



netzwerk mode textil

### **Loschek, Ingrid: Wann ist Mode?**

Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin, Reimer Verlag, 2007. 274 S., 21 s/w Abb. ISBN 978-3-496-01374-7.

Dies.: When Clothes Become Fashion. Design and Innovation Systems. (Engl. Ausgabe) Oxford / New York, Berg Publishers und A & C Black, 2009. 224 S., 23 s/w Abb. ISBN-10: 1847883664 und ISBN-13: 9781847883667.

Braucht Mode eine Theorie? Mit dieser provokativen Frage führt Ingrid Loschek in ihr neuestes Werk ein, das zum Ziel hat, Mode als eine „selbstreflektive Form kultureller Praxis“ (15) zu etablieren. Mode erkläre sich nicht von selbst, sondern müsse interpretiert werden. Aufgabe einer grundlegenden Modewissenschaft sei es, Strukturen und Strategien der Mode aufzuzeigen, um dadurch das Erkennen und Verstehen von höchst komplexen Entwicklungen zu ermöglichen.

Als Einstieg erforscht die Autorin auf Basis der ‚Theorie sozialer Systeme‘ von Niklas Luhmann Mode als System und kommt zu dem Schluss, dass hiermit sowohl die Struktur als auch die Strategie von Mode konkret zu fassen sei. In den folgenden Hauptkapiteln geht es um Invention - Kreativität, Genialität und Inventionsstrategien in der Mode - und um Innovation: „Wann ist Innovation?“, „Wie kommt das Neue in die Mode?“, „Wann ist Kopie?“ Diesen mit zahlreichen Untergliederungen, Beispielen und Verweisen versehenen Abschnitten schließen sich die Themenkomplexe „Wann ist Mode?“, „Mode und Kunst“ und „Mode und Design“ an, die gleichermaßen differenziert aufgliedert sind. Aber gerade diese anfangs etwas befremdliche, sehr detaillierte Durchstrukturierung versetzt die LeserInnen in die Lage, sich Teilabschnitte herauszugreifen und diese gleichwohl mit großem Gewinn zu lesen. Dies gilt beispielsweise für die ausgezeichnete Analyse von Provokation und Deviation als Inventionsstrategien in der Gegenwartsmode, als auch für die Darstellung von Schnittstellen zwischen Kunst und Mode. Warum finden überhaupt Kontextüberschreitungen statt? Loscheks These: „Nur in der Kunst kann Kleidung zu einem Kleidungskunstwerk werden, jedoch nicht im Design.“ (205) Hierüber lässt sich anhand der zahlreichen Beispiele lebhaft diskutieren. Gleichermäßen instruktiv und anregend ist das Unterkapitel „Mode und Raum“. (178) Mode funktioniere nur in der für sie bestimmten Umgebung, und die soziale Erwartungshaltung bezüglich der Bekleidung sei deshalb auf das Engste mit Raum und Handlung verknüpft. Unpassende Kleidung provoziert, ein Fakt, den die Werbung gerne als Eyecatcher benutzt.

Mit Loscheks überaus inhalts- und faktenreicher Abhandlung liegt erstmals eine Publikation vor, die sich aufgrund der sehr klaren Struktur und Anschaulichkeit vorzüglich als Einstieg in die theoretische Auseinandersetzung mit Mode eignet. Dies erklärt auch, warum das Buch jüngst auch auf Englisch erschien, was bei Sachbüchern - leider - ein Sonderfall ist. Insbesondere für angehende ModedesignerInnen, aber auch für ModejournalistInnen oder KulturwissenschaftlerInnen sollte „Wann ist Mode?“ Pflichtlektüre sein. Das Diskussionsniveau zum Thema ‚Mode‘ würde in der Folge sehr gewinnen.

Gundula Wolter für *netzwerk mode textil* e. V. (online: 17. September 2009)