
Gudrun M. König, Gabriele Mentges (Hrsg.)

Musealisierte Mode

Positionen, Thesen, Perspektiven

WAXMANN

Gudrun M. König
Gabriele Mentges
(Hrsg.)

Musealisierte Mode

Positionen, Thesen, Perspektiven

unter Mitarbeit von
Anna Behrend, Jella Fink,
Marie Helbing und Johanna Korbik



Waxmann 2019
Münster • New York

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print-ISBN 978-3-8309-4028-9

E-Book-ISBN 978-3-8309-9028-5

© Waxmann Verlag GmbH, 2019

www.waxmann.com

info@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Anne Breitenbach, Münster

Umschlagfoto: Blick in eine Schublade der Sammlung Systematik textiler Techniken,
TU Dortmund, Foto: Nikolai Hering

Satz: Roger Stoddart, Münster

Druck: Elanders GmbH, Waiblingen

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier,
säurefrei gemäß ISO 9706

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des

Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung

elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhalt

Vorwort.....	7
--------------	---

Gudrun M. König und Gabriele Mentges

Musealisierte Mode.

Positionen, Thesen, Perspektiven	9
--	---

Museologie(n) der Mode

Marie Riegels Melchior

Fashion Museology: Unpacking the Current Musealisation of Fashion	21
---	----

Kerstin Kraft

Laufsteg Museum.

Über Modeausstellungen und Ausstellungsmoden	33
--	----

Christine Delhaye und Alexandra Bosc

Fashion Blockbusters: A Mixed Blessing?	45
---	----

Mode deponieren und exponieren

Jutta Zander-Seidel

Alles schon mal dagewesen?

Narrativ und Lesbarkeit frühneuzeitlicher Kleidung im Museum

des 21. Jahrhunderts.....	59
---------------------------	----

Isa Fleischmann-Heck

„Die schöne Rheinländerin“ – Die Modesammlung des Deutschen

Textilmuseums Krefeld: Entstehung und Perspektiven.....	71
---	----

Isabella Belting

Gretchen mag's mondän.

Damenmode der 1930er Jahre. Eine Ausstellung im Münchner Stadtmuseum	83
--	----

Adelheid Rasche

Tot oder lebendig? Mode(bilder) im Museum	97
---	----

Ulrike Langbein

Die Macht des Selektiven.

Ein kulturanalytischer Blick auf musealisierte Kleidung.....	107
--	-----

Museologische Strategien

Karl Borromäus Murr

Plädoyer für eine ganzheitliche Betrachtung von Mode im Museum –
Das Projekt des *tim*123

Claudia Gottfried

Kollaboratives Kuratieren.
Zum Mehrwert musealer Kooperation155

Martin Schmidt

Museale Kooperationen: Mode sammeln und ausstellen169

Alison Matthews David und Elizabeth Semmelhack

The Pleasures and Perils of Collaboration:
Researching and Curating the *Fashion Victims*.
Exhibition at the Bata Shoe Museum.....179

Modelforschung als Sammlungsforschung

Beate Schmuck

Der Musealisierung entgegen? Paper Dresses als Wegwerfmode
der 1960er Jahre in Sammlungs-, Forschungs- und Ausstellungskontexten.....201

Heike Jens

Modeausstellungen 2.0: blog.mode, #artselfies und digitale Modearchive217

Jean-Pierre Lethuillier

LE GIS ACORSO – Carrefour des Recherches Universitaires et Muséales231

Literatur243

Autorinnen und Autoren257

Vorwort

Die Herausgeberinnen danken allen, die sich für das Erscheinen dieses Bandes engagiert haben. Dazu gehören zuallererst die Autorinnen und Autoren, deren Aufsätze auf Vorträge der Tagung „Musealisierte Mode. Positionen, Thesen, Perspektiven“ im Dezember 2015 an der TU Dortmund zurückgehen. Angesichts der Aktualität und Internationalität des Themas haben wir weitere Beiträge in diesen Band aufgenommen, die sich durch Forschungs- und Kooperationskontakte ergeben haben oder die aus zeitlichen Gründen auf der damaligen Tagung nicht präsentiert werden konnten.

Diese um weitere Aufsätze ergänzte Tagungsdokumentation hätte nicht zustande kommen können ohne die großzügige Unterstützung der TU Dortmund. Insbesondere haben wir Helene Huith herzlich zu danken, die diese Tagung vorbildlich organisiert hat sowie den Mitarbeiterinnen, die sich dem Lektorat der Aufsätze gewidmet haben: Anna Behrend, Jella Fink, Marie Helbing und Johanna Korbik. Dem Waxmann Verlag danken wir für die freundliche Aufnahme in sein Verlagsprogramm.

Die Herausgeberinnen

Musealisierte Mode

Positionen, Thesen, Perspektiven

Der Band versammelt Beiträge zu Ausstellungen über Mode im Museum und zu museologischen Praktiken. Anlass ist der bis heute zu beobachtende Boom von Modeausstellungen, die zu regelrechten Blockbustern der Museen geworden sind. Die thematische Breite reicht von Ausstellungen zu international bekannten Designer/innen wie Jil Sander, Vivienne Westwood und Karl Lagerfeld bis hin zu Aspekten von Massenmode wie Fast Fashion, Jugendszenen und Green Fashion. Beispielhaft für die Hochkonjunktur von Modeausstellungen steht das Victoria & Albert Museum in London, das im Jahr 2015 mit einer Würdigung des Modedesigners *Alexander McQueen: Savage Beauty* weltweit Aufsehen erregte und dabei mit einem ungewohnten exorbitanten Besucheransturm umgehen musste (Steele, 2013). Eine ähnlich glamouröse Ausstrahlung bewirkte offenbar die vom 31. Januar bis zum 14. Juli 2019 laufende Ausstellung *Christian Dior: Designer of Dreams* im gleichen Museum, die als „MUST-SEE-Hit 2019“ (Miller, 2019) angepriesen wurde. Besucher der Ausstellung, so der ausdrückliche Hinweis auf der Homepage, sollten hier langfristig im Voraus buchen.

Darüber hinaus werden mittlerweile eigene Masterstudiengänge für Modekuratoren eingerichtet, wie z. B. am London College of Fashion.¹

Mit der Musealisierung des Phänomens Mode treffen unterschiedliche disziplinäre Positionen aufeinander: von der designorientierten Präsentation der Haute Couture bis zu kulturhistorischen Blicken auf Körper- und Kleidungs-geschichte. Die Tagung „Musealisierte Mode“ diskutierte in diesem Spannungsfeld folgende Fragen: Woher rührt dieses verstärkte museologische Interesse an der Mode? Welche Bedeutung hat die museologische Forschung am vestimentären Objekt für die Kleidungs- und Modeforschung im Allgemeinen? Welche Herausforderungen an Ausstellungsgestaltung und welche Sammlungsstrategien sind damit verbunden? Inwieweit verändert die neue Nähe von Kommerz und Ausstellung das museale Selbstverständnis? Ergeben sich Perspektiven auf die Überwindung des Dualismus von Hoch- und Populärkultur? Welche Auswirkung hat diese Musealisierung auf die Mode als alltagskulturelle Praxis und auf die Mode als „Verwirklichung der politischen Ökonomie“ (Baudrillard, 1991, S. 133)?

Die internationale und interdisziplinäre Tagung reflektierte aktuelle Entwicklungen und diskutierte sie im Kontext der international geführten Debatte um Museum und Fashion (Clark & de la Haye, 2014; Vänskä & Clark, 2018; Petrov, 2019). Sie fragte nach der historischen Genese und den aktuellen Gründen für die ungewohnte Aufmerksamkeit für Modeausstellungen.

1 <https://www.arts.ac.uk/subjects/curation-and-culture/postgraduate/ma-fashion-curation-lcf>

Dabei ging sie von folgenden Thesen aus: (1) Die Visualisierung und die Inszenierung von modehistorischen Zusammenhängen regen neue Diskurse und Modetheorien an. (2) Modeausstellungen sind Ausdruck einer neuen Ausstellungspolitik, die die kommerziellen Strategien der Aufmerksamkeit museal nutzt und umsetzt.

Ins Blickfeld gerät die ausgeprägte Ästhetisierung der historischen Mode. Sie verwandelt nicht nur herkömmliche Modenarrationen in selektive Plots, die mit der traditionellen Chronologie (Flusser, 1993) brechen, sondern sie produziert eindeutige statt vieldeutige Kontexte. Und diese Praxis der Ästhetisierung riskiere, wie Frederic Jameson vermutet, die kulturelle Amnesie in Bezug auf eine gesellschaftsorientierte Modekulturgeschichte, weil sie die aktive historische Erfahrung verhindere (Jameson, 1991, S. 21).

In ihrer theoretischen Annäherung zur Mode hat Ingrid Loschek die These aufgestellt, musealisierte Mode sei keine Mode mehr (Loschek, 2007, S. 244–47). Diese Annahme beinhaltet nicht nur eine problematische Trennung von medialer Wahrnehmung und praktischem Modealltag und Modegeschäft, sondern reproduziert eine nicht mehr gültige museologische Sichtweise auf das Museum als Ort der Vergangenheit. Im Gegenteil, Mode braucht die Medien und, wie sich herausstellt, vor allem auch das Museum als Medium der kulturellen Wertschätzung und Aufwertung. Dabei stellt sich immer wieder die Frage nach der Verschränkung von museologischen und kommerziellen Interessen; ein Problem, das bereits Valerie Steele in ihrer Besprechung zur ersten Ausstellung von Alexander McQueen im Jahre 2011 im Metropolitan Museum New York beschäftigte. Der überwältigende Erfolg dieser Ausstellung hinsichtlich der Besucherzahlen und der Medienresonanz hat damals deutlich die Attraktivität von Modeausstellungen vor Augen geführt (Steele, 2013).

Die Bedeutung der Mode/Kleidung als Publikumsmagnet macht sie zu einem Museumsobjekt besonderer Art: Kleidung ist wie kein anderes Objekt der Alltagskultur akteursorientiert, mit unüberschaubaren individuellen wie gesellschaftlichen Konnotationen belegt. Sie ist als beliebtes Konsumgut medial aufgeladen und vor allem ein Objekt der Selbstinszenierung. Bei der Betrachtung von Kleidung/Mode kommt daher unmittelbar der Körper in den Sinn, auf den sie zugeschnitten oder von dem sie getragen wurde. Das Deponieren von gebrauchter oder atelierneuer Kleidung kann idealtypisch eine Trennlinie zwischen design- und kulturhistorischem Zugriff markieren. Im ersten Fall ist sie Beleg für das Werk eines Modeschöpfers oder einer Modeschöpferin; im zweiten Fall Indiz für gelebtes Leben. Wie museologische Studien gezeigt haben, bannt sie als Exponat das Besucherinteresse, so dass etwa die Textinformation gerne übersehen wird (Rechenberg, 1989, S. 184).

Die Wahrnehmung der Bekleidung scheint in der Tat eigenen Gesetzmäßigkeiten zu folgen und stellt die Museologie vor spezifische visuelle Herausforderungen

(Mentges, 2014). Wenngleich die Tagung nicht auf alle gestellten Fragen Antworten finden konnte, so zeichnen sich doch klare Befunde hinsichtlich einiger Problemkonstellationen ab.

Museologie(n) der Mode

Was unterscheidet Mode- von Kleidungsausstellungen? Der einleitende Beitrag der dänischen Ethnologin und Kuratorin Marie Riegels Melchior gibt darauf eine deutliche und grundlegende Antwort, in dem sie von einer museologischen Wende spricht. Denn die musealen Erfahrungen mit dem Thema Mode bewirken, so Riegels Melchior, neue Visualisierungs- und Präsentationsstrategien, die die gesamte Ausstellungspraxis und die Institution Museum betreffen. Diese These schließt an ihre wissenschaftliche Untersuchung zur neuen musealen Praxis der Modeausstellungen an. Sie konstatiert zwei unterschiedliche Museologien: die Kleidungsausstellung und die Modepräsentation (Riegels Melchior, 2014). Letztere sei mittlerweile aus ökonomischen Gründen (Besucherzahlen) geboten, gleichwohl kritisch zu betrachten, weil sie in die Vermarktungsstrategien der Modeindustrie eingepflanzt werde. Mit dem Verweis auf das neue Guggenheim-Museum in Bilbao betont sie die Bedeutung des Neuen für den modernen Ausstellungsbetrieb, was langfristig auch den Museumsbetrieb im Ganzen verändern könnte. Die Paderborner Kulturanthropologin Kerstin Kraft befasst sich mit einer ähnlichen Problematik und fragt, welche Museologien ihre Berechtigung im Feld der Kleidungs- und Modeausstellungen finden. Lässt sich die Kleidungs- von der Modeausstellung zu Recht trennen? Und welche Folgen hat die einseitige Festlegung auf Präsentationen von Mode? Aus diesem Grund sieht sie Riegels Melchiors Befürwortung einer eigenen Modemuseologie kritisch und mit Vorbehalten.

Die Kuratorinnen Christine Delhaye und Alexandra Bosc analysieren explizite Modeausstellungen, deren mediales Echo und immenser Besucheransturm nicht nur Spuren einer neuen Aufmerksamkeit für Mode im Alltag, sondern insbesondere Ausdruck einer neoliberalistischen Museumspolitik sind. Mode als musealisiertes Spektakel zieht ein heterogenes Publikum an, dient aber auch der korporativen DNA der Designer und Brands. Trotz des Erfolgs publikumswirksamer Ausstellungen argumentieren sie für forschungsbasierte Modeausstellungen, die Breite und Tiefe musealer Erfahrung ermöglichen.

Die Diskussion um die Musealisierung der Mode führt immer wieder die unterschiedlichen Konzepte von Kleidung und Mode vor. Mal ist Mode hochkulturelles Werk, mal popkulturelles Produkt, mal alltäglicher Gebrauchsgegenstand. Die Trennlinie zwischen diesen Segmenten wird strikt gezogen oder vernachlässigt: Je nach historischer Zeit, musealer Hauspolitik und disziplinärer Perspektive changiert der Gegenstand der Betrachtung.

Mode deponieren und exponieren

Inwieweit historische Kleidungsausstellungen von dem museologischen Interesse an Mode profitieren, klären die exemplarischen Analysen von Modeausstellungen. Drei Museen, die ausgewiesene Sammlungen haben, wie das Germanische Nationalmuseum in Nürnberg, das Deutsche Textilmuseum in Krefeld und das Münchner Stadtmuseum, stellen jüngste Ausstellungen vor.

Beispielhaft steht hierfür die Ausstellung *In Mode. Kleider und Bilder aus Renaissance und Frühbarock* (2016, Germanisches Nationalmuseum Nürnberg). Der Beitrag von Jutta Zander-Seidel, die diese Ausstellung konzipiert und realisiert hat, seziert prinzipielle Probleme einer historischen Kleidungsforschung. Sie konfrontiert Museolog/innen nicht nur mit den Quellenproblemen einer historischen Zeit und ihrer musealen Inszenierung, sondern für Zander-Seidel betrifft dies vor allem die begriffliche Korrektheit und die Anwendung des Konzepts von Mode in historischer Perspektive. Sie warnt zu Recht vor der Rückprojektion eines Begriffes auf historische Epochen wie der Frühen Neuzeit und vor zu schnellen Gleichsetzungen von Modeverhalten mit Kleidungspraktiken. Gleichwohl erkennt sie die hohe Attraktivität des Begriffes Mode für das Besucherinteresse an.

Die Geschichte des Deutschen Textilmuseums in Krefeld und den Stellenwert seiner Modesammlung zeichnet die Kunsthistorikerin Isa Fleischmann-Heck nach. Die Historikerin Isabella Belting stellt eine Modeausstellung des Münchner Stadtmuseums über die 1930er Jahre vor und zeigt die Damenmode zwischen Glamour und Biederkeit als Effekt nationalsozialistischer Politik. Die Sammlungsleiterin für Textilien, Kleidung und Schmuck am Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg, Adelheid Rasche, schließt mit Thesen zu aktuellen Debatten um das Zusammenspiel von Deponieren und Exponieren im Museum an. Das Museum sei nicht nur ein Ausstellungsort, sondern auch ein Gedächtnisort, der gerade die schnelle Vergänglichkeit der Mode konserviere. Sie betont die grundsätzliche Differenz zwischen dem Exponat und dem Produkt Mode, ohne der Mode einen Kunststatus zuzuweisen.

Mode im Museum wird zum Indiz für den Wandel der Institution selbst. Differenzen von Mode- und Kleidungsausstellungen analysiert Ulrike Langbein. Kulturanthropologisch charakterisiert sie Mode als Sonderfall der Kleidung und identifiziert machtvolle Gesten des Zeigens in der kuratorischen Praxis, die Feminisierung, Sexualisierung, Ästhetisierung und Unikatisierung bewirken. Langbein plädiert, diesen vier kuratorischen Trends einer Politik des Zeigens musealisierter Kleidung selbstreflexiv und kritisch zu begegnen. In das museale Auswählen und Anordnen fließen Vorannahmen über Mode und Kleidung unmittelbar ein. Unbedacht und unthematisiert sind sie dennoch sichtbar.

Die unterschiedlichen Vorgehensweisen sind dem spezifischen Charakter und den jeweiligen Bedingungen der ausstellenden Institution geschuldet und knüpfen an ihre jeweilige Geschichte an. Das heißt konkret, sie sind und bleiben eingebettet in ein museales Konzept bestehender Sammlungen und Sammlungsstrategien.

Kommerzielles Interesse und wissenschaftlich-museologische Kompetenz schließen sich nicht zwangsläufig aus, sondern können durchaus eine produktive Symbiose eingehen.

Museologische Strategien

Eine systematische Verbindung von Textil- und Modeforschung zeigen die vielfältigen Ausstellungsbeispiele des Staatlichen Textil- und Industriemuseums Augsburg (*tim*), das damit, so der Museumsleiter Karl Borromäus Murr in seinem Beitrag, zum einen den Anspruch verfolgt, ein „Laboratorium der Moderne“ zu konzipieren und zum anderen historische wie gegenwärtige Kleidungspraktiken und Diskurse zu thematisieren. Mit diesem ganzheitlichen Konzept, bei dem Produktion wie Konsumption gleichermaßen zu ihrem Recht kommen, beabsichtigt er, die rein ästhetischen Dimensionen von Modeausstellungen zu überwinden.

Der Historiker Murr gehört mit Claudia Gottfried und Martin Schmidt zu einem Team von drei Häusern, die kooperativ Mode sammeln und ausstellen. Das ist mehr als der Weg traditionaler Wanderausstellungen, die von Haus zu Haus ausgeliehen und jeweils lokal adaptiert werden. Um der Menge an Sammlungsmöglichkeiten insbesondere von Massenmode gerecht zu werden, werden bereits beim Ankauf und bei Schenkungen Absprachen getroffen. Dies führt zu gemeinsamen Recherchen und zu Ausstellungskonzeptionen, die von Beginn an die Übernahmen einplanen. Erkennbar wird dabei, wie sehr sich eine enge und gezielte Kollaboration zwischen Museen bei Modeausstellungen als zukünftig notwendig und effizient erweisen kann. Wie diese kollaborative Museumspraxis vorgeht, erläutert ebenfalls der Beitrag der Kunsthistorikerinnen Alison Matthews David und Elizabeth Semmelhack. Kooperation bedeutet nicht allein arbeitsteiliges Vorgehen und Nutzen von Synergieeffekten, sondern gemeinsame Forschung und die Suche nach neuen Wegen. So haben Matthews David und Semmelhack bei ihrer Ausstellung *Fashion Victims* (2014) mit ihrer Kombination von konventionellen Ausstellungstechniken mit modernen Präsentationsweisen die Sinnlichkeit von Kleidung, auch gerade was die körperliche Schädigung anbetrifft, vermitteln können. Darüber hinaus hat die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der polytechnischen Ryerson University in Bezug auf gesundheitliche Fragen gezeigt, dass sich wissenschaftliche Auseinandersetzung und modernes Kuratieren auf der Basis einer konsequenten „object-based research“ (Taylor, 1998, S. 346) nicht ausschließen. Die von den Verfasserinnen bekundete persönliche Involviertheit in das Thema wird in diesem Fall nachvollziehbarer Teil der wissenschaftlich-museologischen Methodik. Diese Beiträge stellen sich vor allem dem Problem, wie Kleidungs- und Modeforschung zu definieren sind, was sie trennt und wie museologische Konzepte auf die neuen Herausforderungen reagieren können.

Modelforschung als Sammlungsforschung

Sammlungsforschung meint in der Regel objektbasierte Forschung und Sammlungsgeschichte. Mit dem Internet sind neue Typen von Sammlungen entstanden, die Mode digital archivieren und zugänglich machen. Modelforschung als Sammlungsforschung präsentiert daher drei Beiträge: Den Aufbau und die Forschung an einer objektbasierten Sammlung, die Forschung an digitalen Sammlungen sowie einen internationalen Forschungsverbund von Universität und Museum.

Die kulturanthropologische Fachdidaktikerin Beate Schmuck verfolgt am Beispiel der Paper Dresses, einer Mode aus Vliesstoffen aus den 1960er Jahren, die als schnelle Wegwerfkleidung gedacht war, die Paradoxien musealisierter Mode. Damit rührt sie an die grundlegenden Fragen von Musealisierungsprozessen, die im Bereich der Wegwerf-Mode besondere und eigene Auswirkungen haben. Die Paper Dresses erfahren durch den Weg ins Museum eine kulturelle Aufwertung, gewinnen ein wissenschaftliches Interesse, das dem praktischen Zweck dieser Mode entgegensteht, die nun als Sammlungsgegenstand aufbewahrt, restauriert und ausgestellt wird.

Welche Folgen die Musealisierung mittels digitalisierter Medien haben kann und welche Veränderung sie für die Institution Museum und die Objektpraktiken grundsätzlich nach sich ziehen, skizziert die Kulturanthropologin Heike Jenss in ihrer Untersuchung. Am Beispiel musealer Digitalisierung in den USA zeichnet sich für sie eine partizipative Praxis des Kuratierens ab, bei der die Grenzen zwischen öffentlichem und privatem Raum sowie öffentlichem und privatem Interesse immer mehr verwischt werden. Sie stimmt für eine optimistische Bewertung, da sie eine zunehmende Demokratisierung musealer Praktiken erkennt.

Einen langfristigen Ertrag für die museologische Forschung verspricht sich der Historiker Jean-Pierre Lethuillier von einer neuen systematisch wie strukturell verankerten Kollaboration zwischen Museen und Universitäten im Bereich der Kleidungsforschung, wie die auf seine Initiative hin gegründete wissenschaftliche und internationale Forschergruppe GIS (Groupe internationale scientifique/Research International Group RIG). Sie verfolgt das Ziel, universitäre und museologische Forschung auf europäischer Ebene zu verbinden, um beiden eine gemeinsame methodologische wie inhaltliche Grundlage zu geben.² Gleichzeitig sollen die Besonderheiten und der Gewinn museologischer Forschung stärker ins Licht der akademischen Öffentlichkeit gerückt und für die Forschung neu gewichtet werden. Der oft erhobenen Forderung von Museolog/innen nach einer objektbasierten Forschung wird damit ein neues Gewicht verliehen.

2 Siehe die von der GIS „Apparences, corps et sociétés“ organisierten Konferenzen „Faire l'histoire de la mode dans le monde occidental“, Musée des Arts Décoratifs, Paris (Mai 2015) und „Mode et vêtements: collecte, exposition et recherche dans les musées de petite et moyenne taille en Europe“, Musées de la Ville de Strasbourg und Musées de Haguenau (Mai 2018).

Die Aufsätze befragen und behandeln die museologischen Praktiken, Erfahrungen und Perspektiven in unterschiedlicher Weise, abhängig von ihrer jeweiligen institutionellen Aufgabe, ihren Sammlungen und Möglichkeiten. Ein Rückblick auf die Perspektiven, Argumente und Kritiken der hier versammelten Beiträge lässt vorsichtige Schlussfolgerungen zu. Nicht mehr das einzelne Museum, sondern die enge Vernetzung von Museen, verschiedenen Museumstypen mit außermusealen Einrichtungen und neuen wie alten Medien können auf Dauer den Anforderungen einer neuen Museologie der Mode- bzw. Kleiderausstellungen gerecht werden. Diese neue Museologie vermittelt Forschungsergebnisse durch Vergleiche, ermöglicht beispielhafte Fallstudien und vertiefende Recherchen, die wiederum Themen für Ausstellungen generieren.

Zu differenzieren gilt ebenfalls, welche Mode/Kleidung museologisch thematisiert und wie an welche Reichweiten der Zielgruppen gedacht wird. Handelt es sich um kulturhistorische Fragestellungen, die sich aus Sammlungen und Sammlungsarchäologie forschungsgeschichtlich ergeben, oder geht es, als anderes Extrem, um Ausstellungen zu internationalen Modekreationen der Gegenwart, die Riegels Melchior mit ihrem Konzept der Fashion Museology vor Augen hat? Die aufsehenerregenden Ausstellungen zu den großen Modeschöpfungen und -schöpfer/innen sind laut Charlotte Nicklas besonders beliebt, weil sie dazu auffordern, das ästhetische museale Gestaltungsdesign zu erkunden und auszureizen (Nicklas, 2013). Dabei ist eine mögliche Verschränkung mit ökonomischen Interessen unverkennbar, vor allem wenn in erster Linie zur Hagiographie bestimmter Designer beigetragen wird, wie zuletzt die Ausstellung über das Werk von Karl Lagerfeld in der Kunsthalle Bonn (siehe Beitrag K. Kraft).

Andere Ausstellungen wie die jüngst zu *Margiela / Galliera, 1989–2009* im Palais Galliera, Musée de la Mode de la Ville de Paris (2018) bezeugen wiederum, dass eine solide museologische, am Objekt orientierte Forschung selbst bei diesen konventionellen, ausschließlich an Designerkollektionen orientierten Ausstellungen realisiert werden kann. Am ehesten im Sinne der von Riegels Melchior beschriebenen neuen Fashion Museology bewegt sich die Ausstellung *My Name is Paul Smith (2013–2014)* im neu gegründeten Design Museum London. Bei dieser mit moderatem finanziellen Aufwand, aber gewitzten gestalterischen Ideen realisierten Ausstellung ging es den Kurator/innen darum, den Prozess des Designens ironisierend zu visualisieren, in dem sie der Frage nachgingen, wie stark der Vorgang des Entwerfens mit Assoziationen, Anregungen und Bildern aus verschiedenen kulturellen Feldern arbeitet und mit biographischen Spuren vernetzt ist. Weniger die Modeprodukte selbst spielten die entscheidende Rolle als vielmehr das Umfeld, in dem sie geschaffen wurden. Dennoch hat der Einwand von Ursula Link-Heer Gültigkeit, dass die sogenannte Avantgarde der Haute Couture von Beginn an ihre Musealisierung intendiert hat (Link-Heer, 1998, S. 145). Radikaler formuliert könnte man sagen, dass die zeitgenössische Mode das Museum als besonderes Medium des Marketings zu nutzen versteht.

Die Aufgaben und Positionen der in den Beiträgen erwähnten Museen und Ausstellungen sind unterschiedlich, eine Synthese ist kaum möglich. Eine Fashion Museology, wie sie Riegels Melchior wünscht, kann daher nur begrenzt gelten und eingesetzt werden. Dringlicher scheint es, die museologische Kleidungsforschung und ihre Visualisierung konsequenter in aktuelle Forschungsschwerpunkte (Globalisierung, Ökologie, Postkolonialismus, Körpergeschichte, Genderkonstruktion, Materialgeschichte usw.) einzubetten. Dies betrifft insbesondere die ethnologischen und die kulturgeschichtlichen Museen, die immer noch weitgehend wissenschaftlich separiert voneinander in der Kleidungsgeschichte argumentieren.³ Hier eröffnet sich mit dem seit einigen Jahren existierenden Debattenforum über außereuropäische Mode, den Studien zum Postkolonialismus und Orientalismus, eine kulturanthropologische Perspektive auf Kleidung als ubiquitäre kulturelle Körpertechnik und somit eine Disziplinen übergreifende Thematik. Sie betrachtet Mode als hegemoniale ökonomische und kulturelle Kraft in ihrer globalen Konstellation und ihrem Wirkungsfeld (Niessen et al., 2003; Jansen, 2015; Mentges, 2019).⁴ Sie verspricht nicht nur disziplinäre Annäherungen, sondern Öffnungen. So bietet für die Europäische Ethnologie das Thema Mode die Möglichkeit, ihre bisherige wissenschaftliche/museologische Einengung auf die sog. Populärkultur und regionale Kleidung durch Einbeziehung der Designer-Mode zu überwinden und komplexere Perspektiven auf Kultur zu entwerfen, die die Beziehungen zwischen „High“ and „Low“ verstärkt ins Auge fassen.

Jedoch stellt nicht nur das Thema Mode die museologische Praxis vor neue Fragen und Aufgaben. Angesichts der kulturellen Neubestimmung und Ökonomisierung des musealen Raums sowie der medialen Möglichkeiten mittels Digitalisierung müssen viele Fragen grundsätzlich neu gestellt werden. Inwieweit hat sich durch die mediale Öffnung das Museum als historisch gewachsene Institution samt der damit verbundenen Praktiken Sammeln und Kuratieren verändert? Denn mittlerweile sind privates Sammeln und Kuratieren integriert in eine ästhetisierende, vor allem westliche Konsumpraxis, die die museale Ordnung auf die private materielle Kultur überträgt. Digitale Medien erweitern und verändern die Zugänge zum musealen Raum, der nun virtuell begangen werden kann, ohne den Ort selbst aufzusuchen. Diesen Tendenzen gegenüber müssen sich museale Praktiken positionieren und definieren. Modeausstellungen und Modeforschung könnten in diesem Kontext Pionierfunktionen übernehmen.

-
- 3 Den Versuch einer konsequent übergreifenden kulturanthropologischen Perspektive unternimmt das Rautenstrauch-Joest-Museum Köln in seiner Dauerausstellung mit der Abteilung „Der Körper als Bühne“, in dem sich die Kurator/innen den kulturanthropologischen Ansatz der Kleidungsforschung zunutze machen. Dazu hat sich dieses Museum mit der Übernahme der Ausstellung „Fast Fashion“ (2018–2019) der aktuellen Diskussion über die Verbindung von Mode und Globalisierung geöffnet, eine für ethnologisch-kulturgeschichtliche Museen wesentliche Perspektive.
 - 4 Vgl. die von Jennifer Craik und Angela Jansen geleitete Initiative „Non-European Fashion“, umbenannt aktuell in „Research Collective for Decolonizing Fashion“ (RCDF). Eine Konferenz zum Thema findet 2019 in Seattle statt: siehe Panel „Decolonizing Fashion“ beim Symposium der Costume Society of America.

Musealisierte Mode verändert den Blick auf die Mode wie aufs Museums selbst. Sie radikalisiert die Gegenwart im Museum, konfrontiert die Besucher mit ihren eigenen Praktiken und Diskursen und fordert zu ungewohntem Ausstellungsdesign auf. Sie macht dadurch das Museum nicht nur zu einer dynamischen Schnittstelle zwischen Besucher/innen, Kurator/innen und dem Konsumfeld Mode, um neues Wissen, neue Diskurse und Praktiken und Werte auszuhandeln, sondern verdeutlicht, wie sehr das Museum selbst zum aktiven Medien- und Konsumakteur der Catwalk Economy geworden ist.

Literatur

- Baudrillard, J. (1991). *Der symbolische Tausch und der Tod*. München: Matthes & Seitz.
- Clark, A. & Haye, A. de la (Hrsg.) (2014). *Exhibiting Fashion: Before and After 1971*. New Haven et al.: Yale University Press.
- Flusser, V. (1993). Über die Mode. In Ders., *Nachgeschichte. Eine korrigierte Geschichtsschreibung* (S. 138–142). Bensheim et al.: Bollmann.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke Univ. Press.
- Jansen, A.M. (2015). *Moroccan Fashion. Design, Tradition and Modernity*. London, New York: Bloomsbury.
- Link-Heer, U. (1998). Die Mode im Museum oder Manier und Stil (mit einem Blick auf Versace). In G. Lehnert (Hrsg.), *Mode, Weiblichkeit und Modernität* (S. 140–164). Dortmund: Ed. Ebersbach.
- Loschek, I. (2007). *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin: Reimer.
- Mentges, G. (2014): Entkörperung – Verkörperung. Historisch-kulturelle Körpergeschichte im musealen Raum. In B. Kuhn, S. Popp, J. Schumann & A. Windus (Hrsg.), *Geschichte erfahren in Museum*. Reihe Fortbildung Geschichte, Band 6. (S. 67–74). St. Ingbert: Röhrig Univ. Verl.
- Mentges, G. (2019). Reviewing Orientalism and Re-orienting Fashion Beyond Europe. In E. Gaugele & M. Titton (Hrsg.), *Fashion and Postcolonial Critique* (S. 129–141). Berlin: Sternberg Press.
- Miller, A. (2019). *The Christian Dior Exhibit at London's Victoria & Albert Museum Is 2019's Must-See Hit*. Verfügbar unter: <https://fashionista.com/2019/01/v-and-a-christian-dior-designer-of-dreams-exhibit-review> [25.02.2019]
- Nicklas, C. (2013). Tradition and Innovation. Recent Balenciaga Exhibitions. *Fashion Theory*, 17 (4), 431–444.
- Niessen, S., Leshkowich, A. & Jones, C. (Hrsg.). (2003). *Re-Orienting Fashion. The Globalization of Asian Dress*. Oxford, New York: Berg.
- Petrov, J. (2019). *Fashion, History, Museums*. London et al.: Bloomsbury.
- Rechenberg, A. (1989). Probleme beim Umgang mit „Tracht“ in Heimatmuseen. In G. Böth & G. Mentges (Hrsg.), *Sich kleiden*. Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, Band 25 (S. 179–184). Marburg: Jonas.
- Riegels Melchior, M. (2014). Introduction: Understanding Fashion Dress Museology. In M. Riegels Melchior & B. Svensson (Hrsg.), *Fashion and Museums. Theory and Practice* (S. 1–18). London et al.: Bloomsbury.

- Steele, V. (2013). Alexander McQueen: Savage Beauty. *Fashion Theory*, 17 (4), 419–430.
- Taylor, L. (1998). Doing the Laundry? A Reassessment of Object-based Dress History. *Fashion Theory*, 2 (4), 337–358.
- Vänskä, A. & Clark, H. (Hrsg.). (2018). *Fashion Curating. Critical Practice in the Museum and Beyond*. London et al.: Bloomsbury.

Museologie(n) der Mode

Marie Riegels Melchior

Fashion Museology: Unpacking the Current Musealisation of Fashion

Introduction

At a cinema near my home in rural Denmark during the recent holiday season, a movie poster caught my attention. The poster showed a casually dressed male curator adjusting the train of a pale dress worn by a golden fiberglass mannequin in a staged setting: a shiny dark floor is beneath them, and wallpaper matching the dress hangs behind. Below the main image, other photos showed the pop star Rihanna entering the Metropolitan Museum of Art for the Met Gala in an extravagant, imperial yellow fur-trimmed cape by the Chinese fashion designer Guo Pei; Editor-in-Chief of *Vogue*, Anna Wintour, in uniform with her iconic black sunglasses; and views of the fashion exhibition *China: Thorough The Looking Glass* (2015). Bold black text declared the title of the movie, *The First Monday in May*. I knew immediately what this was all about, but I must nevertheless admit I was stunned. A movie had been produced by Magnolia Pictures in association with Condé Nast Entertainment, documenting eight months in the creation of what became a blockbuster fashion show at the Metropolitan Museum of Art in New York. The show was viewed by 815,992 visitors in its four months on display, making it the fifth most-attended exhibition in the history of the museum (founded in 1870). It was also one of the museum's largest special exhibitions ever, dedicating about 30,000 square meters to the story of the impact of Chinese aesthetics on Western fashion and of how China has fuelled the fashionable imagination for centuries. In the show, "high fashion [was] juxtaposed with Chinese costumes, paintings, porcelains, and other art, including films, to reveal enchanting reflections of Chinese imagery," (The Metropolitan Museum of Art, 2015) as the museum's press release put it. The exhibition was a powerful fashion statement, irrefutably proving the success of the musealisation of fashion, and what I term fashion museology. The movie, an extra layer that helped the message travel far beyond the museum, explained the power of fashion for a cultural institution such as the art museum; the power of celebrity culture for advertising the museum's cause and for fundraising; and the power of fashion as part of visual culture and aspiration in everyday aesthetic imagination and identity making.

The First Monday in May and the expanded musealisation of fashion in museums over the last ten to fifteen years make it relevant to ask, why and how is fashion handled by museums?

Fashion in Museums: State of the Art

To answer the first part of the question, one can look to the emergence of a new kind of museum at the turn of the century: the fashion museum. A few independent fashion museums were added to the world map of museums, including the Mode Museum (MoMu) in Antwerp (opened in 2002), the Fashion and Textile Museum (FTM) in London (opened in 2003), and the Museo de la Moda in Santiago, Chile (opened in 2004). They seemed to continue in the tradition of costume history museums that emerged beginning in the mid-20th century, e.g. the Costume Institute in New York (1946), the Gallery of Costume in Manchester (1947), the Museum of Costume in Bath (1963), the Museum at the Fashion Institute of Technology (1974), the Musée de la Mode au Palais Galliera (1977/1920), the Kyoto Costume Institute in Kyoto (1978), and the Musée des Arts de la Mode in Paris (1986 – since 1997 Musée de la Mode et du Textile). These new fashion museums are specialised institutions, however, established around collections of mainly dress, some textiles and other items for bodily adornment, as well as objects representing fashion brands and fashion culture. To some extent, this development was due to a semantic change, a matter of translating words. But it also meant a new conceptualisation of fashion in museums. In the case of MoMu, its mission is to institutionalise the work of the avant-garde Antwerp fashion designers, who during the 1980s attracted international attention for their resistance to established practices of the fashion system. With this as its goal, MoMu chose (also) to act as in resistance, in its case to the established museum world, by keeping its focus on contemporary fashion and developing its practices in close collaboration with the local fashion industry, rather than building the institution on an imagined past cultural heritage, as has been the convention of costume history museums (Pecorari, 2014). As a result, the museum added another space in which the Antwerp fashion design world can explore and express its creativity and definition of fashion.

At the FTM, it is likewise the display of fashion that is in focus. The museum has chosen to be a kind of exhibiting machine, producing contemporary fashion exhibitions made for touring as well as making the museum a dynamic space for talks and other fashion-related events, ultimately providing a space for the production of fashion culture. The museum was bought in 2006 from its founder, British fashion designer Zandra Rhodes, by Newham College; in addition to its exhibition work, the museum has since its new ownership also housed the fashion school of the College.

As these new fashion museums were emerging, established costume or dress collections in museums began to change names, exchanging dress or costume with fashion. This act has been less visible beyond the walls of the museums involved, but it is still a communicative act, and changing the meaning of the content has caused both frustrations and new successes for the museum staff involved. Clearly the word *fashion* is in vogue. It is perceived to be catchier and more appealing in

the settings in which museums are communicating, particularly among the younger audience museums strive to attract. However, the word – and what it is classifying in different museums – has not one meaning, but many. Dress means fashion. Dress means a special kind of fashionable dress. Fashion means the institutionalised system that produces and distributes new sartorial trends. And so forth.

A common denominator seems to be a view of fashion as a cultural phenomenon – as an assemblage of thing and sign – not only a privileged kind of dress (a specific kind of object), but also a cultural expression able to communicate conceptual meanings as well as reveal underlying societal processes. This emphasis on fashion has been further underlined by the relatively new Master of Arts degree in Fashion Curation (fashion curatorship) at the London College of Fashion, developed by fashion scholars and curators Amy de la Haye and Judith Clark in 2006 with a unique focus on the history and theory of exhibiting fashion and calling for a storytelling approach to fashion displays.

The Musealisation of Fashion in Museums – Past and Present

The media discourse around fashion in museums often suggests – not unlike the fashion industry discourse, which prefers to continuously be situated in the present with a focus on the next new thing – that fashion in museums is a new phenomenon. But as fashion and museum scholars have demonstrated, this is a truth with some modifications (Riegels Melchior & Svensson, 2014; Clark & de la Haye, 2014; Cumming, 2004; Taylor, 2004). Since the turn of the 20th century, dress has been collected, mainly by folk history museums and museums of decorative arts, but it has been collected and organised in two categories of objects: dress or fashionable dress, that is, folk dress and fashionable dress. These two kinds of dress were perceived as belonging to two different social groups – peasants and bourgeois/nobles – and further differentiated by other dichotomies, like rural-urban or static-dynamic. In this way, the distinction between the two collections tapped into an understanding of history as moving in a fixed direction from rural and national to urban and international (that is, influenced by international fashions). Dress or fashionable dress was hereby musealised: turned into objects of distinct value and meaning with respect to the vision and *raison d'être* of the museum (Henning, 2011). Dress became part of the modern, public museum in its scholarly ambition, through the collection of tangible heritage, to document historical fact and thereby represent the past, most often using chronologically-ordered displays to teach the visitor about the past. What appears to be novel today is the display of fashion in museums; this does not necessarily include collection practices, but rather a musealisation process that occurs through staging the visual culture of fashion while telling a story about fashion. The museum has become a medium to reflect fashion.

To further understand fashion in museums and the transformation of museum practices recently catalysed by fashion, I have suggested the usefulness of introducing the two interrelated concepts of “dress museology” and “fashion museology” (Riegels Melchior, 2014). Dress museology relates to the modern, public museum: to the practice of collecting and organising dress objects, to research into this kind of material culture, and to the display of dress objects in a manner highlighting knowledge about the object. Dress museology is therefore driven by a logic of classification and preservation as a method of heritage management, with the purpose of teaching the museum visitor to see, identify and hereby learn about changing styles, use of materials, and the social functions of dress over time.

In contrast, fashion museology emphasises the visibility of the museum, mainly through the staging of spectacular shows. Fashion museology is as such a front-stage practice that focuses on connecting the museum with its visitors, stakeholders, the media and society at large. The logic driving fashion museology stimulates a recognition of the purpose of museums, but in contrast to new museology, it is shaped by a capitalist logic of supply and demand. Fashion museology’s purpose is to generate visibility, drawing attention to the museum in order to increase visitor numbers, fundraising and other revenue streams for the museum, as was so vividly demonstrated in the movie *The First Monday in May*. Here, the exhibit *China: Through the Looking Glass* shows how this logic is put to work for the museum. The movie demonstrates how the institution’s rich collections of objects (from the Department of Asian Art as well as the Costume Institute), its curators’ distinguished scholarship, and its connections to other museums, private collectors, the international fashion media and design community, A-list music and movie stars, international corporations, sponsors and the public itself draw thousands of visitors to the special exhibition and the museum, hereby proving its relevance.

To further apply the concepts of dress and fashion museology to an understanding of the musealisation of fashion, I will in the following draw attention to its history, which for this purpose can be briefly structured in at least three different periods of time.

The First Period

The early stages of the musealisation of fashion can be seen as starting with the collection of fashionable dress by decorative arts museums. This was the case at both the Victoria & Albert Museum in London (V&A), which began collecting in 1913, and the Gallery of Costume at Platt Hall in Manchester, which opened in 1947, despite the divergent characters of their collections (Taylor, 2004). It would not have been unusual to find textiles in the collections of decorative arts museums in the early twentieth century. Often, these textile collections became the foundation for the emerging fashionable dress collections, as these objects were collected due to the quality of the fabric or as a representation of a crafting tech-

nique, rather than as representations of a certain fashionable design. To be sure, collecting fashionable dress in the early 20th century was not unusual for cultural folk history museums. By 1930, for instance, the National Museum in Copenhagen and Nordiska Museet in Stockholm had well-established fashionable dress collections, as did several provincial cultural history museums, representing the history of dress in different social groups.

In the years just before the Second World War, however, a few art museums became interested in building fashionable dress collections and allowed existing private collections to enter the museum, as with the Costume Institute and the Met, and the Gallery of Costume and the Manchester City Art Galleries. In both cases, the collections were focused on the style, cut and material of fashionable dresses—the aesthetic value as well as the design. Often, the collections began by serving an educational purpose, offering a laboratory for contemporary fashion designers or art students, for example. In the display of the collection at the time, the objects themselves were highlighted: their material, detailed construction techniques and aesthetic value.

The first period was therefore defined by dress museology. The building block of this approach was the single, tangible object, often one piece of clothing or accessory. The scholarly work carried out by the museum staff formed the basis for what became known as “dress history” or “dress studies” (Taylor, 2004; Tarrant, 1996; Nicklas & Pollen, 2015) and created a very valuable encyclopaedic foundation for identifying the Western world’s dress history and heritage. Not surprisingly, these practices became important to the formulation of international guidelines for handling all kinds of dress in museums, known as the *ICOM Costume Committee Guidelines for Costume Collections*. These were established in 1962 (with Ann Buck from the Gallery of Costume, as the organisation’s first chairman) and are still followed by many museums, keeping practices of dress museology alive in museums as interest in fashion is expanding.

The Second Period

During the 1960s and 1970s, the subject of fashion gained significantly more interest in decorative arts and art museums. In these years, the Victoria & Albert Museum (V & A) established its specific fashion department, revealed to the public in the 1971 special exhibition *Fashion: An Anthology by Cecil Beaton*, which was curated by the legendary British fashion photographer Cecil Beaton (1904–1980). The exhibit introduced new standards of display techniques similar to contemporaneous fashion boutique decorations, using abstract, modern mannequins and sensorial gimmicks like the use of perfumes from select fashion houses in the exhibit (de la Haye & Clark, 2014). Almost ten years earlier, the British collector Doris Langley Moore established the Museum of Costume in Bath, known as the Fashion Museum since 2007. Across the Atlantic, the Fashion Institute of Technology

(FIT) in New York opened with a study collection of fashionable dress that would form the basis of the institute's Design Laboratory in 1969 (and, since 1974, The Museum at FIT) (Steele, 2008). The influence of that era's popular culture cannot be underestimated, as it went hand-in-hand with the recognition of fashion as an important part of the collective cultural heritage to be guarded by public museums, and with changing epistemologies of museum objects. Objects were gradually perceived as representations of multiple meanings, instead of as unmediated anchors of the past that were simply concrete testimonies of form, material and function.

In this second period, the Costume Institute at the Met initiated a fashion strategy much like the V&A's in London. The institute was heavily influenced by Diana Vreeland (1903–1989), the fashion editor of *Harper's Bazaar* from 1939 to 1962 and Editor-in-Chief of American *Vogue* from 1963 to 1971. As a Special Consultant for The Costume Institute, Vreeland curated fifteen special exhibitions of fashion between 1972 and 1989. The Vreeland exhibitions were, like the V&A's Cecil Beaton exhibition, highly staged and imaginative shows rather than representations of past histories. Vreeland has been described as translating her editorial language into a museum curatorial one (Clark & Frisa, 2012). In consequence, faithfulness to the display of historical fact or to art history were of lower priority than the expression of the creative talent of the fashion designer and the imagination of the given fashion world. As curators, Vreeland and Beaton came to represent the shift in focus from the single tangible object to the dream of fashion through the display of high-end, often avant-garde, fashion design – a change received with varying degrees of approval. The new fashion exhibitions were popular among visitors, and dusted off the modern, public museum, which was perceived as experiencing a time of crisis during the 1970s due to its conservative appearance (McCellan, 2008); but they were criticised by art critics and curators. Vreeland in particular was seen as going too far in transforming the museum display into a fashion experience whose scholarly or commercial purpose was difficult to decode (Steele, 2008, pp. 10–15).

It can be argued that in the second period, it gradually became clear that the musealisation of fashion was two-fold, promoting distinct front-stage and back-stage perceptions and handling of museum objects. The handling of fashionable dress backstage was influenced by the standards expressed in the ICOM guidelines. The front-stage display of fashion was shaped and inspired by the experience of commercial fashion shows and the styling of fashion editorials, focusing less on the actual piece of clothing and more on the creation of meanings and narratives to engage and evoke feelings in the visitor.