



84) Ballkleid, um 1956



1950–1970 VOM PETTICOAT ZUM MINIROCK

In den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg empfing die Kleidungskultur eine Fülle neuer, über zeitmodisch veränderte Formen hinausreichender Grundmuster. Während Paris und hier allen voran die jährlich wechselnden »Linien« Christian Diors die offizielle Mode bestimmten, blickte die Jugend nach Amerika. Von dort kamen Petticoat und Jeans als Vorboten spezifisch jugendlicher Lebens- und Kleidungsstile, wie sie in der Folgezeit immer größere Bedeutung gewannen. Neue Materialien versprachen das Leben leichter und bunter zu machen. Einen wachsenden Markt fanden Modezeitschriften, deren Schnittmusterbögen tausende selbstschneidender Frauen an den aktuellen Trends teilhaben ließen. In den 60er Jahren brachte der Minirock sämtlichen Trägerschichten und Altersgruppen eine radikale Verkürzung aller bislang denkbaren Rocklängen, die zugleich das bis dahin zentrale Modethema allgemeingültiger, in jeder Saison neu festgesetzter Rocklängen beendete.

LUXUSMODE Neben eleganten Tageskleidern gaben vor allem Abendroben Gelegenheit, die Mode der 50er Jahre als Demonstration wiedergewonnener Kreativität, Exklusivität und schneidertechnischer Raffinesse zu feiern. Mit dem neuen Typus des kurzen Cocktailkleides und nach wie vor bodenlangen Ballkleidern waren sie fester Bestandteil einer weit mehr als heute von streng getrennten Funktionsbereichen geprägten Kleidung. Filmstars und »die oberen Zehntausend« der deutschen Nachkriegsrepublik, deren Leben in der Boulevardpresse zunehmend zu einem öffentlichen wurde, gaben den Ton an.

Ein großes Ballkleid aus dem Besitz von Anneliese von Bohlen und Halbach, der geschiedenen Ehefrau Alfried Krupps (1907–1967) und Mutter des vor allem als »Playboy« in Erscheinung getretenen Arndt von Bohlen und Halbach, ist ein typischer Vertreter der neuen Luxusmode (Abb. 84). Die schulterfreie Corsage – mit oder ohne Träger – betonte die schmale Taille und erforderte erneut eine Disziplinierung des weiblichen Körpers durch formende Unterkleidung. Ein eingearbeitetes Mieder fixiert die Grundsilhouette, von der aus geometrisch strenge und zugleich voluminöse Drapierungen das Kleid in nahezu skulpturaler Formgebung modellieren.

Der präzise konstruierte Charakter derartiger Kleider wird betont durch die spröde Steifheit des schwarzen Seidentafts, der zusammen mit dem schwereren Faille¹ ein bevorzugtes Material der Abendmode der fünfziger Jahre war.

P E T T I C O A T Im Gegensatz zur damenhaften Eleganz Pariser Provenienz entstanden in jenen Jahren betont adoleszente Lebens- und Modeideale, in deren Folge sich sowohl das modische Frauenbild verjüngte als auch die Jugend selbst für den Bekleidungsmarkt entdeckt wurde. Eine enge Verflechtung beider Entwicklungsstränge zeigte zunächst der Petticoat, dessen Wurzeln sowohl in der europäischen Mode als auch in der amerikanischen Jugendkultur zu sehen sind. Bereits 1939 lenkte der im amerikanischen Bürgerkrieg spielende Erfolgsfilm »Vom Winde verweht« und seine Hauptfigur Scarlett O'Hara neue Aufmerksamkeit auf die Crinolinenmode des 19. Jahrhunderts. Nach dem Zweiten Weltkrieg nahm nicht nur Christian Diors New Look die weit schwingende Extravaganz viellagiger Röcke auf. Ihre Breitenwirkung wäre jedoch ohne den Einfluss Amerikas und das damit neu definierte Modebild undenkbar gewesen wäre. Erst die im englischsprachigen Raum bezeichnenderweise auch »Crinoline«² genannten Petticoats aus Synthetik-



85) Petticoats: USA 1955
(als Faschingskostüm
umgearbeitet),
deutsches Modell, 1958

materialien machten es möglich, die riesigen, in der Haute Couture verarbeiteten Tüll- und Stoffmengen zu ersetzen. Zur unkomplizierten Fertigung kamen erschwingliche Preise und die einfache Pflege der modernen Chemiefasern, mit denen der Petticoat für die modebewusste Dame wie für den Lebensstil eines jugendlichen Publikums an Attraktivität gewann³.

Nicht nur die Orientierung am amerikanischen Vorbild, sondern ein solches selbst führt ein Petticoat vor Augen, der, später zum Faschingskostüm umgearbeitet, zugleich für ein häufiges Schicksal der im Laufe der 60er Jahre aus der Mode gekommenen Unterröcke steht (*Abb. 85*). Ein deutscher Wissenschaftler erwarb ihn am Ende einer Studienreise in die USA in dem traditionsreichen New Yorker Warenhaus Macy als Mitbringsel für seine Frau; denn »es war Herbst 1955 und hier in Europa hatte man bis dato nur davon gehört«⁴. Mit Taillengummi, anliegender Hüftpassé – sie wurde bei der Umarbeitung zum Faschingsrock verkürzt – und vier daran angesetzten, einstufigen Tüllvolants entspricht der Petticoat dem unkomplizierten Grundtypus der neuen Stützröcke. Der zweite Volant von unten besteht aus einem groben Nylongitter, das gegenüber herkömmlich gestärkten Stoffen eine permanente Steife versprach. Dass freilich die Wirklichkeit der neuen Fasern oft anders aussah, belegten rasch vergilbende Petticoats, die trotz aller Versprechungen nach mehrmaliger Wäsche zusätzlich gestärkt werden mussten. Leider machte das Vergilben der synthetischen Fasern auch vor den Museumsstücken nicht halt, so dass die ausgestellten Petticoats oft nur noch wenig mit den weißen Traumgebilden zu tun haben, denen in den 50er Jahren die Sehnsucht vieler Frauen galt.



86) Hausfrau beim Nähen eines Petticoats, aus: *Ratgeber für Haus und Familie*, Mai 1960

Zu den ersten deutschen Petticoat-Herstellern gehörte die seit 1951 im schwäbischen Ettlingen produzierende Firma Vettermann. Ein 1958 von einer damals 35-jährigen Zahnarztgattin erworbener »Vettermann-Petticoat« verbirgt das auch hier vorhandene steife Synthetikgitter unter bestickten Perlonrüschen, die an traditionelle Schweizer Handarbeiten erinnern (*Abb. 85*)⁵. Anders als das jugendliche, primär auf eine zwecktaugliche Verarbeitung ausgerichtete amerikanische Modell vertritt er eine traditionsverbundenere, damenhafte Version des Petticoats, so dass die Gegenüberstellung beide Gesichter der Petticoat-Mode zum Ausdruck bringt.

Wo Geld und Gelegenheit zum Kauf eines Petticoats fehlten, waren alternative Lösungen gefragt. Hier ist auf das bald nach der Teilung Deutschlands zwischen BRD und DDR zu Tage tretende modische Gefälle zu verweisen, das Bewohnerinnen der DDR zum Kauf eines Petticoats in den Westen reisen ließ, um diesen zur Tarnung »eng um den Leib gewickelt... über die noch passierbare Grenze nach Hause« zu bringen⁶. Mode- und Frauenzeitschriften enthielten Anleitungen zum sparsamen Selbstschneidern von Petticoats, wozu selbst abgetragene Unterkleider gute Dienste leisteten: »Sie brauchen es nur in Taillenhöhe abzuschneiden und mit einem Gummizug zu versehen und haben einen schicken Halbrock... Sie können auch den Unterrock durch Aufnähen von Extrarüschen aus Perlon (unser Bild) zu einem Petticoat versteifen (*Abb. 86*)⁷.

PLASTIC - HANDBAGS Dank ihrer schier unbegrenzten Einsatzmöglichkeiten verkörperten die neuen Synthetikmaterialien in besonderer Weise den amerikanischen Lebensstil mit seinen sprichwörtlich unbegrenzten Möglichkeiten. Weder zu Nylonstrümpfen noch zum Petticoat verarbeitet, betrachtete man sie als billige Surrogate ihrer traditionellen Vorgänger. Als Handtaschen lösten sie mühelos teure Lederbehältnisse ab und entfalteten eine eigene, von den neuen Materialien, deren Charakter und deren Gestaltungsmöglichkeiten geprägte Ästhetik.

Unter den frühen Plastiktaschen, die heute Museumsstücke und begehrte Sammlerobjekte geworden sind, bilden kassettenartige Acryl- und Kunststofftaschen, die in Amerika in den späten 40er und 50er Jahren durch zahlreiche Hersteller auf den Markt kamen, eine eigenständige Gruppe (*Abb. 87*)⁸. Zu matten und glänzenden, opaken und transparenten Oberflächen verarbeitet, boten die Kunststoffe den auf größtmögliche Formen- und Farbenvielfalt ausgerichteten Kollektionen optimale Möglichkeiten. Als modische Accessoires brachen sie bewusst mit traditionellen Materialhierarchien, indem aus billigen Ausgangsstoffen extravagante Luxustaschen entstanden. Amerikanische Firmen brachten alljährlich bis zu vierzig verschiedene Modelle auf den Markt. Aus denselben Materialien entstanden Zigarettenetuis, Puderdosen, Aschenbecher und anderes mehr.

Stilistisch folgten die geometrisch geformten Kassettentaschen mit Schnappverschluss und einem oder zwei kurzen Handbügeln dem Zeitgeschmack. Fotos von Sophia Loren mit kantigem Reptilköfferchen korrespondierten mit Aufnahmen von Elizabeth Taylor und Martine Carol mit funkelnden Acryltaschen. Im Innern der Plastikboxen waren oft Kosmetikspiegel und Fächer für Lippenstift und Puderdose eingearbeitet, die ihrerseits den Blick auf die amerikanisch geprägte Modeindustrie und ihre Produkte lenkte. Unter den verwendeten Materialien nahm das von dem deutschen Chemiker Otto Röhm entwickelte Polymethylmethacrylat (PMMA), das zunächst unter dem Handelsnamen Plexiglas hergestellt wurde, einen führenden Platz ein. In den folgenden Jahren kamen härtere Acryle hinzu, deren Entwicklung entscheidend von kriegsbedingten Forschungen profitierte, nachdem u.a. Cockpitanzeln von Kampfflugzeugen aus den neuen Werkstoffen hergestellt wurden.

Die ausgestellten Taschen wurden der Textilsammlung 1991 als Schenkung übergeben. Herkunftsangaben wie »Hollywood. Melrose. AV« oder der Vermerk, dass sie aus den Studios der Paramount Filmgesellschaft erworben wurden, scheinen ihren Gebrauch im Umkreis der amerikanischen Filmmetropole zu bestätigen. Die weiße, hochformatige Deckeltasche mit Perlmuttereffekt des Herstellers »Wilardy«, dessen Namenszug auf dem Innenscharnier angebracht ist, wurde einer beiliegenden Notiz zufolge von der Schauspielerin Kim Novak getragen (*Abb. 88*).

J E A N S Während sich die Attraktivität der Plastikhandtaschen als kurzlebiger Modeartikel rasch erschöpfte und erhaltene Sachzeugnisse ihre Existenz im wesentlichen Sammlerinteresse verdanken, stehen Jeans für die ganz anders gartete Rezeption des wohl populärsten Leitmotivs amerikanischer Kleidungskultur. »Oder



87) Handtasche, um 1950



Namenszug »WILARDY«,
auf dem Innenscharnier

88) Handtasche, Wilardy,
USA, um 1950

kann sich einer ein Leben ohne Jeans vorstellen?«, ließ Ulrich Plenzdorf 1972 in seinem Kultbuch jugendlicher Befindlichkeit »Die neuen Leiden des jungen W.« den Lehrling Edgar Wibeau den universellen Anspruch der zum Mythos gewordenen blauen Arbeiterhosen formulieren. Stilisierungen und Mystifizierungen von der werbewirksam manipultierten Gründungslegende der Firma Levi Strauss bis zur Jeans, die amerikanische Jugendliche 1979 Papst Johannes Paul II. bei seinem Besuch in New York mit T-Shirt und Musikkassette als »unsere Symbole« überreichten, zeigen, dass Jeans immer mehr waren als eine normale Hose⁹.

89) Levi Strauss and Company,
Jeans »501 XX«, um 1966/77



Eine Hose des Herstellers Levi Strauss and Company, Modell 501 XX, vertritt das Thema Jeans in der Ausstellung (Abb. 89). Die seit 1890 unter dieser Modellnummer produzierte Hose wurde zum Klassiker der Jeanskultur. Trotz zahlreicher Detailveränderungen, die eine Datierung der ausgestellten Hose in den Zeitraum zwischen 1966 und 1971 erlauben, steht sie in besonderem Maße für Authentizität und Kontinuität¹⁰. Markenzeichen ist das seit 1936 unter den linken Rand der rechten Gesäßtasche genähte rotgrundige Etikett mit der – seit 1953 doppelseitig – vertikal eingewebten Aufschrift »LEVI'S«. 1971 wurden die Großbuchstaben durch die Schreibweise »Levi's« ersetzt, so dass die davor hergestellten Hosen als Levi's »Big E« im nachhinein Kultstatus und Sammlerwert erhielten (Abb. 90). Seit 1966 verzichtete man auf die verdeckten Nieten an den Gesäßtaschen. Bereits in den 1960er Jahren wurde der Knopfverschluss durch einen Reißverschluss ersetzt, was etwa der Hersteller Lee schon 1929 getan hatte.



90) Levi's »Big E«, Gesäßtasche mit Herstelleretikett

Der Übergang der Jeans von der funktionalen Arbeitshose – nicht nur von Goldgräbern und Cowboys – zum ideologischen und ökonomischen Fixstern der Jugend- und Freizeitkultur war in Amerika und Europa ein Phänomen der Nachkriegszeit. Die folgenreichste Neuorientierung markiert u.a. der Werbeslogan »LEVI'S and LEARNIN' go together«, mit dem die US-Firma 1945 neue Käufer-schichten anzusprechen suchte. Dabei belegen Kampagnen amerikanischer Schulen und konservativer Mittelstandsorganisationen gegen jeantragende Kinder und Jugendliche negative Reaktionen gegen die neue Jugend- und Freizeitmode, noch ehe Motorradbanden, Beatniks und jugendliche Filmrebellens das Bild der Jeans als Protestkleidung verfestigten¹¹. Gleichzeitig boten amerikanische Hersteller bereits in den 50er Jahren umsatzfördernde »Styling-Novelties«, wie karierte Aufschläge und seit 1954 künstlich ausgewaschene Jeans¹².

Wenngleich die Firma Hermann – ab 1958 unter dem Warenzeichen »Mustang« – seit 1949 in Künzelsau »Farmerhosen«, »Cowboy-Hosen« und »Röhrleshosen« nach amerikanischem Vorbild produzierte und weitere deutsche Hersteller folgten, waren es doch die Produkte der großen US-Firmen, die den Mythos Jeans im Nachkriegsdeutschland trugen. Als Vermittler kamen amerikanische Filme und ihre jugendlich-rebellischen, nonkonformistischen Helden hinzu, die wie James Dean und Marlon Brando in besonderem Maße zu Identifikationsfiguren der »wilden« Fünfziger Jahre wurden. In der deutschen Filmszene übernahmen diese Funktion die »Halbstarken«. Daneben schätzte man Jeans aber vor allem als neuartige, legerere Freizeitkleidung, wobei eine vorsichtige Annäherung beider Seiten erfolgte, als die Illustrierte »Revue« die neuen Nietenhosen 1958 mit dem Vermerk vorstellte: »Dazu trägt der junge Herr eine James-Dean-Jacke«¹³.

MINIROCK Eine konsequente Antwort der Modeindustrie auf die Jugend als neu entdeckte Zielgruppe waren in den 60er Jahren Minirock und Minikleid. Seit den 20er Jahren waren kniefreie Röcke zu einer von Modetendenzen unabhängigen Konstanten der Kinderkleidung geworden. Nun fanden Röcke, die so viel Bein wie nie zuvor freigaben, erstmals in die Kleidung erwachsener Frauen Eingang.

Den im wörtlichen Sinne revolutionären Schnitt vollzog die englische Modemacherin Mary Quant (geb. 1934) mit ihren neuartigen, Oberschenkelkurzen Hemdkleidern, die sie berühmt machten. 1962 berichtete die amerikanische Ausgabe der Modezeitschrift »Vogue« über die von Mary Quant's einfachen, jugendlichen Kleidern verursachte Moderevolution. Ihre Modelle wurden mit programmatischen Namen versehen wie »Lolita«, »School-Girl«, »Good-Girl«¹⁴. Fast ohne Verzögerung setzte sich der Stil international durch, in seinem Gefolge weitere zukunftsweisenden Entwicklungen von der Strumpfhose über einen mit dem kindlichen Modeideal einhergehenden Jugend- und Schlankheitskult bis hin zur umfassenden Verbreitung synthetischer Materialien.

Ein 1965/66 in Frankfurt am Main erworbenes Minikleid aus bedrucktem Nylonjersey zeigt die rasche Popularisierung der Minimode (Abb. 91). Der hemdartig

schlichte Schnitt des kragenlosen Kleides steht in einem kaum zu überbietenden Kontrast zur Dramatik der Mode der 50er Jahre. Mit einer Gesamtlänge von rund 80 cm erreichte es kaum vormalige Rocklängen.

Auch das Material und die den psychedelischen Tendenzen der Zeit nahestehende Farben und Motive sind symptomatisch für den modischen Aufbruch der 60er Jahre. Für das in Frankreich unter dem erneut auf mädchenhaft-jugendliche Konnotationen setzenden Markennamen »Virginie« hergestellte Kleid wurde Polyamidjersey der französischen Handelsmarke »Nylfrance« verarbeitet. Die vollsynthetischen, oft als Nebenprodukt aus Materialforschungen in Technik und Raumfahrt hervorgegangenen Stoffe entsprachen den zukunftsorientierten Identifikationen der Kleider. Unter einer Fülle national unterschiedlicher Handelsnamen fanden sie, zu Geweben verarbeitet oder als hochglänzende und transparente PVC-Folien, erstmals im großen Stil in die Kleidung Eingang. Auch die Grundlagen der heute selbstverständlichen Verfügbarkeit von Kleidung aus natürlichen und chemisch gewonnenen Materialien sind damit in den 60er Jahren zu sehen.

Die ursprünglich speziell auf die Bedürfnisse jugendlicher Träger ausgerichtete Minimode beeinflusste bis zum Ende des Jahrzehnts mit erstaunlicher Kon-

91) Minikleid, 1965/66



sequenz die Kleidung von Frauen jeden Alters und jeder Figur. Die entsprechenden Jahrgänge der an die mittelständische Hobbyschneiderin und ihre Familie gerichtete Modezeitschrift »Burda-Moden« sind dafür ein verlässlicher Indikator¹⁵. Im Gegensatz zum avantgardistischen Modemagazin à la »Vogue« betrafen ihre Modelle Kinder und Teenager ebenso wie die »reife« und »vollschlanke« Frau. Während 1966 noch die Maxime galt »Je jünger die Trägerin, desto mehr darf der Rocksaum übers Knie nach oben rutschen«, finden sich im Oktober 1967 bereits Anleitungen für »Hemdchen-Kleider« bis Größe 44. Unter dem Titel »Wie die reife Frau ihren Charme am besten unterstreicht« wurden im Januar 1969 deutlich kniefreie Kleider bereits in den Größen 48 und 50 vorgestellt. Im Februar desselben Jahres ermunterte man endlich »die reife Frau« expressis verbis zum kurzen Rock: »Mit viel Chic (im kürzeren Rock)... können Sie in diesem Frühling bestimmt etwas schlanker und sehr viel jugendlicher aussehen«¹⁶.

Als übergeordnetes Leitmotiv des modischen Aufbruchs der 50er und 60er Jahre zeigt sich somit eine bislang einzigartige Wahlfreiheit zwischen Kleidungsstilen, Rocklängen und Materialien. An die Stelle des Diktats wechselnder »Linien« ist eine Fülle nach- und nebeneinander gültiger vestimentärer und darüber hinaus auf andere Lebensbereiche ausgreifender Orientierungsmuster getreten, die den Grund legten für viele nachfolgende Looks, Trends und Revivals.

—1 Taftähnliches Gewebe mit hoher Kettdichte in Seidencharakter, mit deutlichen Querrippen (Alfons Hofer: *Textil- und Modelexikon. Bd. 1*, Frankfurt a.M. 1997, S. 258). —2 Carter 1962, S. 152. —3 Carter 1962, S. 112. – Kat. Köln 1999. —4 Freundliche briefliche Mitteilung Dr. Wolfgang Huck, 1999. —5 Claudia Selheim: *Leitbild Petticoat*. In: Monatsanzeiger 11, 1999, S. 6–7. —6 Annelen Karge: *Drunter & Drüber. Drei Jahrhunderte Mode in Rostock*. Rostock 2000, S. 77. —7 *Ratgeber für Haus und Familie*. 54. Jahrgang, Heft 5, Mai 1960, S. 534. —8 Robert Gottlieb, Frank Maresca: *A Certain Style. The Art of Plastic Handbag, 1949–1959*. New York 1988. – Ingrid Loschek: *Accessoires. Symbolik und Geschichte*. München 1993, S. 267. – Jutta Zander-Seidel: »Florida-Handbags« – Amerikanische Plastikhandtaschen der späten 40er und 50er Jahre. In: Monatsanzeiger 10, 1998, S. 8–9. – Claire Wilcox: *Handtaschen. Moden & Designs im 20. Jahrhundert*. Niederhausen/Ts. 1998, S. 72–74. —9 Bausinger 1985. – Wolf-Dieter Könenkamp: *Jeans*. In: Kat. München 1986, S. 250–254. – Wolfgang Brückner: *Jeans – Anmerkungen zum gestörten Problembewusstsein vorgeblich progressiver Kulturforscher*. In: Brückner 2000, S. 388–415, bes. 396. —10 Kat. Ausst. *Histoires du jeans de 1750 à 1994*. Musées de la Ville de Paris, Palais Galliera. Paris 1994, S. 160. —11 Elke Dettmer: *Levi Strauss, San Francisco: Blue Jeans als amerikanisches Symbol*. In: Bausinger 1985, S. 47–97, bes. 70. —12 Könenkamp 1985, S. 119–121. —13 Könenkamp 1985, S. 136–137. —14 Valerie Steele: *Se vêtir au XXe siècle*. Paris 1998, S. 67–68. – Gerda Buxbaum (Hrsg.): *Mode. Das 20. Jahrhundert*. München 1999, S. 82–83. – Charlotte Seeling: *Mode. Das Jahrhundert der Designer 1900 – 1999*. Köln 1999, S. 392–401. —15 Judith Betzler (Hrsg.): *Aenne Burda. Die Macht des Schönen*. München 1999. —16 *Burda-Moden* 2, 1966, S. 24–25; 10, 1967, S. 30; 1, 1969, S. 21–22; 2, 1969, S. 36–37.