



netzwerk mode textil

Empresses of Seventh Avenue: World War II, New York City, and the Birth of American Fashion

MacDonell, Nancy: *Empresses of Seventh Avenue: World War II, New York City, and the Birth of American Fashion*, St. Martin's Press, New York 2024, 354 S. ISBN: 978-1-250-28873-8.



Der zentrale Topos der neueren amerikanischen Modegeschichtsschreibung lautet wie folgt:

Mit der Besetzung von Paris durch deutsche Truppen am 14. Juni 1940 endete in den USA die bis dahin als unumstößlich geltende französische Modevorherrschaft. Pariser Haute Couture, eigentlich gedacht für eine kleine, privilegierte Gruppe von Frauen, deren Leben wenig mit dem von Durchschnitts-Amerikanerinnen gemeinsam hatte, galt in den USA als Inbegriff von Chic. Lizenzierte – überwiegend jedoch illegal kopierte – Muster französischer Couture-Modelle wurden in New York speziell für die Abläufe der Massenkonnektionsfabriken der *Seventh Avenue* präpariert und dominierten in Form von Billig-Konfektion den Markt. Der Stopp des französischen Ideenflusses erzwang über Nacht eine Neuorientierung. Am Ende des Krieges war ein genuiner „American Look“ in der Welt, der in Sportswear seine ultimative Ausprägung fand. Leger und praktisch, unterschied sie sich deutlich von der förmlicheren französischen Mode. New York etablierte sich mit seinen überragenden Produktionskapazitäten und innovativem Ready-to-Wear erfolgreich als neue Modemetropole neben Paris.

Nancy MacDonell – Modehistorikerin, Lehrbeauftragte am *Fashion Institute of Technology* in New York und Kolumnistin des *Wall Street Journal* – verleiht dieser Grunderzählung in ihrem Buch eine frische neue Tönung. Das Verdienst an der Neuausrichtung des US-Modesystems rechnet sie einem knappen Dutzend weitblickender Frauen zu, alle zwischen 1895 und 1905 geboren. Sie einte das Ziel einer Mode, die sowohl der Lebensrealität amerikanischer Frauen Rechnung tragen als auch die kreativen und produktiven Stärken des Landes zum Ausdruck bringen sollte.

Einleitend arbeitet MacDonell die Gründe für den langanhaltenden Primat französischer Mode und die Zögerlichkeit der US-Textilindustrie beim Aufbau eigener Entwicklungskapazitäten heraus. Den Kern ihres Buches bilden Porträts jener Frauen, die das historische Momentum nutzten, um die US-Mode in eine neue Richtung zu lenken.

Der Buchtitel spielt auf die PR-Agentin und Publizistin Eleanor Lambert an, der die *New York Times* in einem Nachruf den Ehrentitel einer „Empress of Seventh Avenue“ verliehen hatte. Für MacDonell ist sie „the Godmother of American Fashion“. Unter ihren zahlreichen Initiativen sticht die Anfang der 1940er-Jahre erfolgte Etablierung der *New York Fashion Week* hervor. Auch der einflussreiche Berufsverband *Council of Fashion Designers of America* (CFDA) wurde von Lambert auf den Weg gebracht.

Seit den späten 1930er-Jahren war Claire McCardell die tonangebende Stimme einer neuen Generation von Ready-to-Wear-Designerinnen – es waren ausschließlich Frauen –, die nicht länger dem französischen Leitstern folgen, sondern Eigenes schaffen wollten. McCardells Stil war radikal: Verzicht auf formgebende Unterbauten, Wickelkleider ohne fixierte Kontur, Übernahme praktischer Elemente aus der Männerkleidung. Dass es ihre Mode war, die zum Inbegriff des „American Look“ und von Sportswear wurde, ist – so MacDonell – nicht zuletzt einer Favorisierung durch den Konfektionshandel zu verdanken.

Hier kommt Dorothy Shaver ins Spiel, Vizepräsidentin und spätere Vorstandsvorsitzende der umsatzstarken Warenhauskette *Lord & Taylor*. Die Wortschöpfung vom „American Look“, dem ein spezifisches Frauenbild und die Idee einer nationalen Ästhetik unterliegt, stammt von ihr. Shaver hatte sich seit dem Ende der Weltwirtschaftskrise, als eine Neubelebung der Textilindustrie notwendig wurde, der Förderung des US-Design-Nachwuchses verschrieben. Sie stellte die beträchtlichen Einkaufs- und Werbekapazitäten ihres Konzerns in diesen Dienst. McCardell wurde Vorzeige-Protégée.

Doch selbst die Marktmacht von Lord & Taylor reichte vor 1940 nicht aus, dem neuen Look zum allgemeinen Durchbruch zu verhelfen. Zu stark waren noch die Beharrungskräfte in weiten Teilen der produzierenden Industrie und die bei Konsumentinnen vorherrschende Überzeugung, dass nur Mode aus Paris für Chic steht. Die Designerin Elizabeth Hawes sah die Köpfe der Amerikanerinnen von einer „French legend“ vernebelt. Erst als in Paris die Lichter ausgingen und die Notwendigkeit der nationalen Kriegswirtschaft die US-Modeindustrie zwang, das Beste aus dem Vorhandenen zu machen, schlug die große Stunde der eigenen Talente. Von Stund an galt der „American Look“ nicht nur als innovativ, sondern als patriotisch.

Die gesamte Modepresse, einschließlich *Vogue* und *Harper's Bazaar*, schwenkte auf den neuen Kurs ein, obwohl sich die Chefredakteurinnen Edna Woolman Chase und Carmel Snow der Haute Couture durch persönliche Geschmacksvorlieben verbunden fühlten. Die Fotografin Louise Dahl-Wolfe schuf eine neue Bildsprache, die mit Außenaufnahmen die der Sportswear eingeschriebene Vorstellung von Aktivität und Lässigkeit betonte. Lois Long vom *New Yorker* und Virginia Pope von der *New York Times*, seit Langem Vorkämpferinnen amerikanischer Mode-Unabhängigkeit, belebten den Modejournalismus mit kritischen Analysen und Erweiterung des Themenspektrums.

MacDonell erzählt unterhaltsam und spannend. Ihre Entscheidung, die Wende der US-Modegeschichte einer Gruppe weitblickender Frauen zuzuschreiben, ist originell und nachvollziehbar. Sie beschreibt das Engagement ihrer Protagonistinnen, flicht Anekdoten ein und montiert alles zu einem großen, mit historischen Fakten unterfütterten Zeitpanorama. Wir erleben persönliche Dramen mit, hören von peinlichen Entgleisungen und einer Vorliebe für spitzenbesetzte Nachtwäsche. Wenn man feuilletonistische Geschichtsschreibung mag, ist das Lesevergnügen groß.

Gegenüber der Veranschaulichung individueller Leistungen bleiben die politischen und regulativen Strukturen, innerhalb derer die „Empresses“ agierten, ein wenig blass. Bereits 1928 hatten einige von ihnen die *Fashion Group* gegründet, eine Interessenvertretung, die sich Qualifizierung und Qualitätsverbesserung in der Textilindustrie auf die Fahnen geschrieben hatte. Sie knüpfte Verbindungen zur Roosevelt-Regierung, zum New Yorker Bürgermeister La Guardia und zur Spitze der Textilarbeitergewerkschaft, ohne die in der *Seventh Avenue* nichts lief. Dass die Modewende in so kurzer Zeit gelang, ist auch der Tatsache geschuldet, dass sie im Rahmen der Kriegswirtschaft zu einer Frage des „patriotic pride“ hochstilisiert wurde. Die „Empresses“ spielten dabei eine bedeutsame Rolle, insgesamt aber ist die Neuorientierung das Ergebnis einer großen nationalen Anstrengung.

Heute sind die Gegebenheiten der amerikanischen Mode andere als damals. Ein allgemein akzeptiertes Verständnis von einem „American Look“ existiert nicht mehr. Vielfalt und die Betonung von Unterschieden stehen im Vordergrund. Die Damenmode hat ihren privilegierten Stellenwert verloren. Dennoch gibt es Konstanten. Mit dem „American Look“ und Sportswear begann die ‘Casualisierung’ der US-Mode. Jogginghosen und Sweatshirts sind ihr modernes Gesicht.

Abschließend sei noch bemerkt, dass auf dem Buch-Cover zwei McCardell-Outfits von Anfang der 1940er-Jahre zu sehen sind, fotografiert im Jahr 1950. Leider bietet das Buch nur dieses eine Foto, für eine Modegeschichte ist das zu wenig.

Text: © Rose Wagner

Rose Wagner für *netzwerk mode textil e.V.* (online seit 7. Dezember 2025)