*). In *Ordnung A* existiert jeweils ein *Original*, das von den Fälschungen imitiert wird. Das Konzept der *Originalität* ist aber auch in *Ordnung A'* nicht überwunden und tritt daher nicht als *Ordnung B* an ihre Stelle, wie folgender Fall zeigt: Wir schreiben das Jahr 1999. Es war das Jahr, in dem wir der Jahrtausendwende entgegenfieberten und sich der Supermarkt meines Heimatorts von „Super 2000 – Einkaufen in der Zukunft“ in „E-Center“ umbenannte. Das Bewusstsein absoluter Modernität lag selbst in der Provinzluft und wirbelte bei jedem Schritt unter dem großzügigen Schlag der bestickten Jeanshosen empor. Eine Grundschülerin aus reichem Hause kam (statt mit dem Einheits-Brustbeutel von Scout) mit einem Portemonnaie in die Schule, auf dem in hundertfacher Ausführung die Buchstaben LV thronen. Eine Freundin jubilierte: „Ah cool, du warst auch in Tunesien!“

Diese Selbstverständlichkeit der Markenfälschung bezeichnen wir als Reaktion auf die *Ordnung A*. In der strukturalistischen Logik der *Ordnung A* besteht a priori ein *Original*, während mehrere Fälschungen möglich sind, die jeweils mimetisch nach dem *Original* streben und mit diesem verwechselt werden möchten. Das Markenzeichen ist als eine erste Strategie zu verstehen, um mit einer Gruppe gleichwertiger Originale umzugehen und diese dennoch von Fälschungen abzugrenzen. Dieses Verhältnis erklärt die große Abhängigkeit des Originals vom Markenzeichen beispielsweise in Zeiten der Manufaktur sowie der einsetzenden Massenproduktion. Es dient dazu, trotz einer Vielzahl von *Originalen* das einseitig mimetische und hierarchische Verhältnis zwischen Original und Fälschung aufrechtzuerhalten. Die Anekdote zum tunesischen Louis-Vuitton-Portemonnaie offenbart das schamlose Selbstbewusstsein der Imitation. Die ironischen Fakes, wie der Leoprint oder das gefälschte DHL-Shirt von Vetements, zeichnen sich besonders durch die Übertreibung und das Selbstbewusstsein aus, die sie den „Originalen“ der Haut Couture annähern. Sie kritisieren damit nicht nur das *historisch kreative Zuerst*, das sich in die Tradition des Rechts eines Erfinders oder einer Erfinderin stellt,

sondern auch die an die Originalität geknüpften Konstrukte von Überlegenheit, Deutungshoheit sowie an den Besitz von Konzepten und Ideen – notfalls durch die Aneignung der Originale.

Die Verwechslung mit dem *Original* in der *Ordnung A* ist im Sinne Sibylle Krämers Medientheorie als das störffreie Prozessieren eines Mediums aufzufassen.³⁰ Erst wenn die Fälschung versagt, es also zu einem Störfall kommt, werden Medium und Materialität (also die Technik des Fälschens) sichtbar. Die Anekdote zum Louis-Vuitton-Portemonnaie zeigt eine Umkehrung der Vorstellung von *Original* und *Fälschung*. Dennoch bleibt sie dem Konzept der *Originalität* treu, indem nur die Objekte innerhalb der *Ordnung A* vertauscht werden: Sie verkehrt die Ordnung der Gegenstände, verändert ihre mimetische Beziehung aber nicht. Die beiden Gegenstände Leopardmuster und Spacesneaker (aus dem Jahr 2019) stehen hingegen exemplarisch für die *Ordnung A'* als Kommentar zum Streben nach dem *Original* im Sinne der *Ordnung A*. Sie sind ironische, selbstbewusste und schlitzohrige Fälschungen, die als Kippfiguren dem Begriff der *Originalität* nicht mehr blind Folge leisten, sondern diesen verarbeiten, neu verhandeln und infrage stellen.

Dennoch verdeutlicht diese Anekdote, in welchem Spannungsfeld die Mode sich schon vor dieser subversiven Ermunterung der Fälschung befunden hat: Für sie gilt – verglichen mit bildender Kunst oder Musik – ein weniger strenges Urheberrecht. Das Kopieren, Imitieren und Zitieren hat Prinzip. Es ist sogar ihre Voraussetzung, wie Georg Simmel bereits 1905 herausarbeitet. Das Wesen der Mode beschreibt er als eine *strukturelle Paradoxie* zwischen Nachahmung und Distinktion.³¹ Die Mode ist von der Notwendigkeit, zu dekomponieren und rekombinieren, durchzogen. Vielleicht ist gerade dieses ambivalente Verhältnis zwischen *als Original erkannt werden wollen* und *genuin auf Imitation beruhend* der Grund für die Popularität des Markenzeichens. Die Nähe der Begriffe *Moderne* und *Mode* deuten nicht nur auf diese Technik des Zitierens hin, sondern eben auch auf eine gewisse Prospektivität, auf die scheinbare Schnellebigkeit, den heutigen Rhythmus der Modeindustrie, aber auch auf das Abarbeiten an dem Konzept der *Originalität*, das von Benjamin über Heidegger bis Baudrillard kennzeichnend für die *Moderne* ist.

³⁰ Vgl.: Sibylle Krämer: *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt am Main 2008, S. 25 ff.

³¹ Georg Simmel: *Die Mode*. In: *Die Listen der Mode*. Hrg. v. Silvia Bovenschen, Frankfurt am Main 1986, S. 179 f.

Die Suche nach der *Originalität* und ihr schier unaufhaltsames Scheiden ist das große Thema der *Moderne*. Von Benjamin bis Baudrillard setzten sich Theorie, Kunst und Dichtung mit ihr auseinander. Meist ist die *Originalität* dabei ein nicht überwundenes Prinzip. Walter Benjamin untersucht beispielsweise den Verlust der Aura eines Kunstwerks, wenn dessen technische Reproduktion möglich wird. Das Medium der Fotografie ermöglicht nicht nur eine Reproduktion, sondern weist durch ihr technisches Dispositiv des Abzugs auf die Brüchigkeit des Begriffs *Originalität* hin.³² Er spricht dem Original einen durch Reproduktion nicht erreichbaren, aber durch sie zerstörbaren Wert zu. Die *Mode* als Massenprodukt kann hier analog zur Fotografie gelesen werden, die das originale, einmalige Stück obsolet macht.

Das Leopardmuster verhandelt Macht jedoch neben den bereits behandelten Diskursen der *Originalität* und der Emanzipation auch auf einer Metaebene: Durch das exzentrische Muster stellt es, ebenso wie der Spacesneaker, seine modische Verfasstheit sowie den Versuch eines Ausdrucks im Medium der Kleidung zur Diskussion. Die betont modischen Phänomene deuten damit auf einen diskursiven Raum, den wir durch die historische und semiotische Analyse des Leopardmusters bereits eröffnet haben. Nun dekonstruieren wir die Mechanismen des Ausschlusses, die das subversive Potenzial der Mode banalisieren und von einem intellektuellen Diskurs weitgehend ausschließen.

Über die Funktion der strukturellen Paradoxie zwischen Abgrenzung und Identifikation in der soziologischen Tradition hinaus trägt die Mode, wie die Untersuchung des Leopardenfells zeigt, lesbare Informationen über gesellschaftliche Paradigmen in sich. Walter Benjamin geht in seinem *Passagenwerk* sogar so weit, zu postulieren, dass die Mode – wenn man sie nur zu lesen versteht – Auskunft über drohende Kriege und Revolutionen gibt.³³ Diese streitbare Annahme verdeutlicht nicht nur in radikaler Form, welcher intellektuellen Kastration die Mode unterzogen wird, wenn sie (im doppelten Sinne) als verschleiende, trügerische Schlange auftritt, sondern wie sie ebenso von intellektuellen Diskursen ausgeschlossen und in den Bereich des Banalen, Oberflächlichen verschoben wird. Genau diese

³² Vgl.: Walter Benjamin: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt am Main 2003, S. 13.

³³ Walter Benjamin: *Passagenwerk*. In: *Walter Benjamin Gesammelte Schriften Band V*. Hrg. v. Ralf Tiedemann, Frankfurt am Main 2006, S. 131 ff.

unscheinbaren Oberflächenphänomene, die im Sinne Julia Gerz' als *banal*³⁴ bezeichnet werden, geben aber Aufschluss über den blinden Fleck unserer Fähigkeit, die eigene Gesellschaft zu analysieren. Ihr semiotisches Potenzial wird dabei nicht nur zum jahrhundertlangen Stiefmutterphänomen der Kunstgeschichte und Literaturwissenschaft, indem es besonders im deutschsprachigen Raum abseits seiner distinktiven Funktion lediglich selten Gegenstand des Diskurses ist, sondern wird auch in die Potenzialität verschoben.

Diese Verschiebung basiert auf der Annahme, dass die Intention einer vestimären Kommunikation die notwendige Bedingung einer semiotischen Lesbarkeit der Mode darstellt. Diese Annahme steht im Gegensatz zur Prämisse der Literatur-, Kultur- und Kunstwissenschaft, kulturelle Erzeugnisse a priori als lesbare Texte zu begreifen. Durch die Analyse eines Zeichens, einer kulturellen oder ästhetischen Praxis lässt sich über die bewusste Intention des Verwenders oder der Verwenderin hinaus codiertes und tradiertes Wissen freilegen.

Das Exzentrische, betont *Modische* (wie der Leoprint) wird dabei innerhalb des Systems der Mode als Gegenspielerin zum *Intellektuellen* verstanden, das seine Perfektion in Form des amodischen Anzugs findet, weil man – wie schon Nietzsche herausstellte – einfach Besseres, Sinnvolleres zu tun hat, als über Mode nachzudenken. Barbara Vinken fasst die textilen, amodischen Bekenntnisse mit den Worten „Mit dem Anzug hat sich die Mode am erfolgreichsten selbst überwunden“ zusammen.³⁵

³⁴ Hier liegt die Definition Julia Gerz' zugrunde. Das *Banale* ist durch seine Alltäglichkeit, besonders im Hinblick auf die mediale Vermittlung gekennzeichnet, wodurch es sich von der *Trivialität*, bei der ein Entwicklungsgedanke im Mittelpunkt steht, und dem *Kitsch*, der das Emotionale als Ursprung und Ziel sucht, unterscheidet. Alle drei Begriffe sind davon gekennzeichnet, dass es scheinbar keiner spezifischen Vorbildung bedarf, um Zugang zum Trivialen, Kitschigen oder Banalen zu erhalten. Die Wertung, die dieser Begriff in sich trägt, wird von Gerz und uns kritisch betrachtet, da gerade diese scheinbar banalen Phänomene Aufschluss über den gesellschaftlichen Konsens, über das Grundlegende einer Gesellschaft geben. Die Kategorie des Banalen wird von uns also in ihrem produktiven Moment genutzt, um das *Akzeptierte*, *allgemein Zugängliche* herauszustellen und dieses anschließend zu analysieren. (Vgl.: Julia Gerz: *Diskurse der Wertung: Banalität, Trivialität und Kitsch*. München 2011, S. 58).

³⁵ Barbara Vinken: *Die Blumen der Mode. Klassische und neue Texte zur Philosophie der Mode*. Stuttgart 2016, S. 115 ff.

Die Ablehnung der Mode versuchen Friedrich Theodor Vischer, Georg Simmel und Thorstein Bunde Veblen wissenschaftlich zu stützen.³⁶ Der psychoanalytische Modetheoretiker Johan Carl Flügel betrachtet diese Erklärung distanziert und sucht stattdessen nach einem historischen Grund für die Entsagung. Er beschreibt sie in Nietzsches Tradition als Umgang mit den Veränderungen der Französischen Revolution. Bis dahin hatte sich der Adel pompös gekleidet. Nun ist das den Frauen vorbehalten. Die Männer – adelig oder nicht – entsagen der schönen Mode. Stattdessen kleiden sie sich kollektiv in Anzüge und überlassen den individuellen und schönen Körper, der zuvor beispielsweise durch Strümpfe präsentiert wurde, den Frauen. Ihre neue Aufgabe ist die Aufteilung der Macht.³⁷ Neuere Uniformen der Entsagungen sind zum Beispiel die Kombinationen Jeanshose und Rollkragenpullover à la Steve Jobs oder schwarzer Rollkragenpullover und Brille für Architekten oder modische Trittbrettfahrer des Existenzialismus.

³⁶ Gertrud Lehnert: *Modetheorie: klassische Texte aus vier Jahrhunderten*. Bielefeld 2014, S. 16.

³⁷ Vgl.: ebd. 16 ff.

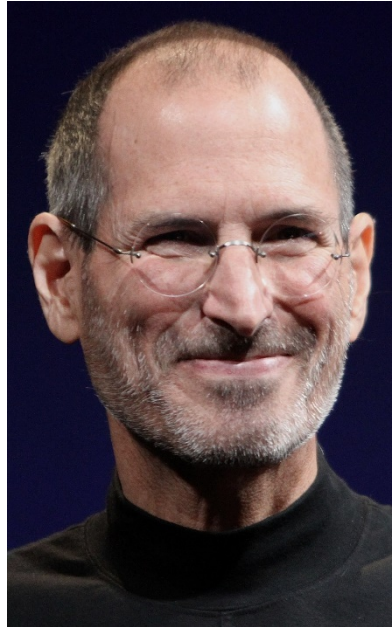


Abb. 2: Steve Jobs. Zeitgenössische Strategie der modischen Entsagung³⁸

Tatsächlich müssen sich ihre Trägerinnen und Träger nicht der Frage „Was zieh ich an?“ stellen. Besonders diese wohlgewählten Uniformen schreien aber geradezu ihr semiotisches Potenzial heraus, das ihre Träger und Trägerinnen so gerne leugnen und unterdrücken wollen. Die uniformen, minimalistischen Outfits versuchen, eine neutrale, scheinbar ungestaltete Ästhetik zu kreieren. Statt selbst Bedeutung zu tragen, sollen sie als leerer Resonanzkörper erscheinen. Dieses Verfahren funktioniert nach demselben Mechanismus wie der *White Cube*.³⁹ Ein Ausstellungskonzept, das seit den 1920er-Jahren als Antithese zu den seidenbespannenen

³⁸ *MetalGearLiquid*, basierend auf *Steve_Jobs_Headshot_2010-CROP.jpg* von Matt Yohe: *Steve Jobs at the 2010 Worldwide Developers Conference*. 7 June 2010, digitale Fotografie, 1,557 x 2,489 Pixel.

³⁹ Gregor Stemmrich: *White Cube, Black Box and Grey Areas. Venues and Values*. In: *Art and the Moving Image: A Critical Reader*. Hrg. v. Tanya Leighton u. Charles Esche, London, S. 431–443.

Wänden der Gemäldesammlungen in Schlössern und Museen auftritt. Der weiße, geradlinige Raum, der komplette Neutralität und Leere suggeriert, bedeutet in seinem Minimalismus aber natürlich auch ein Bekenntnis. Auf der Ebene der Ausstellungspraxis bekennt er sich zur Reduktion, zum Kunstwerk im Mittelpunkt, zur Abstraktion. Ihre stoffgewordenen Übersetzungen, die schwarz-weißen Uniformen, sind ebenso radikale Bekenntnisse zum Minimalismus, zum Schnörkellosen – kalkulierte, mathematische, rechtwinklige Entsagungen gegenüber der Arabeske, Bekenntnisse zum Westlichen, zu Malewitsch⁴⁰. Es ist die exzessive Entsagung gegenüber der Mode als innerem Orient⁴¹, wie ihn Barbara Vinken entwirft. Der Mode wird die Rolle des Ornamentalen zugewiesen, des Arabischen, des Weibischen, des Verspielten und Glänzenden, mit dem kokettiert wird, dass es seine Loos'sche Rolle als Verbrechen⁴² aber noch lange nicht überwunden hat. Die letzte Gegenüberstellung ist für die die Forschungsfrage besonders interessant, da sie als Topos bereits das Problem dieser Publikation fasst: die Mode als das *Unnatürliche*, Verfälschend-Künstliche. Dieser Topos nährt sich aus Geschichten wie der biblischen Erzählung über den Ursprung der Kleidung, in dem sie als direkte, logische Folge des Sündenfalls auftritt.⁴³ Der Beginn der Schuld und der Kleidung werden also in der populären Erzählung auf denselben Zeitpunkt verlegt.

⁴⁰ Kasimir Sewerinowitsch Malewitsch (1929): *Schwarzes Quadrat auf weißem Grund*, Öl auf Leinwand, 80,0 cm × 80,0 cm, Tretjakow-Galerie, Moskau. Malewitsch selbst stellt nicht nur durch die radikale Reduktion mit *Schwarzes Quadrat auf weißem Grund* die Modernität als einen formalen Bruch mit der malarischen Konvention dar, sondern eben auch eine Dekonstruktion des Ausschweifenden, Religiösen. Durch die Positionierung des Gemäldes im Winkel der oberen rechten Ecke (in der Ausstellung 0,10), die traditionell den Ikonen vorbehalten ist, führt er die ästhetische Entstehung von leiblicher Anwesenheit nicht logosbasierter Konzepte wie Religiosität oder Spiritualität vor. In dieser künstlerischen Dekonstruktion der Ikone fallen Ornament und Religiosität zusammen. Sie werden durch die Imitation der Form und Hängung gleichzeitig und gleichermaßen als Produkte einer Inszenierung aufgerufen und beseitigt. Sie weichen dem Suprematismus, der unserer Gegenwart seine Gradlinigkeit hinterlassen hat.

⁴¹ Vinken: *Angezogen. Das Geheimnis der Mode* (wie Anm. 35), S. 9 ff.

⁴² Adolf Loos: *Ornament und Verbrechen*. In: *Sämtliche Schriften in zwei Bänden, Erster Band*. Hrg. v. Franz Glück, Wien, München 1962, S. 276–288.

⁴³ Vgl.: *Einheitsübersetzung der Heiligen Schrift*, 1. Mo 3,21–23.

In der heutigen kulturkatholizistischen Gesellschaft⁴⁴ schlägt sich das Narrativ von der Vertreibung aus dem Paradies, welches Nacktheit und Natürlichkeit bedeutet, in Form eines Verständnisses von Kleidung als Betrug und verfälschende Oberflächlichkeit nieder.

Dieses Moment, das die Mode mit anderen visuellen Phänomenen wie der Kulturtechnik des Schminkens teilt, geht also nicht nur auf die Gegenüberstellung mit etwas *Eigentlichem*, einer Bedeutung zurück, welche die ästhetische, materielle Form als sekundären, sinnleeren Aufschub begreift. Sogar auf ihrer visuellen Ebene setzt sich der Konflikt in der Gegenüberstellung mit einer imaginierten Natürlichkeit fort, die sie verunreinigt, verdrängt, betrügt. Die Mode ist zum einen abgelehnter Gegensatz zum wahrhaftigen, natürlichen Körper, dessen Existenz die Body Studies infrage stellen. Diese untersuchen, welche Körper in verschiedenen Epochen als natürlich betitelt werden. Sogenannte *natürliche* Körper sind in jeder Epoche durch Arbeit, populäre Sportarten, Konventionen der Haltung, Nahrung und Schlafgewohnheiten völlig unterschiedlich beschaffen. Das Narrativ des natürlichen Körpers, der aktuell im Kampf gegen das Diktat der Fünf-Klingen-Rasur und der Push-up-BHs eine Renaissance erlebt, ist folglich keine stabile Größe. Die Argumentation richtet sich an dieser Stelle keineswegs gegen die Unversehrtheit und Freiheit von Körpern. Sie verdeutlicht, dass es sich beim nackten Körper als utopische Natürlichkeit um eine Fiktion handelt, die wiederum neue Ideale erschafft und legitimiert, indem Merkmale mit ideologischen und normativen Begriffen wie *gesund*, *schön* oder *normal* aufgeladen werden. Ihr normatives

⁴⁴ Vgl.: Otto Weiß: *Kulturkatholizismus: Katholiken auf dem Weg in die deutsche Kultur 1900 – 1933*. Regensburg 2014, S. 22–246. An dieser Stelle muss ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass die These des Kulturkatholizismus zwar kulturelle Prägungen in ihrer Tradition nachverfolgen und erklären kann, sich heutige Wertevorstellungen und Kulturpraktiken in Deutschland sich aber nicht ausschließlich durch das Lesen der Spur der katholischen Kultur im Konflikt (beispielsweise mit dem Protestantismus) erklären lassen. Diese Lesart homogenisiert die geschichtliche Dimension der Menschen und müsste maßgeblich durch das Lesen weiterer religiöser und weltanschaulicher Traditionen ergänzt werden, die sich ebenso in den Vorstellungen und Kulturpraktiken der Menschen niederschlagen, die der jeweiligen Religion nicht angehören oder sie nicht praktizieren.

Potential können sie dank der oppositionellen Haltung zum dominanten Ideal, das auf der Überhöhung scheinbar binärgeschlechtlicher Merkmale basiert, verschleiern.⁴⁵ Über das Naturalisierungsargument werden diese Ideale unanfechtbar: ein argumentativer Schritt, der von der mittelalterlichen Ständeordnung (mit kurzem argumentativen Umweg über einen Schöpfungsgott) bis zur binärgeschlechtlichen, heteronormativen Gesellschaft eine Erfolgsgeschichte als rechte Hand der Mächtigen in der Produktion und Dogmatisierung machtpolitisch relevanter Wahrheiten hinter sich hat.

Dieses Narrativ des natürlichen Körpers ermöglicht also erst seine Erhebung zum unerreichbaren Ideal, da es das Moment der *Originalität* und der Echtheit für absolut erklärt. Unter diesen Prämissen führt die Mode ihre Rolle der Maschinerie der Lüge und unnatürlichen Verfälschung fort. Das normative Narrativ der *Natürlichkeit* steht in einer teleologischen Tradition des Gottgegebenen und Akzeptierenden, einer Reprojektion des nicht überwundenen Wunschs nach *Originalität* auf den eigenen Körper.

Das große Ideal der *Originalität* kennzeichnet nicht nur den Diskurs über Körper. Er wird im Bereich der Kleidung, die nach Glavac,

⁴⁵ An dieser Stelle bedienen wir uns an Michel Foucaults Vokabular zur Beschreibung der Sichtbarkeit und Verschleierung von Macht. Dieser Anlehnung liegt die Annahme zugrunde, dass Ideale eine diskursive Form von Macht sind. Sie werden nur selten ausdrücklich in ihrer Komplexität formuliert, sondern durch Bilder und Phrasen zusammengesetzt und reproduziert. Selbst Darstellungen, die nicht der Erotik oder der Inszenierung von Schönheit dienen, unterstützen zum Beispiel durch die schematische Darstellung von Frauen- und Männerkörpern zu Aufklärungszwecken oder in Piktogrammen einen Blick, der zwei Varianten der Idealität als gesund und normal inszeniert. Dass dabei keine Frauenkörper mit schmalen Hüften und breiten Schultern, flachen Brüsten und ausgeprägten Becken oder ähnlichen dargestellt werden, obwohl diese gleichermaßen gesunde Körper darstellen und die Realität möglicherweise genauer darstellen können, zeigen die diskursive Verstrickung von ästhetischem Ideal und Gesundheit. Der Trick des anatomischen Schemas, das grundsätzlich andere Varianten als möglich erklärt, „zufällig“ aber eine zeigt, die dem aktuellen Ideal nahesteht, ist eine Form dieser Verschleierung. Tradierte Schönheitsideale, wie das Bild der Frau mit großen Brüsten, schmaler Taille, breiten Hüften, langen Haaren und großen Augen, das in den 1990er-Jahren in den USA und Europa als besonders weiblich betrachtet wurde, stellt beispielsweise eines dieser machtvollen Ideale dar, dem mit dem Ideal der *Natürlichkeit* entgegengetreten wird. Dabei wird jedoch nicht das Konzept der Idealität überwunden.

Höpflinger, Pezzoli-Olgiati im Verhältnis von *Skin und Second Skin* diskutiert wird, auf die Kleidung übertragen.⁴⁶ Die Künstlerin Alba D'Urbano spielt mit dieser Dopplung, indem sie nackte Körper auf Kleider druckt.⁴⁷ Diese werden wiederum teilweise an Models vorgeführt, deren Hauttöne sich deutlich vom Ton der Kleidung unterscheiden, oder bewusst so bedruckt, dass Ober- und Unterteil nicht nahtlos ineinander übergehen, um den illusorischen Bruch hervorkehren.

Zusammenfassend spielt die *Mode* durch ihre bereits beschriebene Zitataftigkeit und ausgestellte Verfehlung der *Imitatio* mit dem Paradigma der *Originalität*. Zum einen werden in ihrer uferlosen Intertextualität immer wieder Originale aufgerufen. Zum anderen wird das Original durch die endlose Kette der Zitate, die serielle Produktion in Kollektionen und das Phänomen des Trends unmöglich. Sie nimmt die *Originalität* aber durch das Markenzeichen wie einen Echtheitsstempel für Manufakturporzellan wieder in sich auf und erklärt ihre eklektizistischen Collagen somit wie in einem performativen Sprechakt zu neuen, intertextuellen, unauthentischen Originalen. Sie bewegt das Original also von seinem sicheren Narrativ des Anfangs weg und macht es zu einer Kippfigur, zu seinem eigenen Gegenteil. Das Leopardemuster unterstreicht sein exzentrisches, betont modisches Wesen. Es rebelliert nicht nur gegen den White Cube, die männliche Reduktion, Malewitsch und die Westlichkeit, sondern vollzieht diese Rebellion mit Hilfe des Fells als tradiertes modisches Zeichen der Macht. Das hyperaffirmative Tragen des Fells in der *Ordnung A'* geht also nicht nur subversiv mit Zuschreibungen zu Orient und Okzident, Mann und Frau, mächtig und ohnmächtig um, sondern vollzieht dies betont in einem Medium, das in intellektuellen und politischen Diskursen als bedeutungslos erscheint.

⁴⁶ Monika Glavac, Anna-Katharina Höpflinger u. Daria Pezzoli-Olgiati: *Skin and Second Skin. Körper, Kleidung, Religion*. Hrg. v. ders., Göttingen 2003, S. 7–28.

⁴⁷ Alba D'Urbano: *Il Sarto Immortale*. K.A., <http://www.inm.de/people/alba/sarto/index.html>, (12.05.2019), Die Künstlerin veröffentlicht diese Arbeit ohne Datum auf ihrer Website. Die analogen Teile dieser Arbeit sind seit den 1990er-Jahren in verschiedenen Fassungen in wechselnden Ausstellungen zu sehen.

3. Politische Dimensionen des Raumschiffschuhs

Um diesen subversiven Gestus über das Beispiel des Leopardenfells hinaus als kennzeichnend für zeitgenössische Strategien des Fakes sichtbar zu machen und die politische Dimension dieser Subversion zu konkretisieren, richtet sich die Untersuchung des Umgangs der Spacesneaker mit dem Konzept der *Originalität* beispielhaft an der Verhandlung politischer Ereignisgeschichte aus.



Abb. 3: Die Spacesneaker wirken durch den Glanz wie massive, metallische Raumschiffe



Abb. 4: Eckige Strahlen und Stromlinien auf den Spacesneakern

Bei dem Spacesneaker der Bloggerin handelt es sich um das Modell *Classic leather*, einen beweglichen, weichen Sneaker aus dem Hause Reebok. Für das Obermaterial wird eine silberne, metallische Farbe verwendet. Diese silberne Farbe und die glatte, glänzende Oberfläche erzeugen unwillkürlich die Illusion eines metallischen Körpers, das Gegenteil des weichen Schuhs. Sie sind elliptisch geformt, die Ziernähte verlaufen an den Seiten

stromlinienförmig – so aerodynamisch, als durchquerten sie selbst beim Stehen die Luft, die rechts und links an ihnen vorbeizieht. Sie erinnern an Raumschiffe, an kleine Ufos, in deren obere Öffnung die Bloggerin ihre Füße gesteckt hat und die sie bei jedem Schritt abheben und landen lässt.

Durch die Illusion eines metallischen Objekts, das in seiner Form fest ist und sich durch eine Umwelt bewegt, die sich ihm anschmiegt, an ihm vorbeiströmt oder -fließt, erscheint der Schuh statisch und hart. Erst wenn das Leder in der Bewegung knickt und sich biegt, bricht die Illusion in ihr Gegenteil. Das weiche Material, das schnell abnutzt und in unserem Beispiel dadurch den metallischen Illusionismus verfliegen lässt, ist das besondere Merkmal der Marke. Nach den Anfängen in der Herstellung von Angel- und Campingausrüstung verhalf der Olympiasieger Harold Abrahams im Hundertmeterlauf 1924 der Marke als Schuhhersteller zu Bekanntheit. Der *Reebok Freestyle*, 1983 der erste populäre Schuh der Firma, ist ebenfalls abseits der Basketball-, Hip-Hop- und Gangsterkultur der Sneaker beheimatet: ein Aerobicshuh – zu allem Überfluss auch noch der erste athletische Schuh, der speziell für Frauen designet wurde. Fortan zeichnen sich die Schuhe dieser Marke durch ihr besonders weiches, bewegliches Leder aus. Bereits der Name Reebok, der auf einschlägigen Sneakerheadswebsites vom Namen einer Antilopenart auf Afrikaans hergeleitet wird, verspricht Leichtfüßigkeit, Flinkheit und Wendigkeit.⁴⁸ Eine stärkere mythologische Diskrepanz, als die zwischen metallischen, stabilen Raumschiffen und einer extra weichen, in allen Achsen faltbaren zweiten Haut, ist im Hinblick auf Materialität kaum denkbar. Welche Narrative rufen die metallische Illusion sowie die raumschiffartige Ästhetik auf? Wozu dienen diese Illusion und deren beschriebener Bruch?

Das Raumschiffdesign auf den traditionellen Sneakern ruft deutlich die Zeit des Kalten Kriegs auf, in der die Raumfahrt im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit stand. Der Weltraum fungiert damals als Austragungsstätte des politischen Kampfs zwischen Kapitalismus und

⁴⁸ Diese Quelle wird nicht als wissenschaftlicher Beleg für den Ursprung des Namens herangezogen, sondern als Beleg für die Legenden- und Imagebildung der Marke als leichtfüßig in Abgrenzung zur Gangsterkultur. Sneakerheads ist ein popkultureller Ausdruck für Menschen, die sich besonders intensiv mit Sneakern beschäftigen, beispielsweise ungetragene Modelle sammeln oder sich intensiv mit ihnen identifizieren. (Vgl.: Suzy Kassem: *Reebok*. <https://web.archive.org/web/20080507043942/http://sneakers.about.com/od/brands/p/Reebok.htm>, (21.05.2019)).

Kommunismus. Wie der Erste Weltkrieg den Trenchcoat und über Manfred von Richthofen, bekannt als *Roter Baron*, die Lederjacke in die Welt der Mode brachte⁴⁹, zieht auch der Ost-West-Konflikt in Form einer Ästhetik der Weltraumsehnsucht⁵⁰ seine vestimären Konsequenzen nach sich, die von David Bowies Musikvideo *Space Oddity* aus dem Jahr 1969 bis zu den Sneakern der Bloggerin vererbt wurde. Die Omnipräsenz der Ellipsen, Galaxien und silber-weißen, glatten Lack- und Metalloberflächen drücken die neugierige Wissenschaftsgläubigkeit aus, der Bowie mit der Zeile „I think my spaceship knows which way to go“⁵¹ ein Denkmal setzt. Sie erzählen von der Illusion, ideologische Kämpfe durch technischen Wettkampf austragen zu können, der wie ein Wettlauf anmutet, als Potenzschau, die latent die potenzielle kriegerische Auseinandersetzung in sich trägt.

Der Sneaker weist eine lange Geschichte als Einschreibungsfläche auf: In *Back to the future II* wird er zum Hightechobjekt mit aerodynamischer Form.⁵² Die damalige Science Fiction ist nicht nur eine Mutmaßung über die Zukunft, sondern maßgeblich an der Gestaltung des Zukünftigen, an dessen Ästhetik und Logik beteiligt. Diese Verbindung funktioniert im Fall des Sneakers aber auch rückwärts: Die Luftpolsterung, die den Airmax bis heute zur Legende macht, erfand beispielsweise 1977 der NASA-Ingenieur Frank Rudy.⁵³ 1980 wurde das Luftpolster im *Nike Tailwind* zum ersten Mal verwendet und ist seit 1987 in den Airmax zu sehen.⁵⁴ Der *Air Force 1*, man beachte hier auch stets die sprechenden Namen der Schuhe,

⁴⁹ Nicola Lepp: *Ledermythen. Materialien zu einer Ikonographie der schwarzen Lederjacke*. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*. 96, Heft 4, 1993, S. 171–195.

⁵⁰ Ein weiteres Beispiel ist der Galaxy Print, der vor circa fünf Jahren sein großes Comeback in Form von Leggings erlebte.

⁵¹ Ebd.

⁵² Die Schuhe werden sogar mit einer eigenen Szene im Trailer zum zweiten Teil gezeigt. *Back to the future. Part I. Trailer*. Regie: Robert Zemeckis, USA 1989, Timecode: 00:01:23-00:01:25.

⁵³ N.N.: Walk on Air. European Inventor Award. K.A, <https://www.epo.org/learning-events/european-inventor/finalists/2009/rudy.html>, (11.5.2019).

⁵⁴ Fabian Gorsler: *Nike's 1979 Tailwind Is the Unsung Hero of Air Bubble Technology*. 15.02.2019, <https://www.highsnobiety.com/p/nike-air-tailwind-history/>, (11.05.2019).

war schließlich 1987 der erster Basketballschuh mit Airpad.⁵⁵ Die Solen des *Nike Moon* wurden 1972 als Hommage an die Fußabdrücke gestaltet, die Neil Armstrong 1969 auf dem Mond hinterließ.⁵⁶ Der aktuelle Schuh *Nike Air Max Lunar 90 Moon Landing* imitiert sogar die Mondoberfläche durch modellierte Krater auf dem silber-grauen Schuh und kleine, fragmentiert US-Flaggen als historische Anspielung an den Fersen.⁵⁷

Herkömmliche Sneaker wie die *Jordans* machen dem Begriff *Sneaker*, wörtlich übersetzt *Anschleicher*, alle Ehre: Sie weisen eine lange Geschichte der Illegalität auf. Michael Jordan trug seine roten *Jordan Ones* bei seinen Spielen und verstieß damit gegen die Regeln der NBA. Er musste hohe Geldstrafen zahlen, bis Nike diese Übertretung wiederum im Werbespot aufgriff. Die Schuhe wurden nun ironisch durch schwarze Balken zensiert.⁵⁸ Sneaker seien die Tracht von New Yorks Zuhältern und Drogendealern. Man könne mit dem richtigen Paar Schuhen eine Waffe kaufen. In Chicago und New York hätte es Überfälle gegeben, nur um die Schuhe zu erbeuten, und im Gefängnis bestimmte ein Paar Sneaker über den Status des Häftlings,⁵⁹ erinnern sich Uni Avshalom und Bönz Malcone an die späten 1980er- und frühen 1990er-Jahre in New York und Chicago. Der Trend, die Schuhe ohne Schnürsenkel zu tragen, kommt übrigens aus den amerikanischen Gefängnissen. Insassen durften keine Schnürsenkel besitzen, um sich damit nicht zu erhängen oder andere zu gefährden. Nach der Entlassung trugen viele die Schuhe weiterhin ohne Schnürsenkel, sodass dies auch außerhalb der Gefängnismauern zum Trend wurde.⁶⁰ Dieser Aspekt, aber auch die heutige Verbreitung des Sneakers bis in den *Business Casual* hinein erzählen davon, wie wohlsituierte Bürger und Bürgerinnen

⁵⁵ Simon Wood: *Sneaker Freaker. The Ultimate Sneaker Book*. Köln 2018, S. 270–272.

⁵⁶ N.N.: *1972 Nike Moon Shoe*. <https://uncrate.com/1972-nike-moon-shoe/>, (11.05.2019).

⁵⁷ Althofen, Nike Air Max Luna90 „Moon Landing“ Ready to take off, <https://www.sneaker-zimmer.de/airmax-lunar90-moonlanding/>, (12.05.2019).

⁵⁸ Die historische Werbung ist heute nur noch unter ungeklärten urheberrechtlichen Rahmenbedingungen im Internet zu finden, beispielsweise hier: CicksOnFire.com: *Banned Air Jordan 1 Commercial*. <https://www.youtube.com/watch?v=eEmAgKYV1uo>, (11.05.2019).

⁵⁹ *Just for the Kicks*. Regie: Thibaut de Longeville; Lisa Leone, USA 2006, timecode: 00:35:24-00:36:47.

⁶⁰ Bill Adler in: *Just for the Kicks*. Timecode: 00:09:04-00:09:40, (wie Anm. 59).

Kriminelle oder sozial Benachteiligte bis hin zu Gefangenen imitieren. Die Richtung der Imitation funktioniert nicht mehr wie in der Exposition der *Ordnung A* von unten nach oben, sondern von oben nach unten.

Walter van Berendonk, Margiela und Xuly Bët thematisieren in ihren 1990er-Jahre-Shows diese Bewegung. Sie verlegen ihre Modenschauen direkt auf die Straße: Musik aus dem Ghetto, Front Row ade. Diese Übertragung ist im Bereich der Arbeitskleidung seit der Moderne vom Matrosenhemd bis zu den Kleidern der aktuellen Kollektion von Prada⁶¹ programmatisch. Aktuell greift die Kollektion von Prada mit schwarzen Kleidern über weißen T-Shirts kombiniert mit um die Hüfte geschnallte Portemonnaies und Fenny bags, welche Röcke und Kleider wie Schürzen fallen lassen, die Arbeitskleidung von Kellnerinnen und Dienstmädchen auf. Das Merkmal der *Ordnung A* im Hinblick auf die Aneignung modischer Elemente anderer Klassen ist die Übertreibung und Überzeichnung in einer wechselseitigen Aneignung von oben nach unten und von unten nach oben.

Nach demselben Prinzip funktioniert aktuell die übertriebene Nachahmung von spießiger, bürgerlicher Outdoorkleidung, die sich Studierende in den Metropolen mit den Fennybags der Hundebesitzer und Touristen sowie den Dad Sneakern auf den Leib schreiben, während die Sneaker für die Generation ihrer Eltern, die bereits im Namen zitiert werden, erst durch die jüngere Generation in der Arbeitswelt salonfähig wurden.

Spike Lee inszeniert Sneaker in seinem Film *Do the right thing* als Gegenteil des schnöden Gebrauchsgegenstands: Der Sneaker wird zum Schatz, zum Statussymbol, das nicht befleckt werden darf.⁶² Ähnlich verhält es sich mit Adidas-Schuhen, die auf dem Cover der Hip-Hopper Run-D.M.C. *My Adidas* zu sehen sind und dadurch erstmals radikal vom Sport gelöst und in einen subkulturellen Kontext gebracht werden. Sneaker als Alltagsschuhe wurzeln in den Basketballschuhen und entwickelten sich über den Hip-Hop zu Fashion shoes und schließlich über ihre Tauglichkeit für den Break Dance zum festen Bestandteil der „Bad-Boy-Outfits“, erklären Mitglieder der Szene wie der Hip-Hop-Pionier Grandmaster

⁶¹ Vgl.: Miuccia Prada: *Prada Odette Gürteltasche aus Saffiano. Kollektion SS 19*. https://www.prada.com/de/de/women/new_arrivals/bags/products.prada_odette_g%C3%BCrteltasche_aus_saffiano.1BL023_NZV_F0637_V_OOG.html, (31.04.2019).

⁶² *Do the right thing*. Regie: Spike Lee, USA, 1989, 00:34:14-36:19.

CAZ von den Cold Crush Brothers.⁶³ Die Schuhe, die das wichtigste Element des Outfits eines „B-boys“ darstellten, sollten immer wie frisch gekauft aussehen.

Zu diesem Zeitpunkt zeigt sich also, ähnlich wie bei den Mods, ein Streben einer finanziell eher schwachen Gruppe nach neuem und makellosem Aussehen. Dazu wurden beispielsweise Zahnbürsten mitgenommen, um optisch jederzeit den Verkaufszustand der Schuhe erhalten zu können.⁶⁴ Die Materialien der Kleidung, die antithetisch zu den Anzügen und dem Schuhwerk des Establishments verfasst sind, werden nicht wie die wiederentdeckten Chuck Taylor All Stars (ursprünglich ein 1950er-Jahre-Schuh)⁶⁵ vernachlässigt, sondern bis ins Absurde gepflegt. Die Überspitzung von Sauberkeit und Ordnung, die durch die gegensätzlichen Schnitte im Gestus einer Ablehnung der Bürgerlichkeit erfolgt, stellt ebenfalls den Übergang von einer *Ordnung A* (nach dem gesellschaftlich Höheren streben, es imitieren) in die *Ordnung A'*, zur subversiven Verfehlung und Überspitzung, dar. Beispielhaft dafür sind überdimensionierte oder fehlende Schnürsenkel, ästhetisch gegensätzliche Materialien und Farben.

Hier zeigt sich eine weitere große Regelmäßigkeit der zeitgenössischen Mode: Sie greift Aspekte der popkulturellen Subkultur auf und überführt sie in populäre Kultur, in Produkte der Kulturindustrie.⁶⁶ Die Reeboks, die als Laufschuhe begannen und statt an den Füßen von

⁶³ *Just for the Kicks*. Timecode: 00:01:41-00:02:04, (wie Anm. 59).

⁶⁴ Ebd. 00:03:55-00:05:03.

⁶⁵ Bei jeder Wiederentdeckung durch eine rebellische Jugendkultur wurde ihr Verschleiß mehr zelebriert. Sie wurden mit Peace-Zeichen und Anarchiesymbolen bemalt und provisorisch geflickt. Ihre exponierte Abnutzung und Bearbeitung mit Kugelschreibern hebt sie als Einschreibungsfläche und Schauplatz des Verfalls, beispielsweise im Punk, hervor.

⁶⁶ Diesen Begriff entlehnen wir der Dialektik der Aufklärung. Er wird verwendet, um die beschriebene, typische Bewegung vom kulturellen ins kulturindustrielle zu beschreiben (bei Horkheimer und Adorno von der autonomen Kunst zur Kulturindustrie). Hier muss jedoch beachtet werden, dass die Mode per se nicht als autonome Kunstform gedacht wird, sondern nur die Analogie des Übergangs subkulturell entwickelter Praktiken und Ästhetiken in einen kulturindustriellen Umgang beschreiben wird. Der Begriff Kulturindustrie ist also nicht im Sinne einer industriellen Produktion zu verstehen, sondern wird in der begrifflichen Tradition Adornos und Horkheimers verwendet. (Vgl.: Max Horkheimer u. Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main 2006, S. 128–177).

Basketballspielern und Straßengang im *Aerobics Craze* in den späten 1970er- und 1980er-Jahren Karriere machten⁶⁷, stellen ihren bürgerlichen Hintergrund sehr viel klarer aus als vergleichbare Adidas- oder Nikesneaker ihrer Zeit. Hier ist zu beachten, dass Adidas als deutsche, konservative Marke und auch die „weiße“ Sportmarke Nike natürlich nicht von Anfang an explizit oder exklusiv für die schwarzen Communities oder Subkulturen designt wurden, sondern diese sie sich kulturell, möglicherweise ebenfalls subversiv aneigneten, wie das Beispiel der Gruppe Run DMC zeigt.

Die *Jorden Ones* sind durch den schwarzen Namensgeber ein Beispiel für das Ankommen der sozialen Umcodierung in der Strategie der Marke. In dieser Hochphase der Aerobicshows im Fernsehen stand neben Stulpen, Ripped Jeans und Reeboks übrigens auch der Leoprint hoch im Kurs. Mit dem Weltraumdesign auf diesen bourgeoisen Aerobicshuhen tritt eine wissenschaftliche und militärische Erzählung auf den Plan. Diese ist Teil des politischen Systems, offiziell, gewollt und hebt elitäre Forscher sowie staatliche Institutionen ins Rampenlicht. Das etwas bourgeoisere Reebok, 1979 mit dem *Freestyle Hi* als einem der damals teuersten Sneaker, ist beispielsweise an den Füßen Jane Fondas zu sehen⁶⁸ und steht diesen Einflüssen und Sehnsüchten selbstverständlich näher.

Ein Element, das aber sowohl die Sport-Gangster-Sneaker als auch die Aerobicshuhen mit der Ästhetik der Weltraumsehnsucht und ihrer politischen Geschichte verbindet, stellen die Logos dar. Markenzeichen sind so eindeutig codiert, dass sie über ihre Sichtbarkeit Zusammengehörigkeit produzieren und inszenieren, weshalb popkulturelle Subkulturen, politische Revolutionäre oder militärische Einheiten diese Zeichen besonders stark benötigen. Die großen Sportmarken lösen in den 1990er-Jahren mit ihren überdimensionierten, in einigen Fällen sogar mittig auf der Brust platzierten Logos die klassischen Modelabels ab. Zuvor wurden Markenzeichen, aber auch militärische Abzeichen, Wappen und Zeichen von Sportvereinen oft rechts auf der Brust platziert. Die Raumfahrtinstitute positionieren ihre Astronauten und Kosmonauten durch das Logo an ebendieser Stelle zwischen Militär und Sport.

Wenn diese nicht gerade durch silberne Anzüge zu menschlichen Maschinen werden, tragen Astronauten und Kosmonauten Weiß: wie Ärzte,

⁶⁷ Vgl.: Simon Wood: *Sneaker Freaker*. (wie Anm. 55), S. 453.

⁶⁸ Jane Fonda in *Low impact Workout*. Regie: k.A.(USA), 2005, Timecode: 00:02:02-50:03:00.

wie Laboranten, wie „die Guten“. Sie drücken ihre wissenschaftliche Neutralität aus, die im Gegensatz zu der politischen Instrumentalisierung und Militarisierung der Forschung steht. Das Logo stellt aus, auf welcher Seite sie kämpfen. Es löst die Individualität zugunsten der Eindeutigkeit auf, in der es nur noch zwei kollektive Identitäten gibt: West oder Ost, USA gegen UDSSR – eine binäre Logik.

Die binäre, strukturalistische Entweder-Oder-Ordnung und das klar entscheidbare Wettrennen sind auch die Logik des (athletischen) Sports und der Gangs, die sich durch Trikots und Markenzeichen äußert. Das Markenzeichen nimmt für die Gangs dieselbe Bedeutung ein wie das Logo der NASA für die Astronauten: Es verifiziert sie, es zeigt – wie ein militärisches Abzeichen – ihren sozialen Status an, ordnet sie ihrer Gruppe zu und authentifiziert sie. Nicht ohne Grund sprechen wir auch heute noch von *Street Credibility!*

Diese Binarität, ein Team gegen seine Antithese, durchzieht die Struktur sportlicher Wettkämpfe, aber auch der klaren Weltordnung im Ost-West-Konflikt, die keine Zwischentöne und Komplexitäten kennt. Der immer wieder als *Wettlauf* beschriebene Kampf, wer zuerst den Mond erreicht, ist dabei geradezu ikonisch für eine Methode, die bereits die binäre Struktur der Gegner in ihrer Technik des Messens verinnerlicht hat. Ihre plakative und reduzierende Eindeutigkeit ist auch der Gestaltung der Oberflächen und Technik der Raumfahrt eingeschrieben: Die Knöpfe des Raumschiffs wirken zwar auf den ersten Blick wie ein komplexes System. Sie zeichnen sich aber im Gegensatz zu komplexen Codes und sensiblen Reglern durch die Information *drücken/nicht drücken* aus. Ihre Vielzahl garantiert, dass jeder Knopf genau eine Funktion hat und sie nicht voneinander abhängig sind. Das Design dieser Schaltflächen ist, auch aus Sicherheitsgründen, die Binarität und Eindeutigkeit par excellence, die in der eindeutigen, kausalen Logik von *Knopf A drücken = Handlung A wird ausgelöst* fortgesetzt wird.

Die Sneaker lassen diese Welten der Eindeutigkeit und authentifizierten *Originalität* in den gruppenstiftenden Logos der Raumfahrt und der Straßenkultur aufleben. Nachdem die großen Logos für einige Jahre von den Straßen verschwunden waren und von Häusern ohne Markenzeichen wie Zara und H&M bevölkert wurden, sind sie heute plötzlich wieder da. Das Lewis-Shirt gibt den Ton an, begleitet von Retrosportmarken wie Fila, Nike, Champion, Ellesse. Sie treten zu einer Zeit in Erscheinung, zu der die Welt scheinbar unter ihrer Komplexität leidet: Algorithmen ersetzen

die einfache Kausalität des „Knopfdruck führt zu Handlung“-Mechanismus.

Am 3. Januar 2019 landete eine chinesische Sonde zum ersten Mal auf der Rückseite des Mondes: ein symbolischer Akt der rückwirkenden Geschichtsschreibung. Er drückt die neue Komplexität, die eben nicht mehr in zwei politischen Machtzentren zu greifen ist, in den diskursiven Schauplätzen der vergangenen, binären Ordnung aus. Die offensichtliche Imitation der Spaceschuhe lässt das ästhetische Narrativ der Eindeutigkeit erneut aufblitzen, um im eigenen Widerspruch durch das Material das *Scheiden* des Paradigmas der *Originalität* und Eindeutigkeit zu zelebrieren.

Die Ästhetik dieser Weltraumsehnsucht als Ikone der technoïden, eindeutigen Ordnung lebt in der Ästhetik der spiegelnden, metallischen und gläsernen Oberflächen wieder auf: iPhones, die von Dieter Rams Design der Braungeräte beeinflusst sind, spiegelnde Häuserwände, Bauhaus in seiner ideologischen Verkehrung. Die technoïde Zukunftsvision der 1970er-Jahre, ausgedrückt im bereits zitierten Raumfahrtmusikvideo von David Bowie, hat die Gegenwart in ihrer technischen Komplexität überholt. Ihre modischen Dokumente werden zu Kippfiguren: Zum einen erzählen sie von der Technikbesessenheit, die bis in die Gegenwart reicht. Zum anderen drückt das Brechen der Illusionen die Unzulänglichkeit und den Illusionismus des binären, politischen und technischen Narrativs aus, das neuen *Komplexitäten* weichen muss.

Die Technologiesoziologin Zeynep Tufekci beschreibt in ihrem Aufsatz *Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics*⁶⁹ die politischen Dimensionen dieser Komplexität, der wir in Form von Algorithmen begegnen. Sie ordnet Algorithmen nicht als apolitisch ein, sondern entlarvt diese als komplexeres System zur Reproduktion politischer und gesellschaftlicher Prämissen. Wir haben es bei diesem Outfit also nicht nur mit einem Mix-up an Vintagedesigns zu tun, sondern mit einer – wenn auch von der einzelnen Person nicht bewusst eingesetzten – Erzählung über das aktive Brechen alter Paradigmen und den Umgang mit zerbrechenden Strukturen in einer scheinbar komplexer werdenden Welt.

Der metallische Spaceschuh aus weichem Leder sowie der Polyacryl-Floram-Pelz drücken die Krisis der Narrative aus, in der sich der Mensch

⁶⁹Zeynep Tufekci: *Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics*. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4901/4097>, (21.05.2019).

angesichts des Übergangs in eine *neue Ordnung* begreift. Mit Jean Baudrillards Simulationstheorie könnte diese Phase aber auch als Übergang in die *Hyperrealität* verstanden werden. Eine Phase, die auf die Produktion und Imitation folgt und eine Verselbstständigung der Zeichen und Märkte mit sich bringt. Diese dient dazu, bestehende Ordnungen zu erhalten.⁷⁰ Jene Interpretation ignoriert allerdings das produktive Potenzial der scheidenden Paradigmen sowie ihrer subversiven Imitation. Stattdessen verkürzt sie den Prozess der kulturellen Aushandlung, der hinter Imitation und Simulation steht, und macht die entstehenden Phänomene, mit ähnlichen Instrumenten wie die anfangs diskutierten Banalisierung der Mode, unlesbar.

Die Analyse des Leopardenfells und der Spacesneaker verdeutlicht zum einen, dass wir uns in einem historischen Umbruch befinden, in dem sowohl das Konzept der *Originalität* als auch das der politischen Eindeutigkeit neu verhandelt werden, da die strukturalistischen, binären Kategorien gegenwärtige politische, gesellschaftliche und technologische Entwicklungen nicht ausreichend beschreiben und ordnen können. Diese scheidenden Paradigmen werden in der Mode verhandelt und treten dabei in einer exzessiven ästhetischen Übertreibung auf. Die Hyperaffirmation der Fälschung in der Mode zeigt also nicht das geschiedene Paradigma der Originalität an, sondern stellt das Scheitern der binären Ordnung per se aus. Es verhandelt dieses Scheiden als ein noch nicht überwundenes Konzept und feiert dessen Scheitern.

Zum anderen wurde deutlich, dass soziale Gruppen selbst die Macht besitzen, Bedeutungsverschiebungen tradierter Motive herbeizuführen und eine subversive Kraft zu entwickeln. Die Analyse eines diskursiv banalisierten Zeichensystems steht lediglich exemplarisch für das Bestreben, die politische Dimension unseres Alltags über gesamtgesellschaftliche kulturelle Praktiken zu begreifen. Sie fordert durch das Lesen der vestimären Codes über die wissenschaftlichen Erkenntnisse hinaus zu einem subversiven, popkulturellen Umgang mit den Prämissen unserer Gesellschaft auf.

⁷⁰ Jean Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod*. Berlin 2011, S. 77–79.