

Medieninformation, Juli 2005

# 150 Jahre Frauen-Mode

Stationen der Unterwäsche auf dem Weg „von unten nach oben“

**Die Von-Unten-Nach-Oben-Bewegung hat zu Beginn des vorigen Jahrhunderts mit den exklusiven Chanel-Modellen aus Textilien der Herrenwäsche-Produktion einen ihrer modischen Höhepunkte erlebt.**

**Innerhalb der letzten 150 Jahre hat die Unterwäsche verschiedenste Rollen gespielt. Vollkommen neu ist die Hauptrolle von Lingerie als integraler Teil von Haute Couture. Im Triumph International Fashion Award haben Designer rund um und mit Lingerie atemberaubende Modelle der Haute Couture entworfen.**

Seit rund 150 Jahren kann das „von unten nach oben-Drängen“ der Unterwäsche beobachtet werden. Die Geschichte der Frau kann dazu parallel gelesen werden. Denn mit dem Zeigen des „Unzeigbaren“ hat sich Frau von Zwängen befreit, die nicht auf ein Korsett reduziert werden dürfen.

Erst zu Ende des 19. Jahrhunderts wurde Frauen der Zugang zu Universitäten bzw. die Aufnahme an Fakultäten möglich, wobei oftmals eine subjektive Entscheidung der Fakultätsleitung über die Erwerbsmöglichkeit von Bildung entschieden hat:

*„Noch 1878 schrieb allerdings der Unterrichtsminister den Universitäten vor, Mädchen trotz Maturitätsnachweises den Zugang zur postsekundären Ausbildung nur in seltenen Ausnahmefällen zu gewähren.“*

[http://www.bmbwk.gv.at/universitaeten/uw/oehs/Das\\_oesterreichische\\_Hoc5227.xml](http://www.bmbwk.gv.at/universitaeten/uw/oehs/Das_oesterreichische_Hoc5227.xml)

## Für die Einen störende „Un“-Ordnung – für die Anderen notwendige „Um“-Ordnung

Aufgrund der Reduktion der Frauen auf das Äußerliche wurde der Weg „von unten nach oben“ gerne über die Kleidung begangen. Die amerikanische Frauenrechtlerin Amelie Bloomer hat sich 1851 für eine Gleichberechtigung der Frauen im Bereich der Kleidung eingesetzt, die es den Frauen erleichtern sollte sich „frei zu bewegen“. Die nach ihr benannte Frauenoberhose „Bloomers“ hat viel Aufregung verursacht, obwohl sie ganz züchtig mit einem weiten knielangen Rock getragen wurde. Bislang waren für die Dame Hosen lediglich unter dem höchstens knöchellangen Rock als Unterwäsche, „Pantalons“, tragbar. Die Sichtbarkeit der Wäsche galt als Verstoß gegen die gesellschaftliche Ordnung. Diese „Um“-Ordnung war jedoch schon Mitte des 19. Jahrhunderts in der westlichen Welt nicht mehr aufzuhalten.

## Modische Eruptionen mit Hilfe des Sports

Die Frauen haben neben der Mode noch ein weiteres Revier der „Um“-Ordnung erwählt, das auffallend oft gemeinsam mit den modischen Eruptionen auftritt: den Sport

Amelie Bloomer's Damenhosen wurden so auch hingegen der allgemeinen Ablehnung jedoch im Turnsaal gerne akzeptiert. Ende des 19. Jahrhunderts wurden die Bloomers auch Vorbild für die Pumphosen der Radlerinnen. 1909 wurde in London der nächste Anlauf genommen: der geteilte Rock wurde beim Reitsport Mode.



**Rafael Gomes entwarf dieses atemberaubende Abendkleid als feierliche Vermählung von wertvoller Lingerie mit Haute Couture.**

Der Rockteil besteht aus verflochtenen Strümpfen, dessen Höhepunkt die Rosette bildet. Den Knie umspielenden Blütenraum lässt Rafael Gomes aus Strumpfbändern entstehen. Im Zentrum steht die Korsage von Triumph International.

Rafael Gomes: *„Geboren wurde ich während des Karnevals in Rio de Janeiro. Meine Passion für Mode entdeckte ich bereits als Kind, als ich Kleider für meine Playmobil-Figuren nähte. Seit 10 Jahren lebe ich in München. Zurzeit besuche ich die Deutsche Meisterschule für Mode, die ich im Sommer 2006 beenden werde.*

*Erfahrungen sammelte ich bei der Teilnahme an der jährlichen Modenschau „Somewear“, bei der meine erste Kollektion den ersten Platz belegte, sowie mit verschiedenen weiteren außergewöhnlichen Projekten: Beispielsweise ein Kleid nur aus Autoteilen, welches für Alfa Romeo zur Präsentation eines neuen Autos auf Tournee durch Deutschland ging. Für eine Papierfabrik schuf ich opulente Papierkleider, die auch während der Fashion Week in London ausgestellt wurden. Bei einem Wettbewerb der Baufirma Hochtief gewann ich mit einer Kollektion funktioneller und stylerischer Arbeitskleidung den ersten Platz.“*

*(C) Rafael Gomes/Triumph International Fashion Award 2005*

### **Frauen gehen den Männern an die Wäsche**

Der Weg der Unterwäsche von unten nach oben hat mit Coco Chanel 1914/15 einen modischen Höhepunkt erlebt, der Modedesigner der folgenden Jahrzehnte nachhaltig beeinflussen sollte. Witzigerweise handelte es sich dabei um Textilien (beige Baumwollwirkware) aus der Wäscheherstellung der Herren, die von Chanel für die Oberbekleidung sportlicher Damen verwendet wurde.

Nicht nur wurde hier mit „gattungs“-fremden Materialien gearbeitet, es entwickelte sich aus dieser Zusammenführung – dehnbare Textilien aus der Herrenwäscheherstellung und Damenoberbekleidung – ein neuer Stil: der sportlich, elegante Stil, der die Basis des heutigen „Business/Casual“ ist. Dieser Stil hat in der Zwischenzeit aufgrund der Berufstätigkeit der Frauen weltweit mit durchschnittlich 50% den höchsten Anteil in der Damenoberbekleidung erreicht. Im Vergleich dazu sind Sportswear und Formal Wear in den meisten Ländern an zweiter und dritter Stelle der Tragegewohnheiten.

Quelle: International Wool Textile Organisation – I.W.T.O.: *Visions and Perspective of Consumer Behaviours and Trends in Clothing. A Global Study executed by Kurt Salmon Associates.* Deutscher Fachverlag 2004

So hat die Geschichte des „von unten nach oben“ auch statistisch nachweisbare Auswirkungen in der Mode: durch die Gleichberechtigung der Frauen hat sich eine ganze Sparte der Kleidung etablieren können – Business-Kleidung war bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts auf den Mann beschränkt.

### **Der Körper im Mittelpunkt modischer Befreiung**

Der Körper ist zentrales Thema. Geht es doch darum, dass Unterschiede aufgrund des Körpers gemacht wurden, die freiheitsbeschränkend für Frauen waren, wie in der Hosenfrage von Amelie Bloomer 1851 gezeigt. Zu Beginn der 80er Jahre ist nicht nur das Business-Kostüm für Frauen, die erstmals die Führungsetagen erreicht haben, ein unverzichtbares Thema der Mode geworden. Ein weiteres Material aus dem Unterwäschebereich wird in die Oberbekleidung aufgenommen: Lycra. Azzedine Alaïa ist der Designer, der den Körper mit Bondage-Elementen und elastischem Material dramatisch in Szene setzte. Und wieder ist es der Sport, der die modische Eruption begleitet: Overalls mit Radlerhosen sind Alaïa's größter Erfolg.

1988 folgt der nächste Designer, der sich der „von unten nach oben“ Bewegung anschließt und dafür von Stars wie Madonna geliebt wird: Jean Paul Gaultier hat Korsetts und Büstenhalter als Inspirationsquelle für Oberbekleidung genutzt. Durch die Hochstilisierung des „Unzeigbaren“ war der Bann gebrochen. Die Reduktion auf zu verbergendes Äußerliches, wie auf Korsetts, wurde von der Mode selbst aufgehoben. Die Frau unterliegt damit nicht weiter dem Zwang des Verhüllens/Enthüllens. Und das ist nicht nur auf ihren Körper zu beziehen, sondern auf ihre Weiblichkeit als Ganzes.

### **Weiblichkeit neu designt**

Designer aus der ganzen Welt haben sich im Rahmen des Triumph International Fashion Award 2005 mit der weiblichen Ikone „Pin-up“ auseinandergesetzt. Die aktuelle Ausdrucksform der Weiblichkeit in der Mode steht dabei im Zentrum des Wettbewerbes. Mehr als 700 eingesandte Entwürfe zeigen das reiche Spektrum der Kreativität internationalen Designs. Die von einer Expertenjury gewählten 7 Selected Designer präsentieren sich in [www.fashionoffice.org/triumph](http://www.fashionoffice.org/triumph)

Seinen Weg zur Inspiration für das Pin-up 2005 hat Rafael Gomes, Selected Designer des Triumph Award 2005, folgendermaßen beschrieben:

*„Das diesjährige Motto für den Fashion Award faszinierte mich sofort. Stundenlang saß ich da und versuchte Kleider zu entwerfen, die Blicke auf die Triumphwäsche gewährten. Unzufriedenheit traf mich. Schließlich tat es mir leid, gerade die Teile zu bedecken, die ich eigentlich zur Geltung bringen wollte.*

*Basta!*

*Ich löste mich von der Vorstellung, dass Unterwäsche bedeckt gehört. Das war die Idee! Das Pin-up von heute trägt das Drunter nun drüber, das Selbstbewusstsein der Frauen hat sich verändert. Komplett in Triumph sichert sich das Pin-up ihren glamourösen Auftritt! Die exklusiven Materialien sind so vielfältig, hochwertig und feminin, dass sie einer Oskarpreisträgerin würdig sind.“* Rafael Gomes

**Bild- und Textmaterial zu den „7 Selected Designer“ des Triumph International Fashion Award 2005:**

[www.fashionoffice.org/triumph/press](http://www.fashionoffice.org/triumph/press)

**Bild- und Textmaterial zu den aktuellen Kollektionen von Triumph International:** [www.triumph.com/press](http://www.triumph.com/press)

**Interviewanfragen & nähere Informationen:** Dr. Karin Sawetz, fashionoffice.org. Tel: +43.1.76985-101, E-Mail: [home@fashionoffice.org](mailto:home@fashionoffice.org)