

Jahresbericht und Magazin des Fachgebietes
Textiles Gestalten der Universität Osnabrück

ST/CHWORT

2024

Forschen und Präsentieren



Inhalt

- 4 Vorwort
- 8 Textiles Gestalten an der Universität Osnabrück
- 27 Selbststudium - Einblick in das Modul Technik und Produktion: Digitalisierung und Nachhaltigkeit
- 29 Die Handwebstuhlsammlung im Tuchmacher Museum Bramsche
- 37 Seminare des Moduls Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten
Rome en vogue
- 49 Die Kunst, sich selbst zu tragen - Fridas Kleiderschrank
- 57 Der vestimentäre Code der Jogginghose - geliebt, verpönt und allgegenwärtig
- 76 Vorschau auf die nächste Ausgabe
- 77 Impressum



Impressionen aus dem Textilen Gestalten im Studienjahr 2024. Fotos: Lucia Schwalenberg, Bärbel Schmidt.

Impressionen aus dem Textilen Gestalten im Studienjahr 2024. Fotos: Anja Leshoff, Bärbel Schmidt, Christine Löffers.

Vorwort

Zeit ist das, was man an der Uhr abliest.
Albert Einstein

Liebe Leserin, lieber Leser,

Einsteins Worte erinnern uns daran, dass Zeit nicht nur eine feststehende Größe ist, sondern etwas, das wir ganz unterschiedlich wahrnehmen. Besonders dann, wenn wir in spannende und herausfordernde Aufgaben vertieft sind, scheint die Zeit wie im Flug zu vergehen. Tage, Wochen oder sogar Monate können vergehen, ohne dass wir es richtig bemerken – getrieben von unserer Begeisterung und unserem Engagement.

Das Jahr 2024 war geprägt von solchen Momenten: voller neuer Projekte, Herausforderungen und gemeinsamer Erfolge. Wir haben gelernt, uns inmitten der vielen Aufgaben zu verlieren und gleichzeitig fokussiert zu bleiben. Dieses Gefühl, dass die Zeit vergangen ist, ohne dass wir es gemerkt haben, zeigt uns, wie lebendig und produktiv unser Wirken war bzw. ist.

Mit dieser Jahresschrift möchten wir Sie zum einen mitnehmen auf eine Zeitreise durch unsere wichtigsten Meilensteine und Erlebnisse des Jahres 2024, zum anderen gewähren Ihnen die Aufsätze und Berichte einen tieferen Einblick in unsere Arbeit. Der Fokus dieser Ausgabe liegt auf dem neuen Modul Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten, zu dem wir bereits drei erfolgreiche Seminare anbieten konnten.

Der Jahresrückblick:

Kreative Kooperation mit dem Uni-Shop

Studierende des Textilen Gestaltens haben im Rahmen des Seminars "Mitbringsel - Gastgeschenke" von Lucia

Schwalenberg nachhaltige Produktideen umgesetzt: So sind seit 2024 im Uni-Shop Schlüsselanhänger erhältlich, die mit traditioneller Knüpfttechnik gefertigt werden. Entworfen wurde das Design von der Studierenden Marieke Oevermann. Sie kombiniert Baumwollgarn in Uni-Farben mit einer Metallhalterung aus recyceltem Material und einer Holzperle mit Uni-Logo, die sie selber im facheigenen Makerspace St!chLab herstellt. Wir danken unserer Lehrbeauftragten Anke Beccard und allen Studierenden für ihr Engagement bei dieser gelungenen Kooperation!

Universität trifft Museum: Textile Forschung in der Draiflessen Collection

Erfolgreich kooperierten unsere Studierenden bereits zum zweiten Mal mit der Draiflessen Collection. Ausgehend von der in der Ausstellung "Stichting Ariadne's Naaikussen" präsentierten historischen Sammlung, haben sie in dem Seminar "Occhi oder was machen Frivolitäten bei der Handarbeit" von Christine Löffers die fast vergessene textile Technik des Occhi wieder aufleben lassen. Die filigranen Ergebnisse dieser Forschung wurden in der Draiflessen Collection ausgestellt und im Januar 2024 im Rahmen einer Kurator:innenführung von den Studierenden Daria Ivanov sowie Anja Leshoff vorgestellt. Ein Workshop bot Interessierten die Möglichkeit, selbst in die Technik einzutauchen.

Selbststudium und neue Wege des Lernens

In unserer Ausbildung steht das eigenständige Lernen im Fokus. Im Modul Technik und Produktion: Digitalisierung und Nachhaltigkeit ist deshalb ein Seminar integriert, in dem die Studierenden selbstständig zu vorgegebenen oder frei gewählten Themen recherchieren und sich in textile Technologien einarbeiten. Diese Form des Selbststudiums, begleitet von dem Seminar "Analoge und digitale Textil-

technologien" von Alexandra Wilker fördert eigenverantwortliches Handeln und die Fähigkeit, komplexe Herausforderungen zu meistern – Kompetenzen, die in unserer Welt unerlässlich sind. Am Ende des Wintersemesters präsentierten Studierende ihre Ergebnisse in einer spannenden Pop-up-Ausstellung.

DRESSED – Rom Macht Mode: Einblicke in die Vergangenheit, Impulse für die Zukunft

Mit großer Freude eröffneten wir die Sonderausstellung "DRESSED – Rom Macht Mode" im Museum und Park Kalkriese, ein Kooperationsprojekt. Die Studierenden haben sich in dem Seminar Rome en Vogue unter Leitung von Bärbel Schmidt intensiv mit der Mode des alten Roms auseinandergesetzt und Fragen nach Kleidung, Macht, Materialien und Nachhaltigkeit erforscht. Das Projekt diente als Premiere für das Modul Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten und ermöglichte den Studierenden wertvolle Einblicke in die Mode des antiken Roms sowie in die museumspädagogische Arbeit. Die als Wanderausstellung konzipierte Exhibition veranschaulicht, wie die Studierenden die museale Vermittlung bereichert und wichtige Impulse für eine nachhaltigere Modeindustrie in der Gegenwart gesetzt haben (mehr dazu ab S. 37).

CUTUP & RECREATE – Upcycling im Textilen Gestalten

Im Sinne eines nachhaltigen Umgangs mit Ressourcen haben Studierende des Textilen Gestaltens im Seminar "CUTUP & RECREATE: Restlos glücklich - alles verwerten" von unserer Lehrbeauftragten Mareike Alexander, mit Alttextilien der Möwe gGmbH kreative Gestaltungen entwickelt. Durch Dekonstruktion und Rekonstruktion entstanden neue Kleidungsstücke und Kunstobjekte. Die Arbeit mit den Textilspenden förderte die künstlerische Auseinandersetzung und das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Umgang mit Textilien im Alltag.

Anerkennung für gute Lehre: Alexandra Wilker für Hans-Mühlenhoff-Preis nominiert

Wir freuen uns sehr über die Nominierung unserer Kollegin Alexandra Wilker für den Hans-Mühlenhoff-Preis für gute akademische Lehre! Die Studierenden würdigten ihre innovativen Lehrmethoden, ihre Förderung des selbstständigen Lernens und ihren respektvollen Umgang. Diese Auszeichnung ist eine besondere Wertschätzung ihrer Arbeit.

Ausstellungen in der Galerie Stichpunkt

Die Galerie St!chpunkt präsentierte gleich zwei interessante Ausstellungen: Zum einen die filigranen Occhi-Arbeiten, die nach der Ausstellung in der Draiflessen Collection neu arrangiert zu sehen waren und zum anderen die individuellen Polsterarbeiten aus dem Seminar "Locker vom Hocker". Das Seminar leitete unser Lehrbeauftragter Klaus Schmidt, unterstützt wurde er von unserem Tischlermeister Jürgen Menkhaus. Beide Ausstellungen zeigen das vielfältige Schaffen unserer Studierenden.

Nachhaltigkeit im Fokus: Der "Better Fashion Guide" für Osnabrück

Das Seminar „Vestimentärer Nachhaltigkeitsguide für die Stadt Osnabrück“ unter Leitung von Lesley-Ann Baldwin hat im "Better Fashion Guide" seine Ergebnisse zusammengefasst. Der Guide stellt nachhaltige Mode-Akteur:innen in Osnabrück vor und regt zu einem bewussteren Umgang mit Kleidung und einer umweltfreundlicheren Garderobe an. Der Guide ist abrufbar unter: https://www.textil.uni-osnabrueck.de/ueber_uns/publikationen.html. Wir danken dem Institut für Sozialwissenschaften für deren Unterstützung.

Schenkung: Werk von Hiltrud Schäfer bereichert Sammlung

Dank der Vermittlung von Alexandra Wilker konnten wir ein Werk der 2023 verstorbenen Textilkünstlerin und ehemaligen Kollegin Hiltrud Schäfer erhalten. Das 1985 entstandene Werk „Spuren“ wurde vom Ehepaar Wolf-André und Barbara Sturm gespendet und kehrt nun an den Ort seines Ursprungs zurück. Es ist eine wertvolle Bereicherung für die Sammlung und erinnert an das inspirierende Wirken Hiltrud Schäfers im Fachgebiet Textiles Gestalten.

Internationale Inspiration: Exkursion zur Biennale nach Venedig

Für 13 Studierende und die beiden Lehrenden Lesley-Ann Baldwin und Christine Löffers bot die 60. Biennale in Venedig eine einzigartige Gelegenheit, sich mit zeitgenössischer Kunst auseinanderzusetzen. Bei dem Besuch der Giardini und des Arsenale stand dabei besonders die große Bandbreite an textilen Exponaten im Fokus, die im Rahmen von Referaten intensiv analysiert wurden.



Impressionen aus dem Textilen Gestalten im Studienjahr 2024. Fotos: Bärbel Schmidt, Lucia Schwalenberg.

Handwerk trifft Nachhaltigkeit: Visible Mending Workshop in Wien

Die Studierende Anja Leshoff und die Lehrende Christine Löbbers haben auf dem Re:pair Festival Wien einen Workshop zum Thema „Visible Mending“ geleitet. Im Zeichen von Nachhaltigkeit und Kreativität lernten die Teilnehmenden, beschädigte Textilien nicht nur zu reparieren, sondern mit kreativen Techniken wie Scotch- und Swiss-Darning stilistisch aufzuwerten und ihnen so ein zweites Leben zu geben.

Tag der Offenen Tür: Textiles Gestalten präsentiert Vielfalt

Im Rahmen des 50-jährigen Jubiläums der Universität Osnabrück beteiligte sich das Fachgebiet mit Workshops und Führungen am Tag der Offenen Tür. Besonders beliebt waren die Angebote zum Flowerhammering, Visible Mending, der Besuch des Makerspace St!chlab und die Präsentation von studentischen Arbeiten.

Austausch und Vernetzung: Hochschulforum zur Textildidaktik

Lehrende aus sieben deutschen Hochschulen trafen sich in Osnabrück, um sich über die zukünftige Perspektive der Lehrkräfteausbildung im textilen Bereich auszutauschen. Im Fokus standen Themen wie Nachwuchsförderung, Kooperationsmöglichkeiten und die Vernetzung der Interessenverbände "...textil e. V." sowie "netzwerk mode textil e. V."

Net-Walk: Interdisziplinärer Austausch

Im Rahmen eines Net-Walks tauschten sich Professorinnen verschiedener Fachrichtungen mit der Universitätspräsidentin, Prof.in Dr.in Suanne Menzl-Riedl, und der Vizepräsidentin, Prof.in Dr.in Andrea Lenschow, über Lehre, Forschung und Zukunftsvisionen aus. Prof.in Dr.in Bärbel Schmidt präsentierte dabei das Textile Gestalten, seine Werkstätten, den Makerspace St!chLab und den studentischen Kleidungsverleih Fairö Moda. Diskutiert wurden insbesondere die Bedeutung von Bildung für nachhaltige Entwicklung und die gelungene Verbindung analoger und digitaler Technologien.

Neue Ausstattung: Digitale Whiteboards erleichtern Lehre und Lernen

Wir konnten unsere Seminar- und Werkstatträume mit digitalen Whiteboards ausstatten. Diese interaktiven Displays unterstützen Lehramtsstudierende optimal bei der Vorbereitung auf ihren späteren Berufseinsatz in der Schule. Sie verbessern die Visualisierung des Unterrichts und fördern kollaboratives Lernen.

Nachhaltigkeit im Fokus: Exkursion zur Deutschen Bundesstiftung Umwelt

25 Studierende besuchten unter Leitung von Lucia Schwalenberg die Ausstellung „Jetzt geht's rund“ im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU). Die Ausstellung thematisierte die Circular Economy und sensibilisierte die Studierenden für nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen. Interaktive Stationen ermöglichten die Auseinandersetzung mit der Kreislaufwirtschaft und lieferten wertvolles Material für den späteren Unterricht.

Lehrkräftefortbildung mit dem "Fachverband ... textil e. V."

Im November stand das Thema „aus ALT werde NEU“ im Fokus eines Workshops in unseren Werkstätten. In Kooperation mit dem "Fachverband ... textil e. V. Wissenschaft - Forschung - Bildung" lernten Lehrkräfte in handwerklichen Prozessen, wie ein altes T-Shirt zu Garn verarbeitet wird. Unter Anleitung von Ruth Fiedler wurden anschließend aus dem Garn „neue“ Gebrauchsgegenstände gehäkelt. Das Textile avancierte zum Medium und als praktische und ressourcensparende Anregung für den eigenen Unterricht.

Inspiration in Amsterdam: Ausstellung „Unravel“ im Stedelijk Museum

Die von Lucia Schwalenberg nach Amsterdam organisierte Exkursion führte die Studierenden ins Stedelijk Museum zur Ausstellung „Unravel – the power and politics of textiles in art“. Die Schau beleuchtete die Rolle von Textilien in der Kunst, Politik und Gesellschaft. Ergänzt wurde die Exkursion durch den Besuch von Repaircafés und alternativen Modegeschäften.

Handwebstuhlprojekt

Im Rahmen des Moduls Technik und Produktion wagte Lucia Schwalenberg einen spannenden Blick in die Vergangenheit: Die Studierenden erforschten die magazierte historische Handwebstuhlsammlung des Tuchmacher Museums Brämsche. Mit dem Ziel, rund zwei Dutzend dieser historischen Geräte zu erforschen und aufzubereiten, entsteht so die Grundlage für zukünftige Ausstellungen und museumsdidaktische Angebote. Wir freuen uns über die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Museumsleiterin Kerstin Schumann, die im Sommersemester 2025 fortgesetzt wird. Diese Arbeit vor Ort ist ein wertvoller und praxisnaher Beitrag zur Ausbildung unserer Studierenden – ein authentisches Eintauchen in die Geschichte des Handwerks. Mehr dazu ab S. 29.

Damit sind die wesentlichen Höhepunkte des Jahres 2024 genannt. Wie erwähnt, liegt der Schwerpunkt des Jahresmagazins auf dem Modul Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten. Drei Veranstaltungen wurden in diesem Rahmen bereits angeboten: Den Auftakt machte Bärbel Schmidt mit dem Seminar „Rome en vogue“. Über zwei Semester hinweg (SoSe 2023 und WiSe 24) haben sich die Studierenden intensiv mit der römischen Mode- und Zeitgeschichte auseinandergesetzt und gemeinsam mit den engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Museums und Parks Kalkriese unter der Leitung von Heidrun Derks an der Ausstellung „Dressed – Rom Macht Mode“ mitgewirkt. Die Eröffnung im Frühjahr 2024 war ein besonderer Moment. Mehr dazu in dem Beitrag in dieser Ausgabe ab S. 37.

Im Sommersemester 2024 folgte das Seminar „Die Kunst, sich selbst zu tragen – Fridas Kleiderschrank“ von Lesley-Ann Baldwin, das Christine Löbbers im Wintersemester 2024/25 fortführte. Die Studierenden widmeten sich der Kleidung der Künstlerin Frida Kahlo – einer ausdrucksstarken Garderobe, die ihre Persönlichkeit und ihren Modegeschmack widerspiegelte. Neben der Auseinandersetzung mit ihrer Lebens- und Arbeitsweise untersuchten die Studierenden den Einfluss ihrer Mode auf heutige Generationen. Die Ergebnisse dieser Forschung mündeten in der gleichnamigen Ausstellung, die mit einer stimungsvollen Vernissage in der Galerie St!chpunkt eröffnet wurde. Lesley-Ann Baldwin und Christine Löbbers berichten ab S. 49 über die spannende Arbeit zu Fridas Kleidern und ihren vielfältigen Facetten.

Unser Lehrbeauftragter Reiner Wolf widmete sich dem vestimentären Code der Jogginghose und erarbeitete über zwei Semester gemeinsam mit den Studierenden vielfältige Aspekte dieses Kleidungsstücks. Er wählte die zweite Prüfungsoption, die das Modul bietet, das Verfassen von Textbeiträgen. Lesen Sie Bekanntes und Erstaunliches zur Jogginghose in dieser Ausgabe ab S. 57.

Vergessen Sie nun für einen Augenblick die Zeit, während Sie sich in den Berichten, Aufsätzen und Erzählungen verlieren, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten präsentieren. Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Reise durch unsere Zeitschrift und viel Vergnügen beim Entdecken!

Herzlich Ihre

Bärbel Schmidt

Prof.in Dr.in Bärbel Schmidt



Studierende im Seminar Rome en vogue. Foto: Bärbel Schmidt.

Textiles Gestalten

an der Universität Osnabrück

Textilien von der Jeans über die römische Toga bis zu Sneakern aus veganem Leder sind Gegenstand von Lehre und Forschung im Fachgebiet Textiles Gestalten. Textilien und Kleidung sind grundlegende Bestandteile der Materie-llen Kultur. Sie werden hinsichtlich ihrer Kulturgeschichte (Alltagskultur, fremde und eigene Kultur), Mode- und Kostümggeschichte, Produktions-, Technik- und Sozialge- schichte, Konsumtion, Design, Ökologie und Nachhaltig- keit sowie Ästhetik und Gestaltung auf ihre gesellschaft- liche Bedeutung hin wissenschaftlich analysiert und didaktisch-methodisch für die Wissensvermittlung in der Schule aufbereitet.

Die vielschichtigen Bezüge zu Inhalten der textilen Kultur und Lebensgestaltung führen zu fächerübergreifenden Fragestellungen, wie etwa zur Transkulturellen Bildung, zu Menschenbild und Mode, Gesundheitserziehung, Gleichberechtigung der Geschlechter, Fragen der Nachhal- tigkeit, Globalisierung und Migration sowie zur Erziehung zu mehr Chancengleichheit (Heterogenität und Inklusion). Ein großer Schwerpunkt liegt dabei übergreifend auf den Bereichen der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung.

Das Lehrangebot verbindet wissenschaftliche, gestalteri- sche und didaktische Konzepte, die an die Alltagskultur und Lebenswelten anknüpfen sowie die kreative Auseinander- setzung mit der Materiellen Kultur zum Inhalt haben. Am Beispiel des Textilen werden die in der zunehmend virtuali-

sierten Welt vernachlässigten feinmotorischen Fertigkeiten eingeübt und mit digitalen Kompetenzen verknüpft.

Der besondere Reiz des Lehrangebotes liegt in der bewuss- ten Reflexion über individuelle Erfahrungen mit Textilien und Kleidung im Alltag, wissenschaftlichen Analysen sowie ästhetisch-praktischer Gestaltung.

Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) ist ein elementarer Bestandteil des Lehramtsstudiums. Dabei interessieren Fragen nach den Wechselwirkungen zwischen Konsum und Produktion, Ökonomie, Design und Ökologie: Wie können Textilien nachhaltig produziert, transportiert, gehandelt, konsumiert, getragen und einem Kreislauf zugeführt werden?

Ziel des Studiums ist der Erwerb wissenschaftlicher, analytischer, didaktischer, gestalterischer und technischer Kompetenzen im Bereich des Textilen als Grundvorausset- zung für den Beruf der Textillehrerin bzw. des Textillehrers in der Grundschule und der Sekundarstufe I. Das Fach teilt sich auf in einen Bachelor- und Masterstudiengang. Der Bachelorstudiengang umfasst sechs und der Master- studiengang vier Semester.

Mit der engen Verzahnung von Fachwissenschaft, ästheti- scher Gestaltung und Didaktik ist das Fachgebiet Textiles Gestalten ein sehr vielseitiger und abwechslungsreicher Studiengang mit zahlreichen interdisziplinären und interna- tionalen Kooperationen. Die Möglichkeit zur Promotion ist gegeben.

Unsere Vision ist es, zukünftige Lehrkräfte auszubilden, die über ihr Staunen zur wissenschaftlichen Auseinander- setzung mit der Vielfältigkeit textiler Kultur finden und erkennen, dass Wissen endlos und Lernen lebenslang ist.



Studierende und Lehrende auf Venedig-Exkursion. Foto: N. N.

Studierende Rieke Scholle in Second Hand Outfits aus dem studentischen Kleidungsverleih Fairo Moda. Foto: Marie Hense. >





Hands on

Textile Praxis in den Werkstätten

Die sehr gut ausgestatteten Textilwerkstätten der Universität Osnabrück ermöglichen im wissenschaftlichen Kontext kreatives, technisch-gestalterisches und experimentelles Arbeiten in Projekten, einzeln und in Gruppen. Die Werkstätten im Bereich Weberei, Strickerei, Näherei, Druckerei und Musterentwurf (PC-Pool) sind für handwerkliches und computergesteuertes Arbeiten eingerichtet, so dass modellhaft sowohl handwerklich traditionelle als auch moderne industrielle Verfahren erlernt werden können.

In Workshops und semesterüberspannenden Seminaren, in Kooperationsprojekten und im Rahmen der Offenen Werkstatt erproben die Studierenden eine große Vielfalt an textilen Techniken. Dazu gehören archaische Knoten- und Knüpftchniken genauso wie komplexe mehrlagige Bindungen in der Jacquardweberei, körperbezogene Schnittführung sowie das Arbeiten an den digitalen Stick- und Strickmaschinen.

Zur Geräteausstattung im Textilen Gestalten der Universität Osnabrück gehören u. a. eine Tuftinganlage für den Bereich der Textilkunst bzw. der Teppichherstellung, analoge und digitale Strickmaschinen, digitale Stickmaschinen, Näh-, Schnitt- und Bügelanlagen, analoge und digitale Jacquard-, Schaff-, Muster- und Hochwebstühle, einfache Webgeräte für den Einsatz im Schulbetrieb, eine Buttonmaschine für die Verwendung im Rahmen textiler Projekte, Transfer- und Siebdrucktechnik, Trocken- und Nassfilztechnologien genauso wie ein Lasercutter für textile Materialien.

Ein Pool an festangestellten und freien Lehrkräften sowie studentischer Mitarbeiter:innen betreut die Handhabung der Geräte im Kontext von Lehrveranstaltungen, bei Forschungsprojekten, studentischen Projekt- und Abschlussarbeiten sowie in der Offenen Werkstatt.

St!chLab und Fairo Moda

Textiler Makerspace und Kleidungsverleih

Das St!chLab ist ein textiler Makerspace in direkter Nachbarschaft zum studentischen Kleidungsverleih Fairo Moda. Der Makerspace ist mit Maschinen und Geräten für die Herstellung, Reparatur und für das Upcyclen von Kleidung und Textilien ausgestattet. Dazu gehören u. a. Lasercutter, Stick- und Nähmaschinen und Plotter. Mit dem textilen Makerspace initiiert das Fachgebiet selbstgesteuerte Lernprozesse im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). Kleiderspenden, die nicht an Fairo Moda gehen, können zu neuen Kleidungsstücken bzw. Textilien upgecycelt werden. Eigene Kleidung kann repariert oder umgearbeitet werden. Die Betreuung der Nutzer:innen erfolgt durch studentische Hilfskräfte. Die Einwerbung von Mitteln für eine hauptamtliche Begleitung wird angestrebt. Als Begleitprogramm sind Seminare zur Makerculture vorgesehen. Vorteile für Lehrende sind die Verankerung von Nachhaltigkeit und bewusstem Kleidungskonsum in die Lehre des Fachgebietes Textiles Gestalten und über die Grenzen unterschiedlicher Disziplinen hinweg.

Fairo Moda ist ein Kleidungsverleih für Studierende und Mitarbeiter:innen der Universität Osnabrück. Fairo Moda befindet sich auf dem Innenstadt-Campus im Gebäude 52/E03 mit Zugang gegenüber der Seminarstraße 33. Das Prinzip funktioniert wie eine Bibliothek, nur mit Kleidung statt Büchern. Fairo Moda ist ein praxis- und lebensorientiertes textiles Nachhaltigkeitsprojekt. Der deutschlandweit im universitären Bereich einzigartige hochschuldidaktische Kleidungsverleih trägt zur Reduktion von Textilabfällen und zur Erhöhung des Textilkreislaufs bei. Das Projekt Fairo Moda basiert auf einer Studierendenarbeit und wird durch ein Forschungsprojekt begleitet.

Außerdem unterhält das Textile Gestalten mit der Offenen Werkstatt ein Angebot an vielfältigen analogen und digitalen Technologien im Bereich sämtlicher textiler Fertigungstechniken wie Weben, Stricken, Nähen, Stickern, Zuschneiden und Textildruck sowie digitale Mustergestaltung. Über Fragen der textilen Kulturgeschichte, der Didaktik und Gestaltung hinaus trägt es mit dem Konzept von Werkstätten, Makerspace und Fairo Moda entscheidend zu einem neuen Verständnis von textiler Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft bei. Die Vision ist es, getragene, ausrangierte Kleidung weiterzuverwenden, zu reparieren, die textilen Fertigkeiten weiterzugeben und sie technisch und ästhetisch weiterzuentwickeln. Dabei handelt es sich um lebenspraktische Strategien, mit denen wir selber aktiv werden.



Exkursionen

Von Venedig bis Amsterdam

Exkursionen führen an außeruniversitäre Lernorte zu Ausstellungen, Museen, Betrieben und Bildungsinstitutionen. Während des Bachelorstudiums absolvieren die Studierenden in Osnabrück fünf Exkursionstage. Sie lernen, das erworbene Wissen auf die Praxis anzuwenden und mit künstlerisch-gestaltenden Arbeiten sowie Ausstellungspraxis und -didaktik zu verbinden. Im Studienjahr 2024 standen Besuche an der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, in das Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg und zur Draiflessen Collection in Mettingen. Auslandsreisen führten nach Venedig und Amsterdam.

Für 13 Studierende des Fachgebiets Textiles Gestalten bot die 60. Biennale in Venedig die Gelegenheit, in die Welt der zeitgenössischen internationalen Kunst einzutauchen. Im Rahmen der Exkursion besuchten die Teilnehmer:innen zunächst die Giardini della Biennale, eine historische Parkanlage an der Südspitze Venedigs. Am folgenden Tag stand die ehemalige Schiffswerft Arsenale mit einer großen Bandbreite an künstlerischen Arbeiten auf dem Programm. Auch in diesem Jahr fiel das große Spektrum an textilen Exponaten auf. Das Konzept sah vor, dass die Studierenden Referate zu zuvor ausgewählten Werken hielten. Den letzten Tag der Exkursion in Venedig nutzten die Studierenden, um die Kulturgeschichte der Lagunenstadt zu erkunden. Die Exkursionsleitung lag bei Lesley-Ann Baldwin und Christine Löffers.

Die Ausstellung Unravel - the power and politics of textiles in art war das Ziel einer Amsterdam-Exkursion. Textilien sind Bestandteil des täglichen Lebens und dienen zugleich als Medium in der Kunst. Sie wecken Erinnerungen, repräsentieren Überzeugungen und erzählen persönliche Geschichten mit gesellschaftlichem Bezug. Die Ausstellung im Stedelijk Museum untersuchte die Rolle von Textilien in der Kunst anhand der Schwerpunkte Subversive Stitch, Fabric of Everyday Life, Borderlands, Bearing Witness, Wound and Repair sowie Ancestral Threads. Neben Pionier:innen der Textilkunst nutzen viele junge Künstler:innen textile Materialien und Techniken. In der Ausstellung vertreten waren unter anderem Werke von Magdalena Abakanowicz, Igshaan Adams, Louise Bourgeois, Judy Chicago, Tracey Emin, Jeffrey Gibson, Harmony Hammond, Sheila Hicks, Ibrahim Mahama, Faith Ringgold, Hannah Ryggen und Sarah Zapata. Auf einer geführten Tour setzten sich die Studierenden aktiv mit Textilkunst auseinander. Im Vorfeld und nach der Exkursion bestand die Möglichkeit zur Erkundung Amsterdams, wie des Repaircafés De Steek oder der Denim City im Kulturzentrum De Hallen sowie zur Marktrecherche in der alternativen Modeszene Amsterdams. Die Exkursion wurde organisiert von Lucia Schwalenberg.

Unravel, Stedelijk Museum, Amsterdam. Foto: Lucia Schwalenberg. >





O-Töne

Auszüge aus Exkursionsberichten zur Ausstellung
"Jetzt geht's rund - Kreisläufe statt Abfälle" der
Deutschen Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück

"Die Ausstellung griff zahlreiche Themen auf, die unseren Alltag und Konsum betreffen. Ein zentraler Punkt war die Problematik der linearen Wirtschaft, bei der Produkte wie T-Shirts, Smartphones oder Sneaker oft nur für kurze Zeit genutzt werden, bevor sie entsorgt werden. Ein weiterer wichtiger Aspekt war die Frage, wie wir diese negative Entwicklung durchbrechen können. Dabei wurden Konzepte wie Recycling, Upcycling und die Verlängerung der Nutzungsdauer von Produkten vorgestellt. Die Ausstellung zeigte anschaulich, dass selbst kleine Veränderungen, wie das Reparieren von Kleidung, die bewusste Auswahl langlebiger Produkte oder der Kauf von Second-Hand-Artikeln große Auswirkungen auf die Umwelt haben können."
Carla Brede.

"Gut gefallen hat mir vor allem die interaktive und praxisnahe Gestaltung der Ausstellung. Die Stationen, an denen wir selbst aktiv werden konnten, waren besonders anschaulich und motivierend. Die Veranstaltung eignet sich hervorragend für den Besuch mit einer Schulklasse. Die Themen sind aktuell, relevant und werden auf eine anschauliche Weise vermittelt. Die interaktiven Elemente und die Möglichkeit zur aktiven Teilnahme machen die Ausstellung besonders für jüngere Zielgruppen spannend und lehrreich. Es bietet sich besonders für Projektwochen oder fächerübergreifende Themen an."
Carolin Sieweke.

"Im Zusammenhang mit unserem Studium war der Stand zur Gestaltung eines kreislauffähigen Sneakers besonders relevant. Wir konnten digital Materialkombinationen für den Schuh auswählen, wie Obermaterial, Sohle und Befestigungsmethode. Besonders gut gefiel mir, dass jede Materialwahl mit Vor- und Nachteilen erklärt wurde. So erfuhren wir zum Beispiel, dass genähte Schuhe leichter zu reparieren sind als geklebte. Diese Erkenntnisse sind für den eigenen Alltag wertvoll und auch für die spätere Vermittlung an Schülerinnen und Schüler."
Jette de Vries.



Kooperationen und kollegialer Austausch

Hochschulinformationstag und Gastbesuche

Kooperationen und kollegialer Austausch sind essentieller Bestandteil der Arbeit des Textilen Gestaltens im Rahmen der Sichtbarkeit nach innen und außen. Dazu gehörten im Jahr 2024 die Teilnahme am Hochschulinformationstag, dem Jubiläum der Universität Osnabrück, Gastbesuche wie beispielsweise der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, des DigiLab, der Zentralen Studienberatung, anderer Dezernate oder benachbarter Fachgebiete, in- oder ausländischer Hochschuldelegationen und Institutionen.

Zu einer Fachtagung zur Textildidaktik trafen sich Lehrende aus sieben deutschen Hochschulen im November 2024 im Fachgebiet Textiles Gestalten der Universität Osnabrück. Die Initiatorinnen des textilen Hochschultreffens waren Prof.in Dr.in Anne-Marie Grundmeier von der Pädagogischen Hochschule Freiburg und Prof.in Dr.in Bärbel Schmidt von der Universität Osnabrück. Teilgenommen haben neben Freiburg und Osnabrück die Technische Universität Dortmund, die Universität Paderborn, die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, die Pädagogische Hochschule Weingarten und die Europa-Universität Flensburg. Thematisch ging es um Lehre und Forschung, Nachwuchsförderung, die Situation an den einzelnen Standorten, Kooperationsmöglichkeiten bei der Einwerbung von Drittmitteln sowie Vernetzungsmöglichkeiten der Interessenverbände "Fachverband ... Textil e. V." und "netzwerk mode textil".

Mit Workshops, Führungen und Präsentationen war das Textile Gestalten aktiv einbezogen in den Tag der Offenen Tür zum 50jährigen Jubiläum der Universität Osnabrück. Gut besucht waren der Crashkurs im Flowerhammering, in dem mit Pflanzenfarben Büttenpapier bedruckt wurde, das Visible Mending, in dem aus beschädigter Kleidung neue Lieblingsstücke wurden und der textile Makerspace St!chlab, in dem am Lasercutter das Uni-Logo auf Jeans gelasert wurde. Ebenfalls gut frequentiert waren die Führungen durch die Werkstätten und Fairö Moda sowie die Ausstellung von Studierendenarbeiten. Herzlichen Dank an die beteiligten Studierenden und Lehrenden.



Internationale Kooperationen und Seminar About me

Ein Semester im Ausland bereichert das individuelle Studium durch neue Einblicke über den eigenen Tellerrand hinaus. Dies ist eine wertvolle Erfahrung im Studium und für das ganze Leben. Um Studierenden ein Auslandssemester zu ermöglichen, baut das Fachgebiet Textiles Gestalten kontinuierlich seine internationalen Kontakte aus. Derzeit unterhält das Textile Gestalten Partnerschaften mit den folgenden internationalen Hochschulen und Institutionen:

Erasmus Partner:

Finnland: Helsinki - Metropolia Hochschule, Rovaniemi - Lapland Universität

Schweiz: Bern - Pädagogische Hochschule Bern

Weitere Kooperationspartner:

Georgien: Tiflis - Staatliche Akademie der Künste

Niederlande: Leiden - Textile Research Centre

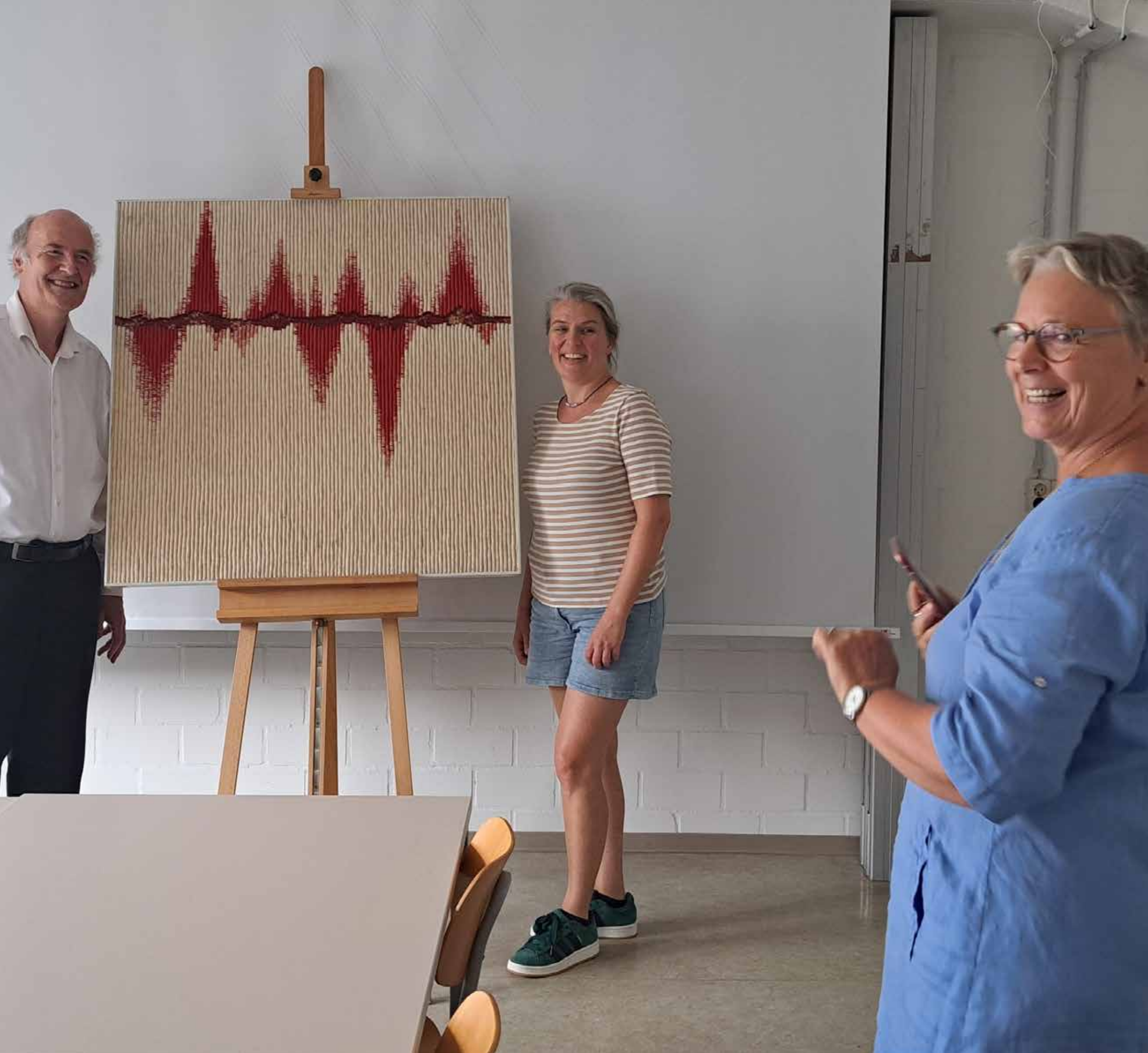
Sri Lanka: Colombo - Academy of Design (AOD)

Das Erasmus Programm bietet Unterstützung für einen ein- bis zweisemestrigen Studienaufenthalt an einer europäischen Partneruniversität. Das Programm ermöglicht einen monatlichen Erasmus-Zuschuss (Förderhöhe je nach Ländergruppe), die Anerkennung von Leistungen aus dem Auslandsstudium, eine Betreuungsinfrastruktur für internationale Studierende an der Gastuniversität sowie eine Aufenthalts- und Fördermöglichkeit für bis zu zwölf Monaten.

Vor der Bewerbung für einen Auslandsaufenthalt informieren sich die Studierenden über die Studienbedingungen, das Studienangebot, Semestertermine und Sprachanforderungen der Partnerhochschule und studieren dann gezielt an der kooperierenden Partnerhochschule. Erasmus-Studierende können in der Regel nicht länger als die vereinbarte Zeit im Ausland bleiben.

Nach einer ersten Kooperationsreise nach Georgien konnte durch die Fachbereichskoordinatorin Mareike Tudor ein umfangreiches Austauschprogramm in Höhe von rund 44.000 Euro für 2025 bis 2026 in Aussicht gestellt werden. 2025 werden damit die ersten georgischen Textilstudierenden und -lehrenden zu Gast im Textilen Gestalten der Universität Osnabrück sein und Teammitglieder zum Gegenbesuch nach Tiflis reisen.

Im Seminar About me bereiteten sich an einem Auslandssemester interessierte Studierende auf die Vorbereitung des Portfolios für die Bewerbungen vor. Sie gestalteten ein textiles Portfolio mit Lebenslauf, Fotos, Arbeiten und Texten, das Interesse weckt und mit Statements die eigene Arbeit und Person auf den Punkt bringt. Die Studierenden übten das Verfassen von aussagekräftigen Texten, die Auswahl von für ein Portfolio relevanten Themen, das Erstellen von Fotos als Porträt und zu den eigenen Arbeiten. Was macht mich aus: About me! Es war der Startschuss für die nächste Runde von Osnabrück in die Welt.



Schenkung eines Werkes von Hiltrud Schäfer

Dank der Vermittlung von Alexandra Wilker ist ein Werk der 2023 verstorbenen Textilkünstlerin und langjährigen Kollegin Hiltrud Schäfer in den Besitz des Fachgebietes Textiles Gestalten gelangt. Das 1985 entstandene Werk mit dem Titel "Spuren" war im Besitz von Wolf-André und Barbara Sturm aus dem Familien- und Freundeskreis der Künstlerin. Das Ehepaar suchte nach einem passenden Platz für das Textilkunstwerk.

Bei dem gemeinsamen Austausch ergaben sich vielfältige Gemeinsamkeiten und Vernetzungen, die in die Übergabe der Arbeit an das Textile Gestalten mündeten. Das Werk kehrt damit zur großen Freude des Kollegiums an den Schaffensort der langjährigen Lehrbeauftragten des Textilen Gestaltens zurück.

Hiltrud Schäfer hat die zeitgenössische Textilkunst und das Textile Gestalten mit inspirierenden Lehrveranstaltungen geprägt. Das Werk steht stellvertretend für ihr fruchtbares Schaffen bei uns im Fachgebiet.

Ein großer Dank gilt dem Ehepaar Wolf-André und Barbara Sturm für diese wunderbare Fügung und Übergabe.



Hiltrud Schäfer in einem Seminar. Foto: Lucia Schwalenberg.

Vita

Hiltrud Schäfer (15.12.1937 - 16.01.2023)

lebte und arbeitete als freischaffende Künstlerin in Osnabrück, zahlreiche Ausstellungen im In- und Ausland

seit 1986 Lehrbeauftragte im Fachgebiet Textiles Gestalten

seit 1988 Arbeit mit selbstgeschöpftem Papier, Anwendung der japanischen Papierschöpfkunst

Einblicke in Seminare

CUT UP & RECREATE

Alles verwerten - restlos glücklich

Am Lehrangebot des Textilen Gestaltens sind eine Vielzahl von Lehrbeauftragten beteiligt. Sie bereichern die Seminarpalette durch ihre Expertise. Allen gemeinsam ist die Leidenschaft für Bekleidung und Textilien. Die Lehre setzt sich modular aus textiler Kulturgeschichte, Didaktik und Gestaltung zusammen. In allen drei Bereichen liegt der Fokus auf der Bildung für nachhaltige Erziehung.

Ein Beispiel für die Kombination von Gestaltung und Nachhaltigkeit war im Studienjahr 2024 das Seminar CUT UP & RECREATE: Alles verwerten - restlos glücklich von Mareike Alexander. Die Studierenden lernten im Seminar zu dekonstruieren, um Neues zu rekonstruieren, zu gestalten, zu entwerfen. Aus Alttextilien entstanden neue Kleidung, Mode, Kostüme oder Kunst. Die Aufgabe war, dass alles verwertet werden muss. Im Kontext eines nachhaltigen, bewussten Umgangs mit Kleidung und Textilien arbeiteten die Studierenden mit Alttextilien der gemeinnützigen Möwe gGmbH in Osnabrück. An dieser Stelle herzlichen Dank an das Team der Möwe für die Spende von Alttextilien.

Die Arbeit mit den Alttextilien ermöglichte den Studierenden eine vielseitige Nutzung und Umgestaltung auf der Grundlage diverser Materialien, Farben und Formen. Neben dem Aspekt eines nachhaltigen Umgangs mit Textilien fanden die künstlerische Auseinandersetzung mit Dekonstruktion im Bereich der Musik, Kunst, Mode und Kostümbild sowie der Bezug zum Arbeitsumfeld der Schule statt. Im Kern des Seminars stand zuerst die Dekonstruktion. So wurde ein Kleidungsstück komplett aufgetrennt. Aus welchen Schnittteilen und Materialien besteht ein Kleidungsstück, mit welchen Techniken von Hand oder maschinell wurde es gefertigt, wer hat das Kleidungsstück wohl getragen und in welchen Kontext ist das Kleidungsstück kostümhistorisch einzuordnen. Im zweiten Schritt, der Rekonstruktion, entstand Neues, von tragbarer Kleidung bis zum textilen Kunstobjekt. Fäden wurden getauscht, Schnittteile kombiniert und sich untereinander geholfen. Die Studierenden lernten den Second Hand Laden und das Arbeitsprojekt der Möwe in Osnabrück kennen, um auch im privaten Rahmen einen nachhaltigen Umgang mit Textilien und Möbeln fortzuführen.





Selbststudium -

Einblicke in das Modul Technik und Produktion: Digitalisierung und Nachhaltigkeit

In Seminaren, Workshops, auf Exkursionen und mit individuellen Prüfungsarbeiten erschließen Studierende des Textilen Gestaltens der Universität Osnabrück komplexe textile Sachverhalte. Sie ordnen sie in interdisziplinäre Kontexte, bewerten sie kritisch und erarbeiten sich Quellen und Forschungsliteratur. Dies erfolgt im Kontext zwischen Textilwissenschaft und benachbarten Disziplinen. Zu den Inhalten gehören unter anderem historische und gegenwärtige Dimensionen von Material, Verarbeitung und Gebrauch von Textilien, Methoden der kulturwissenschaftlichen Textil- und Kleidungsforschung, Methoden der Objektanalyse und -interpretation sowie Perspektiven interdisziplinärer Zusammenarbeit.

Selbststudium bezeichnet eine Lernform, bei der sich Lernende allein oder unterstützt Wissen und Fertigkeiten aneignen. Im Rahmen der Umgestaltung von Studiengängen kommt dem Selbststudium verstärkte Bedeutung zu. Ein Kolloquium begleitet das Selbststudium im Rahmen des Moduls Technik und Produktion: Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die Studierenden erarbeiten eigenständig die Planung und Durchführung technologischer Aufgabenstellungen. Ein Beispiel ist das Angebot zum Selbststudium unter dem Oberthema Musterbuch im Studienjahr 2024. Dabei beschäftigten sich die Studierenden mit textilen Technologien vom Weben über Stricken, Stickern, Häkeln oder Tuften und erstellten ein eigenes Musterbuch. Sie lernten unterschiedliche Muster, ihre Namen, Eigenschaften und Gestaltungsmöglichkeiten, Anwendungen und teilweise Codiersprachen wie beim Stricken oder die Bindungslehre wie beim Weben. Das Resultat war ein Musteralbum zur weiteren Fortsetzung im Studium und Beruf.



Arbeiten aus dem Selbststudium: Zeynep Gökgoz, Johanna Kühnast, Jette de Vries. Fotos: Lucia Schwalenberg, Johanna Kühnast, Jette de Vries.



Die Handwebstuhlsammlung

im Tuchmacher Museum Bramsche

Lucia Schwalenberg

Eingehüllt in weißem Nessel steht im Magazin des Tuchmacher Museums Bramsche eine Sammlung von gut zwei Dutzend historischen Handwebstühlen. Sie ist die Basis für Forschung und Präsentationen zur Geschichte der Handweberei, so z. B. zu einer ehemaligen Ausstellung zum Pepitamuster in Bramsche und in einer museumsdidaktischen Werkstatt.

Die Weberei ist ein zentrales Thema des Tuchmacher Museums Bramsche. Dem Handweben soll neben den mechanischen Webstühlen im Erdgeschoss im Zuge der Neugestaltung der Dauerausstellung eine eigene Einheit gewidmet werden. Doch zunächst gilt es, die Handwebstühle zu sichten, zu inventarisieren, auf ihre Vollständigkeit zu überprüfen, Besonderheiten wahrzunehmen und nach technischen Kategorien einzuteilen.

Das war die Ausgangslage im Sommer 2024, als die Museumsleiterin Kerstin Schumann dem Textilen Gestalten ein Kooperationsprojekt vorschlug. Bereits für eine Ausstellung zur Bauhausweberei (Auf den zweiten Blick - Bauhaus-Stoffe als Inspiration, 2019) hatten die beiden Institutionen fruchtbar zusammengearbeitet. Nun sollte gemeinsam mit Studierenden der Schatz der Handwebstuhlsammlung im Museumsmagazin in Achmer gehoben werden.

Projektstart war das Wintersemester 2024 - eine luftige Angelegenheit im unbeheizten Speicher auf dem Stifungshof Hasemann in Achmer bei Bramsche. Nach einer Einführung in die Handweberei in der Webwerkstatt der Universität Osnabrück machten sich 16 Studierende mit Mütze, Schal und Thermoskanne im November 2024 bei acht Grad Raumtemperatur an die Arbeit am Objekt. Es galt zu vermessen, zu begutachten, zu überprüfen, Einzelteile zuzuordnen, zu fotografieren und zu inventarisieren. Über Monate entstand so eine umfangreiche Dokumentation der Handwebstuhlsammlung des Tuchmacher Museums. Auf der Grundlage dieser Arbeit sollte eine kleine Anzahl von Webstühlen für die Dauerausstellung des Museums ausgewählt werden. Eine verantwortungsvolle Detailarbeit, die im Sommersemester 2025 von einer zweiten Kohorte von Textilstudierenden fortgesetzt wird.

Schon rasch zeigte sich, wie bereichernd die konkrete Arbeit am Objekt für die Studierenden und das Museum

gleichermaßen ist. Die Studierenden lernten die Bauteile und die Systematiken der verschiedenen Webstuhltypen kennen, erarbeiteten sich Fachtermini der Webstuhlkunde und physikalische Gesetzmäßigkeiten der Schaftaushebung genauso wie den geschärften Blick auf korrekte oder fehlerhafte Baukonstruktionen, die sich aufgrund mehrfacher Umzüge des Magazins unvermeidlich eingeschlichen hatten.

Im Laufe der Arbeit wuchs der Respekt vor der Sammlung. Jeder Webstuhl mit seinen ganz eigenen baulichen und gestalterischen Besonderheiten, seinen webtechnischen Möglichkeiten, seinen Stärken und Schwächen stieg aus dem Halbdunkel des Museumsspeichers, nahm förmlich Gestalt an. Die Studierenden manifestierten alle Details in Wort und Bild in ihren ausführlichen Dokumentationen. Diese Arbeit ermöglicht erstmals einen umfassenden Überblick über die Handwebstuhlsammlung des Tuchmacher Museums Bramsche. Nach der Fortsetzung im Sommersemester 2025 soll diese Inventarisierung geordnet nach Webstühlen auf der Museumsplattform museum-digital der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Dies ist eine wertvolle Grundlage für weitere Forschungsarbeiten und für potentielle Kooperationen beispielsweise von Museen auf der Suche nach fehlenden Exponaten oder Zubehör.



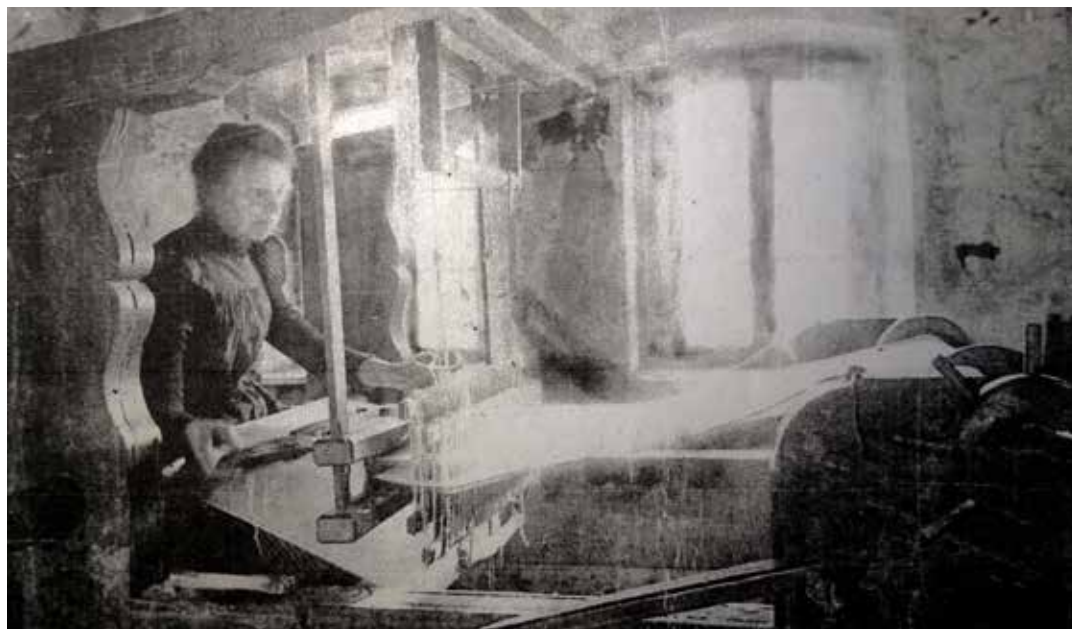
Inventarnummer an einem historischen Webstuhl in Bramsche. Foto: Lucia Schwalenberg.



Webstuhl Nr. 11: im Museumsmagazin auf dem Stiftungshof Hasemann in Achmer bei Bramsche. Foto: Lucia Schwalenberg.

Die meisten Webstühle stammen von Höfen aus der Region. So der abgebildete Webstuhl mit der Projektnummer 11 aus schwerem Eichenholz. Das Museum erhielt ihn als Schenkung von den Nachfahren eines Hofes der ehemaligen Bauernschaft Pye zwischen Osnabrück und Bramsche. Das Gehöft To Pye 4 verfügt über einen massiven Wehrturm aus dem 16. Jahrhundert. Es ist das älteste Speichergebäude des Stadtkreises Osnabrück.¹ Mit dem Webstuhl kam eine historische Fotografie in den Besitz des Museums. Es zeigt eine Weberin an diesem Webstuhl um 1900. Die geschnitzten Seitenwangen des Webstuhls sind deutlich zu erkennen. Auch weitere Details, wie die Jochhölzer unter den Schäften, belegen

¹ Kämmerer, Christian: Denkmaltopographie Bundesrepublik Deutschland: Baudenkmale in Niedersachsen (Band 32): Stadt Osnabrück. Braunschweig 1988. S. 33 und S. 153.



Webstuhl Nr. 11: Foto um 1900 mit unbekannter Weberin, Hof To Pye 4, Osnabrück-Pye. Foto: Erbgemeinschaft Familie Offers/TMB.

die Übereinstimmung der Fotografie mit dem Exponat. Der Webstuhl verfügt über eine bewegliche Welle zur Aushebung der Schäfte, ein sogenannter Wellenzug. Die Kammlade ist mit einem glatt geschnitzten Handgriff versehen. Die Webbank fehlt. Sie ließ ursprünglich offenbar eine Einstiegsücke frei. Das legt die Position der noch vorhandenen Halterung nahe. Die Trittaufhängung ist mit drei Tritten ausgestattet. Das ermöglicht außer Leinwandbindung dreibändige Köpergewebe. Wünschenswert wäre eine weitere Recherche bei der Erbgemeinschaft des Hofes zur unbekannten Weberin auf dem Bild und der Frage, was hier und wie gewebt wurde. Der Webstuhl stand in Einzelteile zerlegt auf dem Speicher, bevor er wegen des Umbaus des Haupthauses dem Museum übergeben wurde.



Webstuhl Nr. 15: nummerierter Produktionswebstuhl der ehemaligen Weberei F. H. Hammersen. Foto: Lucia Schwalenberg.

Von der ehemaligen Spinnerei und Baumwollweberei F. H. Hammersen stammt laut Museumsunterlagen der Webstuhl mit der Projektnummer 15. Er ist an der Seitenwange als "Stuhl No 374" beschriftet, ein Hinweis auf die Produktion mit Hunderten von Webstühlen in dem einst größten Textilbetrieb Osnabrücks. Nach dem Konkurs von Hammersen stand der Webstuhl zunächst in der ehemaligen Bramscher Webschule, bevor er 1994 in den Besitz des Tuchmacher Museums gelangte.²

Der Schaftmaschinenwebstuhl ist mit einer Schnellschusslade mit Wechselmechanismus ausgestattet, die leicht verzogen ist. Sie verfügt über eine Schlagvorrichtung, die zugehörige Peitschenschnur fehlt. Der Warenbaum ist mit einem Sperrklinkenrad und Regulator versehen. Der hölzerne Griffhebel zur Bedienung der Lade fehlt. Unterhalb der mit vier Lochkarten versehenen Schaftmaschine befinden sich rechts und links zwei Reihen mit je zehn Rollen für Schäfte. Damit könnten Bindungen über acht Schäfte plus zwei Zusatzschäfte für eine Leistenbindung gewebt werden. Die Schäfte, Litzen, die Schaftaufhängung sowie der Einzeltritt zur Bedienung der Schaftmaschine fehlen. Der Webstuhl wird - wie bei Schaftmaschinenwebstühlen üblich - im Stehen bedient, sodass keine Webbank vorgesehen ist. Die Aufhängung

² Mit dem Niedergang der Textilindustrie meldete Hammersen 1981 Konkurs an. Vgl. Großjohann, Nele: Textilunternehmen im kollektiven Gedächtnis der Stadt Osnabrück. Seminararbeit im Seminar "Matratzenweber, Tuchmacher, Tödden – Textile Denkmale aus der Zeit und an die Zeit", WiSe 2015/16. Osnabrück 2016. <https://hvos.hypothesen.org/files/2017/11/Textilunternehmen-im-kollektiven-Ged%C3%A4chtnis-der-Stadt-Osnabr%C3%BCck-am-Beispiel-von-Dreier-und-Horstmann.pdf>. [Abgerufen 05.02.2025]; Dierks, Joachim: Das traurige Ende von Osnabrücks größtem Textilbetrieb. Neue Osnabrücker Zeitung 18.04.2017. <https://www.noz.de/lokales/osnabrueck/artikel/1981-ging-hammersen-in-konkurs-das-traurige-ende-von-osnabruecks-groesstem-textilbetrieb-22589331>. [Abgerufen 15.06.2025]. Die 1898 gegründete Bramscher Webschule war eine Berufs- und Meisterschule für das Tuchmachergewerbe, die 1968 geschlossen wurde. 1981 wurde in dem Gebäude das Jugendzentrum "Alte Webschule" eröffnet.

der hölzernen Querriegel zu beiden Seiten oben ist ungewöhnlich und diente vermutlich zur stabilen Aushebung der Schäfte in Anbetracht der Webbreite von 1,80 m. Abweichend vom Webstuhl stammt die Schaftmaschine laut Inventarordner von der Handweberei Hapke, Forst (Lausitz).³

³ Forst war im 19. und 20. Jahrhundert ein Zentrum der Tuchindustrie. Die zeitweise 200 Betriebe wurden nach 1945 verstaatlicht und nach der Wende aufgegeben. In den Besitz des Tuchmacher Museums gelangte die Schaftmaschine mit einem Konvolut von sechs Webstühlen nach einer Werkstattaflösung in Forst.



Webstuhl Nr. 15. Foto: Luisa Günster, Lena Purschke.



Webstuhl Nr. 9: Auffindesituation mit einem beigelagerten Konvolut an Tritten, Querhölzern und Schäften; Verschnürung und Umbau der Trittaufhängung nach vorne unter die Webbank, Einhängen der Schäfte, Korrektur des auflagernden Kettbaums. Fotos: Lucia Schwalenberg.

Nach diesen Beispielen für 1. die bäuerliche Weberei zur Selbstversorgung auf dem um 1600 erbauten Hof To Pye sowie 2. dem Einsatz in der Textilindustrie mit einem um 1900 erbauten Webstuhl der ehemaligen Osnabrücker Baumwollweberei und -spinnerei F. H. Hammersen repräsentiert der oben abgebildete Webstuhl 9. die Entwicklung der Handweberei in kunsthandwerklichen Werkstätten im 20. Jahrhundert.

Der Webstuhl mit der Projektnummer 9 stammt von der ehemaligen Handweberei Ter Meulen in Osnabrück. Hier war er in einem Gartenatelier in der Kirchstraße bis in die 1980er Jahre in Betrieb. In die Sammlung des Tuchmacher Museums gelangte er im Jahre 2023 durch einen Nachlass. Was ihn wertvoll im museumsdidaktischen Sinne macht, ist die Tatsache, dass neben dem voll funktionsfähigen Webstuhl ein Konvolut von Gewebeproben und Zubehör übernommen werden konnte.

Es handelt sich um einen soliden Webstuhl mit Kontermarschwippen für die Schaftaushebung, was seit Beginn des 20. Jahrhunderts das Prinzip der Rollen- und Wellenzüge ablöste. Die Weblade ist mit einer Schnellschusslade ausgestattet, die mit einem Peitschengriff den Schnellschützen durch das Gewebe trägt. Dies ermöglicht das Weben breiterer Gewebe von Hand, in diesem Fall für eine Gewebebreite von 1,60 m, wie sie beispielsweise für Tischwäsche oder Gardinenstoffe geboten ist. Diese wurden offenbar in verschiedenen Bindungen, Karo- und Streifenmusterungen in Baumwolle in der Handweberei Ter Meulen gewebt, wie es eine erste Sichtung der vorgefundenen Gewebeproben nahelegt.

Der stabile Kontermarschwebstuhl ist mit Holzkeilen verbunden und teilweise verschraubt. Der hinten oben am Webstuhl angebrachte Kettbaum ist mit einer Seilzugbremse ausgestattet, die mit einem handgeschnitzten Holzgewicht versehen ist und mit einem Fußtritt bedient

wird. Die Position wurde bei der Sichtung korrigiert, um die Bremsfunktion sicherzustellen.

Der Webstuhl wurde bei der Inventarisierung mit einem umfangreichen lose beigelagerten Konvolut an Tritten, Querhölzern und Schäften vorgefunden. Nach der ersten groben Sichtung und Dokumentation im Rahmen des Seminars im Wintersemester 2024/25 kamen dankenswerterweise im Rahmen ihrer Webausbildung Janina Subic und Franziska Lemkau, begleitet von den Sachverständigen Dora Herrmann, Wolfgang Sternberg und Hans-Heinrich Schwalenberg für ein Weber-Wander-Wochenende zu Hilfe. Dies ermöglichte den umfangreichen Einsatz an mehreren Webstühlen im Magazin. Insbesondere der Ter-Meulen-Webstuhl wurde hier unter die Lupe genommen: Die unteren Querriegel wurden getauscht, damit die Tritte wie ursprünglich vorgesehen unter der Sitzbank aufgehängt werden konnten, vier Schäfte wurden eingehängt und mit Querhölzern, Tritten und Kontermarschwippen einsatzfähig verschnürt.



Webstuhl Nr. 11: Janina Subic und Franziska Lemkau sichten das Zubehör. Foto: Lucia Schwalenberg.



Webstuhl Nr. 21: Musterwebstuhl Anni mit vier Schäften und Hebelzug. Fotos: Lucia Schwalenberg.

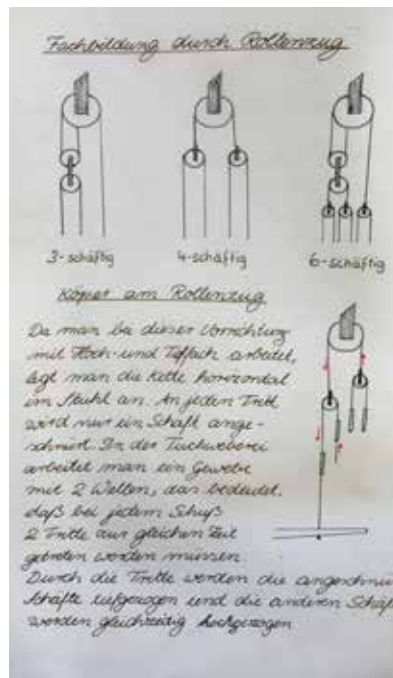
Das Lieblingsobjekt der Studierenden bei der Webstuhlinventarisierung im Museumsmagazin war ein in einem Winkel des Dachbodens fast übersehener Musterwebstuhl mit dem aufgedruckten Schriftzug "Hand-Webgerät Anni". Das Webgerät mit der Projektnummer 21 aus Holz und Metall mit einem seitlichen Hebelzugmechanismus zur Aushebung der vier Schäfte, drehbarem Kett- und Warenbaum und hölzerner Bremse wurde im Zuge des Webstuhlprojektes durch den Magazinmitarbeiter Heinz Höner gegen Schädlinge konserviert, geölt und gangbar gemacht. Das Exponat bleibt fragil und ist dennoch ein wunderbares Beispiel für die vierte Kategorie der vorgefundenen Webstühle. Es ist der Bereich der Muster- und Designentwicklung sowie der Museumspädagogik, für den dieser Webstuhl bei sorgsamem Gebrauch eingesetzt

werden könnte. Der Musterwebstuhl stammt aus der ehemaligen Tuchfabrik Surendorff-Wonning in Bramsche und kam 1992 in die Museumssammlung.

Zusätzlich zur Dokumentation und Inventarisierung) übernahmen die Studierenden die Sichtung der vorhandenen Gewebebahnen zum Schutz der Webstühle im Museumsmagazin auf dem geräumigen Speicher des Stiftungshofs Hasemann in Achmer bei Bramsche. Die Hüllen wurden zugeordnet, gewaschen und mit Zwischennähten versorgt, um für jeden Webstuhl eine großformatige Hülle zur Verfügung zu haben. Das Nähen von passgenauen Hussen sprengte den Rahmen des Seminars und bleibt einem späteren Projekt vorbehalten.



Vorbereiten der Webstuhlhüllen mit Studierenden. Foto: Lucia Schwalenberg.



Archivakte im Landesarchiv/Osnabrück; Gewebeproben von Bramscher Tuchmachern, um 1780; Rollenzugtechnologie, Gesellenmappe Dora Herrmann; Weber am Trittwebstuhl mit Rollenzug um 1425, in: Stadtbibliothek Nürnberg: Hausbuch der Zwölfbrüderstiftung zu Nürnberg. Mendel I, Amb. 317.2. https://online-service.nuernberg.de/viewer/image/5d64f831-7a9d-47b4-9a01-d6a28f29ad99/11/LOG_0011/. [Abgerufen 16.06.2025]. Fotos: Lucia Schwalenberg.

Das Kooperationsprojekt wurde ergänzt um eine Recherche im Osnabrücker Landesarchiv. Hier fanden sich Gewebeproben um 1780 von Tuchmachermeistern aus Bramsche. Angedacht ist es, in einem Folgeprojekt eines der Gewebe auf einem der historischen Museumswebstühle zu rekonstruieren. Aufgaben bleiben in der Erforschung der historischen Gewebetechnik vom Rollen- über den Wellen- und Hebelzug zum Kontermarsch, der Schaftmaschine und dem Jacquard sowie zu den Geschichten hinter den Webstühlen und ihren Weber:innen, ein Stück gelebte Technik-, Sozial- und Designgeschichte. Nach und nach sollen ausgewählte Handwebstühle aus der Sammlung in die überarbeitete Museumsausstellung wandern. Den Anfang machte im Zuge des Projektes mit den Studieren-

den der abgebildete Webstuhl Nr. 3. Es ist ein Rollenzug, wie er um 1425 auf der ersten bekannten Abbildung eines Webers im Hausbuch der Zwölfbrüderstiftung zu Nürnberg dokumentiert ist, damals noch ohne Seitenwangen, mit an der Decke montierten Rollen (s. Abb. o.).

Das Handwebstuhlprojekt wird 2025 fortgesetzt: Eine spannende Kooperation zwischen dem Tuchmacher Museum und dem Textilen Gestalten. Ein großer Dank für den engagierten Einsatz geht an alle Studierenden und Mitarbeiter:innen der Universität, des Museums, des Magazins und des Landesarchivs sowie unterstützender Handwebereien in Meldorf, Worpswede und Bredenbeck. Eine erste Studierende hat sich bereits für ein Praktikum zur Unterstützung des Projekts gemeldet.



Studierende in der Meisterstube des Tuchmacher Museums; Lucia Schwalenberg und Kerstin Schumann im Magazin. Fotos: Lucia Schwalenberg, Antonio Torres.



Rome en vogue

Bärbel Schmidt

Wissenschaft trifft Ausstellung

Wie lässt sich wissenschaftliche Forschung lebendig vermitteln? Wie verwandelt man textile Objekte in „sprechende“ Exponate? Diesen Fragen widmet sich unser neu in das Curriculum implementierte praxisnahe Modul, „Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten“. Seit seiner Aufnahme in die Prüfungsordnung im Jahr 2021 bietet es Studierenden über zwei Semester die Möglichkeit, Forschung als kreativen Prozess zu begreifen – und sie zugleich in reale Ausstellungen bzw. Publikationen zu überführen.

Das Modul vereint wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gestalterischer Freiheit. Im Zentrum steht die Entwicklung eines Ausstellungskonzepts oder einer Publikation – von der Idee über Recherche, Gestaltung und kuratorische Auswahl bis hin zur Öffentlichkeitsarbeit. Dabei lernen die Studierenden, wie sie komplexe textile Themen – etwa Mode- und Kostümgeschichte, Nachhaltigkeit oder Transkulturalität – nicht nur theoretisch

erfassen, sondern für ein breites Publikum erfahrbar machen. Damit ist das Modul mehr als nur eine Lehrveranstaltung – es ist ein Ort des Forschens, Erzählens und Zeigens. Es schärft nicht nur den Blick für das Detail, sondern auch das Bewusstsein für das große Ganze: wie Wissen durch Textilien Gestalt annimmt.

Sein Debüt feierte das Modul mit der Eröffnung des interdisziplinären Ausstellungsprojektes „DRESSED – Rom Macht Mode“ im Museum und Park Kalkriese im April 2024. Die Anfrage der Museumsleiterin, Heidrun Derks, zum Thema Moden und Macht im antiken Rom zur Zeit von Kaiser Augustus gemeinsam eine Wanderausstellung zu konzipieren, war für uns ein Glücksfall und eine Herausforderung zugleich. Das im Jahr 2000 eröffnete Museum, dessen Park sich über eine Fläche von über zehn Hektar erstreckt, ist selbst ein Ort lebendiger Wissenschaft. Mit seinem archäologischen Park, den sichtbaren Grabungsfeldern und einem modernen Ausstellungshaus bietet Kalkriese einen authentischen Raum, in dem Geschichte buchstäblich im Boden liegt – und für Forschung, Lehre und kreative Auseinander-



Studierende bei der Anprobe im Museum und Park Kalkriese. Foto: Bärbel Schmidt.



Studierende bei der Anprobe im Museum und Park Kalkriese. Foto: Bärbel Schmidt.

setzung gleichermaßen fruchtbar wird. Bekannt wurde der Ort durch archäologische Funde, die als Beleg für die Varusschlacht im Jahr 9 n. Chr. gelten – jenes historische Ereignis, bei dem germanische Stämme unter der Führung von Arminius drei römische Legionen des Publius Quinctilius Varus vernichteten. Seit den 1990er Jahren wird am Ort des ehemaligen Schlachtfeldes systematisch geforscht und ausgestellt. Besonders eindrucksvoll ist die sogenannte Kalkriese Gesichtsmaske, ein bronzefarbener römischer Reiterhelm, der bis heute als ikonisches Objekt der Sammlung gilt. Neben Waffen, Münzen und Alltagsgegenständen wurden ebenfalls textile Fragmente

wie Wollgewebe und Lederriemenreste geborgen – seltene Funde, die faszinierende Einblicke in die Kleidung und Ausrüstung römischer Soldaten geben.¹

Hand aufs Herz: Wer an Römer denkt, denkt oft zuerst an Lorbeerkränze, Schutzpanzer, Togen und Sandalen – und vielleicht auch an Asterix, dem unbeugsamen Gallier, der sich gemeinsam mit Obelix und Idéfix mutig gegen die römische Macht und Mode stellt. Bei genauem Hinsehen offenbart sich aber jenseits der Karikatur aus Comic

¹ Siehe: <https://www.kalkriese-varusschlacht.de/museum-park/park-und-architektur.html>, [Abgerufen 04.07.2025].



Färbearbeiten für die Ausstellung DRESSED - Rom Macht Mode. Fotos: Bärbel Schmidt, Yannick Duda.



Ausstellungsansicht: DRESSED - Rom Macht Mode. Foto: Bärbel Schmidt.

und Film eine Kultur, deren Kleidung weit mehr als eine Funktion erfüllte: Sie war Ausdruck von Status, Politik und Identität. Unter der Herrschaft des Kaisers Augustus erlebte Rom eine Periode des Friedens und des Wohlstands, die sich ebenfalls in der Mode widerspiegelte. Kleidung war zu der Zeit ein Spiegelbild der politischen und gesellschaftlichen Verhältnisse. Luxuriöse Stoffe, aufwändige Verzierungen und raffinierte Schnitte waren kennzeichnend für die breite Bevölkerung der Elite, während einfache Gewebe für die breite Bevölkerung typisch waren. Gleichzeitig nutzten die Menschen ihre Kleidung, um den sozialen Status und ihre Identität auszudrücken.

Tunika und Stola gehören zu den vestimentären Evergreens, die wir heute noch in so manchen Kleiderschränken finden. Eine Toga ist aus der Mode gekommen, wohl weil mit einem Durchmesser zwischen 4 – 6 m und der Notwendigkeit eines Vestios, eines Einkleiders, dieses Kleidungsstück sich als sehr unpraktisch erwiesen hat. Und während heute jede und jeder eine Stola tragen darf, kam diesem Kleidungsstück im alten Rom eine besondere Bedeutung zu. Nur eine „matrona“, eine als freie römische Bürgerin geborene Frau, die mit einem freien römischen Bürger verheiratet war, durfte eine Stola anlegen. Ursprünglich handelte es sich dabei um ein einfaches langes



Ausstellungsvorbereitung für DRESSED - Rom Macht Mode. Fotos: Bärbel Schmidt.



Kleid. In augusteischer Zeit zeigte die Stola viel mehr als den sozialen Status einer Frau an: sie bot in ihrer Funktion als Standestracht nicht nur Schutz vor Zudringlichkeiten in der Öffentlichkeit. Eine Stola konnte die Frauen umfangreich schützen, denn wurde eine „matrona“ wegen eines Vergehens gegen die Gesellschaft angeklagt, bewahrte sie ihre Tracht im Falle einer öffentlichen Anklage vor dem peinlichen Verhör, körperlicher Züchtigung und entehrenden Formen der Todesstrafe. Auch in anderer Hinsicht kam die Stola den Frauen gelegen. So heißt es bei Horaz, dass der verhüllte Anblick weiblichen Reizes gelegentlich potentielle Liebhaber abschreckte, wenn diese befürchteten, dass Schenkel, Waden oder Füße der von ihnen begehrten Damen nicht ihrem eigenen Wunschbild entsprechen könnten. Diese wandten sich dann eher den Frauen zu, die das Gewand trugen – ein Kleidungsstück aus hauchdünnen, nahezu durchsichtigen Seidenstoffen.²

² Zu Horatius, Quintus Horatius Flaccus. Sermones. In: Q. Horati Flacci Opera. Hrsg. v. D. R. Shackleton Bailey. 4. Aufl., Stuttgart: B. G. Teubner, 2001 (1. Aufl. 1985), S. 179–181 (Sat. I,2, Z. 83–90). Zur antiken römischen Kleidung siehe: Ursula Rothe, The Toga and Roman Identity, New York: Bloomsbury Academic, London 2020; Judith Sebesta/Larissa Bonfante, The World of Roman Costume, University of Wisconsin Press,

Die Studierenden nahmen die Kleidung der Römer und Römerinnen über das zwei Semester andauernde Projekt nicht nur als bloßes Alltagsphänomen, sondern als bewusst eingesetztes Mittel politischer und sozialer Inszenierung in den Blick. Gemeinsam erforschten sie aus wissenschaftlicher, archäologischer, gestalterischer und kulturhistorischer Perspektive die Kleidung römischer Bürger:innen, den Status von Textilien in der Antike und nicht zuletzt die Frage, ob Nachhaltigkeit schon vor 2000 Jahren ein Thema war. Sie griffen damit zum einen die Verbindung von Kleidung und kultureller Bedeutung auf, um zum anderen gleichzeitig eine Brücke zwischen Antike und Gegenwart zu schlagen. Heute, in einer Zeit, in der die Mode eine immer bedeutendere negative Rolle in unserer schnelllebigen Gesellschaft spielt, müssen wir uns mehr denn je den Herausforderungen des Klimawandels stellen. Wie so oft, können wir auch hier aus der Geschichte lernen. Die in der Antike praktizierte Nachhaltigkeit, etwa einen überschaubaren Kleiderschrank und das lange Tragen der Kleidung sowie das handwerkliche Knowhow können uns dazu inspirieren, Wege zu einem nachhaltigeren und bewussteren Modekonsum zu finden.

Madison 1994; Birgit Ingrid Scholz, Untersuchungen zur Tracht der römischen matrona, Böhlau Verlag, Köln 1992.



Ausstellungsinszenierung DRESSED - Rom Macht Mode. Foto: Bärbel Schmidt.



Die Studierenden gingen Fragen nach wie: Wie und womit wurden Stoffe hergestellt? Welche Materialien und Techniken wurden verwendet? Welche Kleidungsstücke gab es für wen? Welche Kleidungsstücke standen wem zu? Und wie wurden durch Stoffe, Farben und Formen Machtverhältnisse sichtbar gemacht? Darüber hinaus stellten die Studierenden Ausstellungsobjekte selber her. Sie rekonstruierten Togen, Tuniken und Stolen anhand historischer Quellen und schufen so eigene, textilarchäologisch fundierte Modelle. Dabei kamen Techniken zum Einsatz, die dem damaligen Stand der Handwerkskunst entsprachen, einschließlich des Färbens mit pflanzlichen Farbstoffen wie Krapp, Waid und Reseda. Die Auseinandersetzung mit traditionellen Färbemethoden machte nicht nur die aufwändige Herstellung antiker Kleidung greifbar, sondern ermöglichte gleichermaßen Reflexionen über Farb- und Statussymbolik im römischen Alltag, etwa den purpurfarbenen Streifen auf der Toga, der nur Senatoren vorbehalten war. Unterstützung bei der Rekonstruktion der Kleidungsstücke erhielten die Studierenden von den drei textilbegeisterten Osnabrückerinnen Monika Düvel, Sabine Gagsch und Christine Studt. Die Koordination der Anfertigung der zahlreichen Textilobjekte lag in den Händen unserer Dozentin Christine Löbbers, die selber ebenfalls am Nähprozess beteiligt war. Unser Tischlermeister, Jürgen Menkhaus, erstellte in enger Abstimmung mit dem Museum einen funktionstüchtigen Gewichtswebstuhl, wie er in der Antike verwendet wurde. Er ist einer der Highlights in der Ausstellung. Anhand dieses Objektes kann nicht nur die Komplexität der Textilproduktion vorindustrieller Zeit nachvollzogen werden, sondern

auch das ökologische Bewusstsein der Menschen in der Antike: Ressourcen wurden effizient genutzt, Textilien repariert, recycelt oder weiterverwendet. Aspekte, die in der heutigen Debatte um nachhaltige Mode aktueller denn je sind. Diese Facetten griffen die Studierenden in dem letzten Teil der Ausstellung mit aktuellen Daten zum heutigen Textilkonsum und dessen Folgen auf. Sie entwarfen didaktische Materialien zum Thema Textilkonsum und nachhaltiger Mode, die die Besucher und Besucherinnen zum aktiven Handeln und zum Nachdenken aufforderten.

Die Studierenden waren aber nicht nur an der Recherche und der Erstellung von Ausstellungsexponaten beteiligt. Sie wirkten ebenfalls an der inhaltlichen und gestalterischen Umsetzung der Ausstellung mit und waren aktiv am Aufbau beteiligt. In enger Zusammenarbeit mit dem Museumsteam vor Ort entstand so eine Ausstellung, die nicht nur fundiert erforschte Tatsachen präsentierte, sondern diese auch anschaulich vermittelte – ein gelungenes Beispiel für das Potenzial interdisziplinärer Lehre im musealen Raum.

Die Ausstellung gliedert sich in sieben, thematisch in sich abgeschlossene Module, die unterschiedlich miteinander kombiniert werden können:

1. Intro
2. Kleidung – (keine) Frage der Identität: Die Tunika – Eine für Alle, Toga – typisch römisch!, Was ziehe ich heute bloß an? Drunter und Drüber, Einladung – die Umkleidekabine, Rome goes Hollywood
3. Was für Experten! – Textilarchäologie: Die Summe



Museumsleiterin Heidrun Dierks mit Gästen bei der Führung zur Ausstellungseröffnung. Foto: Lucia Schwalenberg.

< Ausstellungsansicht: DRESSED - Rom Macht Mode, Färbearbeit der Studierenden. Foto: Lucia Schwalenberg.



machts, Der erste Blick trägt, Experiment Kalkriese, Projekt Unterhose

4. Alles Handarbeit!: Vom Schaf zur Tunika – Waschen, Spinnen, Weben, Nähen; Von Wolle bis Seide, Hier wird's bunt! Färberlatein, Walkerei – der letzte Schliff, Kleider kaufen, Gelernt ist gelernt
5. Zeig mir, was du trägst...! Wertschätzung, Qualität, Pflege, harte Fakten Fast-Fashion
6. So aber nicht! Dresscodes in Antike und Gegenwart: Rolle und Robe, Luxus und Verschwendung; zu weiblich, zu fremd
7. Kommen wir zum Schluss³

Die Resonanz auf DRESSED - Rom Macht Mode war beeindruckend. Die Sonderausstellung zog von April bis November 2024 rund 18.000 Besucher:innen an. Die zahlreichen positiven Rückmeldungen im Besucherbuch – von begeistertem „Tolle Idee!“ bis zum Lob für die Möglichkeit, die Kleidung sogar anzuprobieren – zeigten deutlich, dass die Ausstellung großen Anklang fand. Besonders freute uns der Kommentar einer Besucherin vom 21. Mai 2024: „Diese Ausstellung hat mir großen Spaß gemacht. Auch, dass es über das eigentliche Thema hinausging und kritische Fragen zum aktuellen Klamottenkonsum beleuchtet wurden. Der Rap ist super!“ Darüber hinaus erwähnten viele die gelungene Verbindung von wissenschaftlicher Tiefe und gestalterischer Anschaulichkeit sowie das hohe Engagement der Studierenden.

³ Hinweis auf den Museumsbund.

Rückblickend auf die zwei ereignisreichen und arbeitsintensiven Semester der Vorbereitung steht für uns alle fest, dass die Ausstellung exemplarisch zeigt, wie universitärer Wissenstransfer, Kreativität und gesellschaftliche Relevanz in einem musealen Projekt verknüpft werden können. Die Ausstellung Dressed: Rom Macht Mode ist nicht nur eine Ausstellung über antike Kleidung, sondern sie veranschaulicht den lebendigen Dialog zwischen Vergangenheit und Gegenwart – getragen von wissenschaftlicher Neugier, handwerklicher Präzision und dem Engagement einer neuen Generation von Gestalter:innen und Forschenden.

Johann Heinrich Campe geht 1779 in seinem erzieherischen Kinderroman „Robinson der Jüngere“ detailliert auf die einzelnen Handwerke ein, die für die Herstellung einer Matratze vonnöten sind. Ausgehend vom fertigen Produkt, erarbeitet Robinson gemeinsam mit seinen Kindern in einem genetisch-sokratischen Gespräch, wie viele Menschenhände und Handwerke an der Herstellung nur einer Matratze beteiligt sind: Der Anbau der Flachspflanze und das Vorbereiten der Flachsstängel erforderte Berufe wie Flachsschwinger- und binder. Dem folgte das Spinnen des Flachses durch Spinnerinnen, das Vorbereiten der Schlichte durch Müller, das Weben durch Leinenweber und das Befüllen der Matratze mit Pferdehaar. Verwundert stellen die Kinder am Ende fest: „Das ist doch erstaunlich! tausend (sic) Hände!“⁴

⁴ Johann Heinrich Campe: Robinson der Jüngere. Zur angenehmen und nützlichen Unterhaltung für Kinder. Hrsg. vom



Christine Löbbers und Swantje Möhlmann vom Textilen Gestalten bei der Ausstellungseröffnung. Foto: Lucia Schwalenberg.

< Gisela Michel am Gewichtswebstuhl, gebaut von Jürgen Menkhaus, Tischlermeister der Universität Osnabrück. Foto: Lucia Schwalenberg.

Sicherlich ist die Konzeption und Realisierung einer Ausstellung nicht weniger komplex als die Herstellung einer Matratze. Beginnend von der ersten Idee bis zur finalen Fertigstellung braucht es ebenfalls zahlreiche Menschenhände und Handwerke. Alle an der Ausstellung beteiligten Personen haben großartige Arbeit geleistet, ihnen gebührt unser Dank. Erwähnt und gedankt werden müssen vor allem die an der Ausstellung beteiligten Studierenden: Yannick Duda, Matthias Hanßen, Franziska Heuer, Daria Ivanov, Laura Kassens, Melanie König, Oliva Kujawa, Laura Otto, Hanna Schönpflug, Louisa Stratemeier, Jessica Walters, Elisabeth Weber und Enise Yener. Dank gebührt Heidrun Derks als Initiatorin des gemeinsamen Projektes sowie dem gesamten Ausstellungsteam des Museums und Parks Kalkriese: Martin Berghane, Ute Bühning, Nina Huber, Ingo Petri, Caroline Flöring sowie den Praktikantinnen: Leni Overberg, Emily Kammeier und Linus Höckmann. Außerdem gilt ein besonderer Dank für die Unterstützung beim Aufbau und dem Drumherum: Heiko Böhme, Angelika Fischer, Christiane Matz, Helmut Meier, Monika Meyer, Philipp Stanehl und Axel Thiele sowie dem Kölner Gestalter Ingo Plato von res d – Design und Architektur GmbH, die mit ihrer außergewöhnlichen Ausstellungsarchitektur, Kleiderinseln, Auslagen und Shop-in-Shop-Bereichen bewusst an die Gegenwart heutiger Einkaufszentren erinnert.

Nur mit der Hilfe zahlreicher Sach- und Geldspenden

Projekt Gutenberg-DE. Kapitel: „Flachs und Leinen“. <https://www.projekt-gutenberg.org/campe/robinson/robin062.html>. [Abgerufen 05.07.2025].



Bärbel Schmidt bei der Ausstellungseröffnung. Foto: Lucia Schwalenberg.

konnte die Ausstellung letztendlich in der Form verwirklicht werden, wie sie zu sehen ist. Dafür danken wir allen. Besonderer Dank gilt der Firma JAB Anstoetz, Bielefeld, die bereits zum wiederholten Male unsere Vorhaben mit Sachspenden unterstützte.

Vom 17. April 2025 bis zum 2. November 2025 wird die Ausstellung im Besucherzentrum Arche Nebra in Kleinwangen präsentiert.



Ausstellungsansicht: DRESSED - Rom Macht Mode. Foto: Bärbel Schmidt.





Die Kunst, sich selbst zu tragen -

Fridas Kleiderschrank

Lesley-Ann Baldwin

Biografie

Frida Kahlo gilt als eine der bedeutendsten Künstlerinnen des 20. Jahrhunderts. Sie steht exemplarisch für die Verbindung von persönlicher Erfahrung, politischer Haltung und ästhetischem Ausdruck. Ihre Werke, ihre Biografie und ihr außergewöhnlicher Kleidungsstil machen sie zu einer herausragenden Figur kultureller Identität und künstlerischer Selbstinszenierung. Diese Vielschichtigkeit eröffnet vielfältige Zugänge, insbesondere im Bereich der gestalterischen Bildung. In diesem Kontext wurde im Fachgebiet Textiles Gestalten der Universität Osnabrück ein zweisemestriges Projektseminar im Rahmen des Moduls "Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten" durchgeführt. Im Zentrum des Moduls stand die Auseinandersetzung mit Frida Kahlo hinsichtlich ihrer modischen Selbstinszenierung, verbunden mit wissenschaftlicher Recherche, textilgestalterischer Arbeit und der Konzeption einer Ausstellung. Die Studierenden entwickelten im Verlauf der beiden Seminare unter der Leitung von Lesley-Ann Baldwin im Sommersemester 2024 und Christine Löbbers im Wintersemester 2024/25 die Ausstellung mit dem Titel "Die Kunst, sich selbst zu tragen - Fridas Kleiderschrank".

Dieser Beitrag gibt einen Einblick in das Leben der Künstlerin Frida Kahlo, mit besonderem Fokus auf ihrem Kleidungsstil und dessen Wirkungsgeschichte bis in die Gegenwart. Im Anschluss werden Konzeption, Aufbau und Durchführung des Moduls „Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten“ sowie der beiden projektbasierten Seminare dargestellt. Dabei wird nachvollziehbar, wie pädagogische und textilgestalterische Ansätze miteinander verbunden wurden, um Frida Kahlos ästhetische Strategien in forschend-gestalterische Lernprozesse zu übersetzen.

Magdalena Carmen Frida Kahlo Calderón wurde am 6. Juli 1907 in Coyoacán, einem Vorort von Mexiko-Stadt, als Tochter der Mexikanerin Matilde Calderón y González und des aus Deutschland stammenden Fotografen Wilhelm Kahlo geboren. Ihre Kindheit war früh von gesundheitlichen Herausforderungen geprägt. Im Alter von sechs Jahren erkrankte sie an Polio, was zu einer dauerhaften Beeinträchtigung ihres rechten Beins führte. Ihre schu-

liche Laufbahn begann an der deutsch-mexikanischen Schule Colegio Alemán, später setzte sie diese an der Escuela Nacional Preparatoria fort, wo sie sich ursprünglich auf ein Medizinstudium vorbereiten wollte.¹

Ein einschneidendes Ereignis in ihrem Leben war der Busunfall im Jahr 1925, bei dem sie schwere Verletzungen erlitt. Die lange Phase der Genesung markierte zugleich den Beginn ihrer intensiven Auseinandersetzung mit der Malerei. Bereits zuvor hatte sie Zeichenunterricht erhalten, doch erst während der Monate der Immobilität entwickelte sie ihre künstlerische Praxis zu einem zentralen Bestandteil ihrer Identität. An ihr Krankenbett gefesselt, begann sie mithilfe einer kleinen Staffelei und eines über dem Bett angebrachten Spiegels vor allem mit dem Malen von Selbstporträts.²

Ihr Werk umfasst rund 150 Gemälde, von denen etwa ein Drittel Selbstbildnisse sind. Diese zeigen nicht nur ihr äußeres Erscheinungsbild, sondern reflektieren zutiefst persönliche, emotionale und politische Themen. Kahlos Malerei bewegt sich zwischen Realismus, Symbolismus und Surrealismus, wobei sie selbst letzteren Begriff ablehnte. Sie betrachtete ihre Werke als direkte Ausdrucksform ihrer Lebensrealität. Motive wie Blut, Pflanzen, Tiere, religiöse Symbole und Elemente der mexikanischen Volkskunst verbinden sich in ihren Bildern zu einem dichten visuellen Vokabular, das Schmerz, Identität, Weiblichkeit und kulturelle Zugehörigkeit thematisiert.³

1929 heiratete sie den Maler Diego Rivera. Die Beziehung war geprägt von gegenseitiger Inspiration, aber auch von Konflikten und persönlichen Krisen. In den 1930er Jahren begleitete sie Rivera mehrfach in die Vereinigten Staaten, wo er größere Aufträge übernahm. In dieser Zeit wurde sie mehrfach schwanger, doch keine der Schwangerschaften führte zu einer Geburt, was sich auch in ihrer künstlerischen Produktion niederschlug. Ihre Werke dieser Jahre sind wiederholt von körperlicher Verletzlichkeit, Mutterschaft, Selbstbild und Schmerz geprägt.⁴

Die 1930er- und 1940er Jahre brachten Kahlo zunehmende Anerkennung als eigenständige Künstlerin. Internationale Ausstellungen in New York und Paris verschafften

¹ Vgl. Kettenmann, Andrea: Frida Kahlo 1907–1954. Köln 1999. S. 92.

² Vgl. ebd. S. 17 ff.

³ Vgl. ebd. S. 20 ff. und S. 67 ff.

⁴ Vgl. ebd. S. 24 und S. 31 ff.

ihr öffentliche Aufmerksamkeit. Zeitgleich bewegte sie sich in politischen und intellektuellen Kreisen. Die Aufnahme in die Kommunistische Partei Mexikos und Begegnungen mit Persönlichkeiten wie Leo Trotzki, André Breton und Nickolas Muray erweiterten ihren Horizont und verstärkten den politischen Gehalt ihres Selbstbildes.⁵

Mit zunehmender gesundheitlicher Belastung ab den 1940er Jahren war Frida Kahlos künstlerische Arbeit noch stärker von der Reflexion über den eigenen Körper geprägt. In den letzten Lebensjahren war sie auf den Rollstuhl angewiesen, musste sich zahlreichen Operationen unterziehen und war an die regelmäßige Einnahme von Schmerzmitteln gebunden. Trotz dieser Einschränkungen unterrichtete sie Kunst und schrieb Tagebuch. Ihre erste Einzelausstellung in Mexiko fand 1953 statt. Aufgrund ihres Gesundheitszustands konnte sie nur in einem Bett liegend daran teilnehmen. Sie starb am 13. Juli 1954 in ihrem Geburtshaus, der sogenannten Casa Azul (übersetzt: blaues Haus) in Coyoacán.⁶

Nach dem Tod Frida Kahlos ließ ihr Ehemann Diego Rivera den Zugang zu ihrem Bade- und Ankleidezimmer in der Casa Azul versiegeln. Der Kleiderschrank, in dem sich ein Großteil ihrer persönlichen Kleidung, orthopädischen Hilfsmittel und kosmetischen Gegenstände befand, blieb damit für ein halbes Jahrhundert verschlossen. Erst im Jahr 2004 öffneten Carlos Phillips Olmedo, der Direktor des Frida-Kahlo-Museums und der Fachausschuss der Stiftung Diego Rivera-Frida Kahlo der Bank of Mexico das Schloss zu diesen Räumen. Die restauratorische Erschließung durch Denise und Magdalena Rosenzweig

5 Vgl. ebd. S. 45 ff.
6 Vgl. ebd. S. 92 f.



Vom Tischlermeister Jürgen Menkhaus nachgebautes Bett von Frida Kahlo. Foto: Lesley-Ann Baldwin.

ermöglichte einen umfassenden Einblick in Kahlos private Garderobe. Die Wiederentdeckung dieser Objekte offenbarte nicht nur materielle Zeugnisse eines biografischen Alltags, sondern vor allem das sorgfältig aufgebaute System einer künstlerischen und politischen Selbstdarstellung.⁷

Vestimentäres Erbe

Frida Kahlo entwickelte über die Jahre ein bewusst gestaltetes Erscheinungsbild, das in enger Verbindung zu ihrem künstlerischen Ausdruck stand und diesen visuell erweiterte. Ihre Kleidung fungierte als ein aktiver Bestandteil ihrer Selbstkonstruktion. Wie die mexikanische Kunsthistorikerin Teresa del Conde festhält, trugen zwar viele mexikanische Frauen in den 1920er- und 1930er-Jahren indigene Trachten, doch keine verwendete sie so regelmäßig, vielseitig und symbolisch aufgeladen wie Kahlo.⁸ Besonders nach ihrer Eheschließung mit Diego Rivera im Jahr 1929 begann sie, die Tehuana-Tracht aus dem mexikanischen Bundesstaat Oaxaca in ihren Alltag und ihre Porträts zu integrieren.⁹ Diese Form der Kleidung bestand aus mehreren charakteristischen Elementen wie dem Huipil, der Enagua, dem Rebozo und dem Resplandor. Jedes dieser Kleidungsstücke war mit präziser Bedeutung verbunden und wurde in Frida Kahlos Garderobe nicht zufällig, sondern strategisch verwendet.¹⁰

Kahlo nutzte Kleidung als Mittel kultureller Positionierung und persönlicher Abgrenzung. Die Tehuana-Tracht verweist auf ihre familiären Wurzeln mütterlicherseits und auf ihre politische Solidarität mit der indigenen und bäuerlichen Bevölkerung Mexikos. In ihrem Tagebuch bezeichnet sie das Tehuana-Kleid als ein "Portrait in Abwesenheit einer Person".¹¹ Ihre Kleidung wurde zur Stellvertreterin ihrer Identität, insbesondere in Situationen, in denen ihr körperlicher Zustand sie in ihrer Bewegungsfreiheit oder Präsenz einschränkte. Der Huipil, eine weit geschnittene, meist bestickte Tunika, wurde für Kahlo zur tragbaren Projektionsfläche kultureller Symbolik. In ihren Sammlungen fanden sich Exemplare aus Seide, Baumwolle und Leinen, versehen mit geometrischen und floralen Mustern, die handwerklich gefertigt und häufig mit regionalen Textiltechniken verbunden waren.¹² Der Rebozo erfüllte eine doppelte Funktion: Er diente dem alltäglichen Tragen und zugleich der politischen Aussage. Als Accessoire verband er sich mit dem Bild der arbeitenden Frau Mexikos. Frida Kahlo trug ihn als Bestandteil ihrer Herkunft und auch,

7 Vgl. Rosenzweig, Denise/Rosenzweig, Magdalena: Schätze einer Kleiderkammer. In: Phillips, Olmedo Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 13 – 15.

8 Vgl. Conde, Teresa del: Frida Kahlo: Eine außergewöhnliche Erscheinung. In: Phillips Olmedo, Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 27 – 49. S. 30.

9 Tehuana ist eine Bezeichnung für die Frauen des indigenen Zapoteken-Volkes im südlichen Mexiko. Die matriarchalisch geprägte Kultur ist gekennzeichnet von farbenfroher Kleidung.

10 Vgl. Turok, Marta: Fridas Gaderobe: Ethnische Trachten und Ethno-Mix. In: Phillips, Olmedo Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 51 – 173. S. 57 f.

11 Vgl. Capella, Massimilano: Faszination Frida Kahlo - Leben, Leidenschaft und Stil einer Modeikone. Hamburg 2022. S. 44.

12 Vgl. Rosenzweig, Denise/Rosenzweig, Magdalena: Schätze einer Kleiderkammer. A. a. O. S. 14.

um ihre Zugehörigkeit zur mexikanischen Gesellschaft der einfachen Menschen sichtbar zu machen.¹³

Die Auswahl dieser Kleidungsstücke war ebenso funktional wie symbolisch. Die weiten Röcke und Oberteile verbargen Narben, orthopädische Korsetts und nach der Amputation ihres rechten Beins die Prothese. In Frida Kahlos Kleiderschrank fanden sich auf die körperliche Gebrechlichkeit angepasste Kleidungsstücke mit seitlichen Öffnungen, elastischen Einsätzen und überlappenden Stoffbahnen, die es ihr ermöglichten, trotz Bewegungseinschränkungen ihren Stil beizubehalten.¹⁴ Die Kleidung wurde so zu einem Schutz, aber auch zu einem Ausdrucksmittel körperlicher wie sozialer Selbstbehauptung.

Kahlo kombinierte die indigen geprägten Gewänder mit Schmuckstücken, Haarornamenten und Parfum. Besonders auffällig war ihre Vorliebe für präkolumbianische Schmuckformen, etwa Ohrringe in Form von Händen (die Picasso ihr schenkte) oder Halbmondanhänger aus Onyx und Jade.¹⁵ Auf Fotografien von Nickolas Muray und Imogen Cunningham ist die Künstlerin oft mit solchen Schmuckstücken abgebildet, darunter die bekannte grüne Edelsteinkette mit Sonnensymbol. Auf einem ihrer Gemälde zeigt sie sich mit einem Dornenhalsband, das ihre Haltung zur Schmerzhaftigkeit des Lebens zugleich als künstlerisches Motiv verarbeitet.¹⁶

Frida Kahlos Umgang mit Kleidung war nicht Ausdruck einer modischen Zugehörigkeit im westlichen Sinne. Vielmehr verstand sie Mode als Teil ihrer kulturellen Identität und persönlichen Inszenierung. Ihre bewusste Ablehnung europäischer Haute Couture brachte sie 1950 in einem Brief zum Ausdruck, in dem sie betonte, sie trage als Tehuana „nicht einmal Unterwäsche oder Strümpfe“. ¹⁷ Dennoch verfügte sie über einige ausgewählte Stücke französischer Mode, die sie mit Bedacht in besonderen Situationen trug, etwa bei gesellschaftlichen Anlässen im Ausland. Ihre Alltagskleidung hingegen blieb konsequent regional und handwerklich geprägt.

Die Öffnung ihres Kleiderschranks erlaubte erstmals einen systematischen Einblick in die Vielfalt und Kohärenz ihres textilen Ausdrucks. Neben festlicher Kleidung befanden sich darin auch einfache Blusen, Nachthemden, Röcke mit Spuren von Farbe und Tragefalten sowie orthopädische Hilfsmittel. Jeder dieser Gegenstände ist durch seine Erhaltung ein Teil ihres biografischen Gedächtnisses und damit ihres künstlerischen Selbstverständnisses. Die Restauratorinnen Denise und Magdalena Rosenzweig berichten davon, dass viele der Kleidungsstücke mit Gemälden, Fotografien und Briefen eindeutig in Verbindung gebracht werden konnten.¹⁸

Die beständige Wiederkehr bestimmter Farben, Muster und Materialien in ihrer Kleidung spiegelt sich ebenfalls in Kahlos Malerei. In ihren Tagebuchaufzeichnungen ordnet

13 Vgl. Turok, Marta: Frida Gaderobe. A. a. O. S. 57.

14 Vgl. Rosenzweig, Denise/Rosenzweig, Magdalena: Schätze einer Kleiderkammer. A. a. O. S. 13.

15 Vgl. Capella, Massimilano: Faszination Frida Kahlo. A. a. O. S. 60.

16 Vgl. ebd. S. 56.

17 Vgl. Conde, Teresa del: Frida Kahlo. S. 45.

18 Vgl. Rosenzweig, Denise/Rosenzweig, Magdalena: Schätze einer Kleiderkammer. A. a. O. S. 14.

sie Farben emotionale, kulturelle und spirituelle Bedeutungen zu. Grün steht für Licht, Magenta für das alte Mexiko, Gelb für Wahnsinn und Kobaltblau für Liebe.¹⁹ Diese Farbcodierungen finden sich sowohl auf der Leinwand als auch in ihrem Kleiderschrank wieder.

Frida Kahlos Kleidung war daher weder beiläufig noch dekorativ. Sie war Ergebnis eines tiefen Verständnisses für Textilkultur, Symbolik und Selbstinszenierung. In der bewussten Wahl indigener Kleidung verband sie die eigene Biografie mit einer politisch-kulturellen Haltung. Ihr Stil wurde zu einem Archiv gelebter Identität. Die Garderobe, die sie sorgfältig zusammenstellte, bleibt nicht nur als museales Objekt von Bedeutung, sondern als Beleg einer künstlerischen Praxis, in der Kleidung, Körper und Bild ein zusammenhängendes Ausdruckssystem bilden. Die Modetheoretikerin Charlie Collins bezeichnet Frida Kahlo deshalb zu Recht als „unsterbliche Influencerin“, deren Wirkung bis heute anhält.²⁰ Die nachhaltigen Spuren ihrer Kleidung lassen sich bis heute in der internationalen Modewelt ablesen, wie im Folgenden anhand ausgewählter Beispiele nachvollziehbar wird.

Im Jahr 1937 erschien Frida Kahlo in der amerikanischen Ausgabe der Vogue, fotografiert von Toni Frissell für eine Serie über die Frauen Mexikos. Auf der Aufnahme ist sie vor einer Agave zu sehen, gekleidet in einer Rüschenbluse im Stil der Jahrhundertwende. Ihr Rebozo ist über ihren Kopf gespannt, die Haltung selbstbewusst, der Ausdruck ruhig. Die Veröffentlichung dieser Fotografie trug entscheidend zur Etablierung ihrer Erscheinung in der

19 Vgl. Collins, Charlie: Frida. Eine Stilikone – Der unvergleichliche Stil von Frida Kahlo. München 2023. S. 100 f.
20 Vgl. ebd. S. 133.



Neuinterpretation im Frida Kahlo Seminar, Luzia Meyer Rohen. Foto: Lesley-Ann Baldwin.

globalen Modewahrnehmung bei.²¹ Bereits ein Jahr später griff die Vogue erneut auf Frida Kahlo zurück, diesmal als Gegenstand eines Artikels, der ihre Malerei mit Begriffen wie „Fruchtbarkeit“ und „Blut“ beschrieb und ihr Bild parallel zu dem ihres Mannes Diego Rivera positionierte.²² Die frühe mediale Präsenz Frida Kahlos verweist auf die enge Verknüpfung von künstlerischer Produktion, visueller Selbstpräsentation und kultureller Verortung.

Elsa Schiaparelli entwarf 1939 in Paris ein Kleid zu Kahlos Ehren und nannte es La Robe de Madame Rivera. Die schwarze Kreation mit floraler Stickerei war stilistisch an Kahlos Tehuana-Gewänder angelehnt und stellte einen der ersten Versuche dar, ihre Kleidung als modisches Narrativ in die europäische Haute Couture zu überführen.²³

Jean Paul Gaultier widmete ihr seine Frühjahrskollektion 1998, in der Korsetts, folkloristische Schmuckformen und florale Haargestaltung miteinander kombiniert wurden.²⁴ Christian Lacroix zeigte im selben Jahr Models mit Monobraue und kunstvollen Hochsteckfrisuren.²⁵ Gaultiers Herbstkollektion 2005 bezog sich explizit auf Gemälde Frida Kahlos, etwa auf das Selbstbildnis mit Zopf von 1941. Die stilistischen Zitate reichten von rot-schwarzen Stoffen über mehrsträngige Goldketten bis hin zu symbolisch aufgeladenen Frisuren.²⁶ Lacroix ließ 2002 eine als Tehuana gekleidete Braut über den Laufsteg schreiten. Das Modell war inspiriert von Kahlos "Selbstbildnis im traditionellen Kleid" von 1943.²⁷

Alexander McQueen ließ sich von Kahlos Verbindung aus Schmerz und Schöpfungskraft inspirieren. Die Kollektion unter der Leitung von Sarah Burton im Frühjahr 2011 zeigte Kleidungsstücke mit floralen Applikationen, knochenartigen Spitzenmustern und Korsetts mit starker narrativer Bildkraft. Die Frühjahrskollektion 2014 beinhaltete ein korsagenartiges Kleid, das formal wie farblich stark an das bemalte Korsett in Kahlos Gemälde "Die gebrochene Säule" von 1944 erinnert.²⁸ Auch das Designerduo Dolce & Gabbana berief sich mehrfach auf Kahlo. Die Alta Moda-Show von 2018, präsentiert im Museo Soumaya in Mexiko-Stadt, war als Hommage an Mexikos kulturelles Erbe und Kahlos visuelle Sprache gestaltet. Blumenkränze, Schmuck und folkloristische Details erinnerten an ihr bekanntes Erscheinungsbild und zeigten, wie religiöse Motive mit Mode kombiniert werden können.²⁹

Frida Kahlo als kulturelles Phänomen

Die Popularität Frida Kahlos beschränkt sich längst nicht mehr auf den musealen Raum und die Modewelt. Ihr Bild begegnet uns in Alltagskontexten, etwa auf Tassen, Notizbüchern, T-Shirts und Dekorationsobjekten, die im Einzelhandel massenhaft verfügbar sind. Die Times sprach in diesem Zusammenhang von einer regelrechten "Fridamania", die auf ein globales kulturelles Phänomen verweist. Dieses Frida-Fieber lässt sich vor allem auf zwei zentrale

Entwicklungen zurückführen. Zum einen wurde Kahlo posthum zur internationalen Ikone erhoben, insbesondere seit der Retrospektive in der Londoner Whitechapel Gallery im Jahr 1982. Diese Ausstellung markierte einen Wendepunkt in der internationalen Wahrnehmung ihrer Werke. Seit den 1990er Jahren wurde sie zunehmend als Symbol feministischer Selbstermächtigung, queerer Identität und kultureller Selbstbestimmung rezipiert. Ihre charakteristischen visuellen Merkmale wie die Monobraue, die indigene Kleidung und die Selbstporträts mit stark autobiografischem Gehalt entwickelten sich zu universellen Zeichen eines widerständigen künstlerischen Selbst.³⁰

Zum anderen trug die Kommerzialisierung ihres Namens und Bildnisses erheblich zur weiten Verbreitung ihres visuellen Erbes bei. Im Jahr 2004 wurde die "Frida Kahlo Corporation" (FKC) gegründet, die seither als Rechteinhalterin für die markenrechtliche Nutzung von Kahlos Namen und Porträt fungiert. Die FKC hält dabei die Mehrheit von 51 Prozent der Markenrechte, während die Familie der Künstlerin die übrigen Anteile besitzt. Die daraus resultierenden Lizenzierungen führten unter anderem zu Kooperationen mit global agierenden Unternehmen wie der Ultra-Fast-Fashion-Marke "Shein". Diese Zusammenarbeit wurde kontrovers diskutiert, da sie im Widerspruch zu Kahlos politischer Haltung steht. Kritiker:innen verweisen auf die fragwürdigen Produktionsbedingungen und umweltschädlichen Praktiken des Unternehmens, die schwer mit den antikapitalistischen und sozialen Überzeugungen der Künstlerin in Einklang zu bringen sind. Die Spannungen zwischen kultureller Erinnerung, ökonomischer Verwertung und politischer Haltung machen Frida Kahlo somit zu einer Projektionsfläche widerstreitender Interessen.³¹

Seminarprojekt

Vor dem Hintergrund dieser Spannungsfelder zwischen kultureller Relevanz, medialer Repräsentation und kommerzieller Verwertung setzte sich das universitäre Seminarprojekt Fridas Kleider mit Frida Kahlo als historischer

30 Vgl. The Times: Fridamania! Why Frida Kahlo's Face Is Inescapable. The Times vom 17.03.2024. <https://www.thetimes.com/culture/books/article/frida-kahlo-fridamania-dead-famous-bbc-radio-4-bdc9jlrth>, London. [Abgerufen 30.05.2025].

31 Vgl. Lane, Ciar: Frida Kahlo x SHEIN: An Ideological Paradox. Empoword Journalism vom 14.11.2022. <https://www.empowordjournalism.com/all-articles/opinion/frida-kahlo-x-shein-an-ideological-paradox/>. [Abgerufen 30.05.2025].



Ausstellung in der Galerie St!chpunkt. Foto: Lucia Schwalenberg.

Persönlichkeit, künstlerischer Akteurin und stilprägender Ikone auseinander. Besonderes Augenmerk galt der Rolle ihrer Kleidung als Ausdrucksmittel individueller, politischer und kultureller Positionierung.

Das Seminarprojekt zu Fridas Kleiderschrank erstreckte sich über zwei Semester im Modul "Forschen und Präsentieren in wissenschaftlichen Kontexten" innerhalb der universitären Lehramtsausbildung im Fachgebiet Textiles Gestalten. Das Ziel des Moduls besteht darin, wissenschaftliche, gestalterische und soziale Kompetenzen in einem praxisorientierten Kontext miteinander zu verbinden. Die Auseinandersetzung mit der Künstlerin Frida Kahlo diente als inhaltlicher und methodischer Rahmen.

In der ersten Komponente des Moduls, die im Sommersemester 2024 unter der Leitung von Lesley-Ann Baldwin stattfand, stand die vertiefte Beschäftigung mit dem Leben und Werk Frida Kahlos im Mittelpunkt. Ausgehend von kunsthistorischen, kulturwissenschaftlichen und methodischen Zugängen analysierten die Studierenden zentrale Themen in Kahlos Biografie und künstlerischem Schaffen. Besondere Aufmerksamkeit galt der Frage, wie sich persönliche, politische und körperliche Erfahrung in ihrem visuellen Ausdruck und insbesondere in ihrer Kleidung manifestieren.

Ein wesentliches Element des Seminars war die Arbeit mit didaktischen Bildbetrachtungsmethoden, die den Studierenden halfen, Kahlos Werke systematisch zu erschließen. Ergänzend wurden verschiedene Ausstellungskonzepte sowie theoretische Modelle zu Mode, Inszenierung und Identitätskonstruktion diskutiert. In einer gestalterischen Portraitaufgabe setzten sich die Teilnehmenden mit der ästhetischen Eigenlogik von Frida Kahlos Bildsprache auseinander. Anhand von Beschreibungen stellten sie Selbstportraits nach, die zentrale Elemente von Kahlos Stil aufgriffen, darunter die Tehuana-Tracht, florale Kopfbedeckungen, auffällige Accessoires, Make-up sowie die ikonische Monobraue.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Analyse von Modeentwürfen internationaler Designer:innen, die sich in unterschiedlichen Kontexten auf Frida Kahlo als Inspirationsquelle beziehen. Die Studierenden entwickelten auf dieser Grundlage zwei Moodboards: eines für eine hypothetische Frida-Kahlo-Kollektion, ein weiteres als konzeptuelle Grundlage für das eigene Ausstellungsstück, das in der zweiten Komponente des Moduls realisiert werden sollte.

Begleitend zum Seminar gestalteten die Studierenden ein persönliches Scrapbook, in dem zentrale Inhalte dokumentiert und durch weiterführende Recherchen, Reflexionen und visuelle Materialien ergänzt wurden. Dieses individuelle Arbeitsbuch diente zugleich als Lerntagebuch und als Instrument zur eigenständigen Vertiefung der thematischen Schwerpunkte des Seminars.

In der zweiten Komponente, geleitet von Christine Löbbers im Wintersemester 2024/25, wurden die zuvor erarbeiteten theoretischen und gestalterischen Grundlagen in ein praxisbezogenes Ausstellungsprojekt überführt. Unter dem Titel "Fridas Kleiderschrank: Eine Reise durch Farben, Muster und Symbolik" entwarfen die Studierenden eigene textile Exponate, die sich mit Kahlos Stil, ihrer

Biografie und ihren künstlerischen Strategien auseinandersetzen. Zentrale Aufgabe war es, ein Kleidungsstück oder Accessoire zu gestalten, das sowohl die ästhetischen und kulturellen Referenzen Frida Kahlos aufgreift als auch persönliche Vorlieben und kreative Visionen der Studierenden widerspiegelt.

Im Rahmen eines gemeinsamen Besuchs in dem Stoffgeschäft "Eva Green" in Osnabrück und durch angeleitete Ideensammlungen konkretisierten sich erste Entwürfe. Die Umsetzung erfolgte unter Einsatz unterschiedlicher textiler Techniken wie Stickerei, Applikation, Färbung und Stoffmanipulation. Die fertigen Arbeiten wurden in einer eigens konzipierten Ausstellung unter dem Titel "Die Kunst, sich selbst zu tragen: Fridas Kleiderschrank" in der Schaufenstergalerie St!chpunkt des Textilen Gestaltens öffentlich präsentiert und im Rahmen einer Vernissage im Januar 2025 feierlich eröffnet. Der Ausstellung ging ein kuratorischer Prozess voraus, in dem die Studierenden gestalterische Entscheidungen trafen und den Aufbau, die narrative Struktur sowie die räumliche Inszenierung des Gesamtprojekts verantworteten.

Das Ausstellungskonzept rekonstruierte Kahlos persönliches Schlafzimmer als intimen Ort biografischer und künstlerischer Auseinandersetzung. Ein zentrales Element bildete das Bett, das in Anlehnung an das Original aus der "Casa Azul" unter Mitwirkung von Jürgen Menkhaus von der Universitätstischlerei eigens angefertigt wurde. Ergänzt wurde die Installation durch Repliken charakteristischer Kleidungsstücke, handgearbeiteten Blumenkränzen, reich verzierten Korsetts, farbigen Röcken und symbolträchtigen Accessoires. Fotoporträts aus der gestalterischen Seminaraufgabe wurden gerahmt und als Wandschmuck arrangiert. Ein Rollstuhl am Arbeitstisch



Fachbereich 1: Kultur- und Sozialwissenschaften
Fachgebiet: Textiles Gestalten



Die Kunst, sich selbst zu tragen:
Fridas Kleiderschrank

VERNISSAGE

8. Januar 2025 16 Uhr

Galerie St!chpunkt
Seminarstr. 33-34
Osnabrück

Studierende: Jamie Bock, Marie Buchholz, Susanna Hartmanns, Jule Heggemann, Annabelle Keuter, Ida Linnekämper, Luisa Mark, Lina Mattern, Luzia Meyer-Rohen, Julie Niehaus, Kübra Özdemir, Marlene Prieshoff, Rena Schäfer, Betül Tanis, Julia Thiessen, Theresa Veerkamp

Tischlerarbeiten: Jürgen Menkhaus
Technischer Support: Markus Tiesmeyer

Kontakt & weitere Informationen:
Lesley Ann Baldwin: lesley.ann.baldwin@uni-osnabrueck.de
Christine Löbbers: christine.loebbers@uni-osnabrueck.de

Einladungsflyer zur Ausstellung. Foto: Luzia Meyer Rohen, Marlene Prieshoff, Luisa Mark, Julia Thiessen.

21 Vgl. ebd. S. 136
22 Vgl. ebd. S. 137.
23 Vgl. ebd. S. 139.
24 Vgl. ebd. S. 140 f.
25 Vgl. ebd. S. 157.
26 Vgl. ebd. S. 141.
27 Vgl. ebd. S. 157.
28 Vgl. ebd. S. 145.
29 Vgl. ebd. S. 147.

verwies auf Kahlos chronische Schmerzen und körperlichen Einschränkungen. Die konzeptionelle Gestaltung orientierte sich sowohl an der musealen Präsentation im Frida Kahlo Museum in Coyoacán als auch an der Publikation "Fridas Kleider", die der Garderobe der Künstlerin eine eigenständige erzählerische und kuratorische Funktion zuschreibt.

Über die Galeriepräsentation hinaus ergab sich durch eine Zusammenarbeit mit externen kulturellen Akteur:innen die Gelegenheit, ausgewählte Seminarinhalte in einen erweiterten öffentlichen Kontext zu überführen. Konkret entstand der Kontakt im Rahmen des von "Triosarte" konzipierten Portraitkonzerts "Frida, Fridissima: Auf den Spuren von Frida Kahlo", das im März 2025 im Osnabrücker Ledenhof stattfand. Das musikalisch-literarische Programm verband Werke von Brahms, mexikanische Volkslieder sowie Lesungen aus Kahlos Briefen und Tagebuch zu einer vielschichtigen Hommage an die Künstlerin. Im Zuge dieser Kooperation gestalteten die Seminarteilnehmenden eine begleitende Präsentation im Konzertsaal. Textile Objekte, fotografische Arbeiten, Scrapbooks sowie exemplarische Exponate aus dem Seminar wurden als visuelle Ergänzung zum Konzert gezeigt und ermöglichten dem Publikum einen zusätzlichen Zugang zur Persönlichkeit und Ästhetik Frida Kahlos. Die Verbindung aus Musik, Text und Gestaltung eröffnete neue Perspektiven auf die intermediale Rezeption ihres Lebens und Wirkens. Das Projekt Fridas Kleiderschrank zeigt exemplarisch, wie sich kunst- und kulturhistorische Fragestellungen mit textilgestalterischer Praxis und textilpädagogischer Forschung produktiv verbinden. Die Auseinandersetzung mit Frida Kahlo als künstlerischer, politischer und stilbildender Persönlichkeit ermöglichte den Studierenden Einblicke in deren biografisches und gestalterisches Wirken. Gleichzeitig eröffnete das Projekt einen Raum, in dem eigene kreative Perspektiven entwickelt und reflektiert werden konnten. In der Verbindung von wissenschaftlicher Recherche, gestalterischer Praxis und öffentlicher Präsentation entstand ein Lernprozess, der ästhetische Bildung, kultu-

relle Analyse und kreative Ausdrucksformen zusammenführte. Die Ergebnisse verdeutlichen das Potenzial textiler Gestaltung als Medium des Denkens und Forschens in der universitären Lehrer:innenbildung des Textilen Gestaltens, insbesondere dann, wenn sie sich auf eine so komplexe historische Figur wie Frida Kahlo bezieht.

Literatur und Quellen

Capella, Massimiliano: Faszination Frida Kahlo - Leben, Leidenschaft und Stil einer Modeikone. Hamburg 2022.

Collins, Charlie: Frida. Eine Stilikone – Der unvergleichliche Stil von Frida Kahlo. München 2023.

Conde, Teresa del: Frida Kahlo: Eine außergewöhnliche Erscheinung. In: Phillips Olmedo, Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 27 – 49.

Kettenmann, Andrea: Frida Kahlo 1907–1954. Köln 1999.

Lane, Ciar: Frida Kahlo x SHEIN: An Ideological Paradox. Empoword Journalism vom 14.11.2022. <https://www.empowordjournalism.com/all-articles/opinion/frida-kahlo-x-shein-an-ideological-paradox/>. [Abgerufen 30.05.2025].

Phillips, Olmedo Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021.

Rosenzweig, Denise/Rosenzweig, Magdalena: Schätze einer Kleiderkammer. In: Phillips, Olmedo Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 13 – 15.

The Times: Fridamania! Why Frida Kahlo's Face Is Inescapable. The Times vom 17.03.2024. <https://www.thetimes.com/culture/books/article/frida-kahlo-fridamania-dead-famous-bbc-radio-4-bdc9jlrth>, London. [Abgerufen 30.05.2025].

Turok, Marta: Fridas Gaderobe: Ethnische Trachten und Ethno-Mix. In: Phillips, Olmedo Carlos et al.: Fridas Kleider. München 2021. S. 51 – 173.



Studierende und Lehrende des Seminars mit den Helfern Jürgen Menkhaus und Markus Tiesmeyer. Foto: Lucia Schwalenberg.





Der vestimentäre Code der Jogginghose -

geliebt, verpönt und allgegenwärtig

Einführung

Leonie Harb, Janne Laukait, Anneke Schwertmann,
Emma Steenken, Reiner Wolf

*"Wer eine Jogginghose trägt,
hat die Kontrolle über sein Leben verloren."
Karl Lagerfeld'*

Wahrscheinlich hat der Modeschöpfer diesen Satz so gar nicht gesagt.² Dieses angebliche Zitat konnte sich medial vermutlich deshalb verbreiten, weil es das gängige Image der Jogginghose auf den Punkt bringt: die Jogginghose als Uniform derjenigen, die nur widerwillig aus dem Bett kommen und wenig Mühe in angemessene Kleidung investieren.

Dieses Bild der Jogginghose und ihrer Träger:innen hinterfragten Studierende des Textilen Gestaltens in einem zweisemestrigen Seminar unter der Leitung von Reiner Wolf.³ Dabei zeigte sich, dass die Jogginghose in den vergangenen Jahrzehnten eine bemerkenswerte Entwicklung erfahren hat. Immer mehr Menschen tragen sie nicht nur zu Hause oder beim Sport, sondern in der Öffentlichkeit, etwa beim Einkaufen oder am Arbeitsplatz. Für viele ist sie zum festen Teil der Garderobe geworden. Das durch das vorgebliche Lagerfeld-Zitat vermittelte Bild zeigt das Extrem eines Spektrums an Konnotationen, die der Jogginghose anhaften. Am anderen Pol findet sich das Bild eines sportlichen, leistungsstarken Menschen. Hier steht das zeitsparende Be- und Entkleiden für Effizienz.

Die Bedeutungen, mit denen sich dieses Textil aufladen lässt, macht die Jogginghose zu einem Medium der Selbstdarstellung - und zu einem spannenden Objekt für ein Seminar zu vestimentären Codes.⁴ Die Studierenden untersuchten die Botschaften, die beim Tragen

von Jogginghosen gewollt oder ungewollt ausgesendet werden. Als Konsument:innen sind wir Teil des textilen Kommunikationssystems. Die Abwandlung einer Aussage Paul Watzlawicks könnte lauten: Wir können nicht *nicht* mit unserer Kleidung kommunizieren.⁵ Selbst der Versuch, Botschaften durch Kleidung zu vermeiden, kommuniziert genau das: die Weigerung, etwas auszudrücken - was sich vielfältig interpretieren ließe (beispielsweise: „Es ist mir egal, was andere von mir denken.“ Oder „Mich nervt diese Selbstdarstellung durch Mode.“).

Auf einer Skala zwischen natürlichen Zeichen und auf Übereinkunft gründenden Zeichensystemen befindet sich der vestimentäre Code in der Mitte.⁶ Natürliche Zeichen (wie eine Glatze als Ausdruck zunehmenden Alters) vermitteln beinahe zwangsläufig eine bestimmte Botschaft, während arbiträre Zeichensysteme (wie unsere Sprache) durch Konsens festgelegt wurden, d. h. genauso gut dieses wie jenes bezeichnen könnten. Vestimentäre Codes sind eher schillernde Informationslieferanten: Wenn wir zum Beispiel einen Schal tragen, kann die Beziehung zwischen Bezeichnenden und Bezeichneten durchaus natürlicher Art sein, z. B. darauf verweisen, dass mir kalt ist oder ich mich erkältet habe. Welche Farbe der Schal hat oder ob er selbstgestrickt wurde, sendet hingegen Botschaften aus, die weit weniger eindeutig zu fassen sind. Die Farbe kann z. B. auf politische Präferenzen hindeuten oder auf die Begeisterung für einen Fußballverein. Dass der Schal selbst gestrickt wurde, kann als Individualität interpretiert werden oder als Konsumverweigerung.

Was die Entschlüsselung vestimentärer Codes erschwert - und spannend macht - ist, dass die vermittelten Botschaften mehrdeutig sind.⁷ Damit bin ich als Sender:in für die von der/m Empfänger:in zu decodierenden Botschaften nur bedingt verantwortlich (habe ich diese

1 Süddeutsche Zeitung: Lagerfeld und der Jogginghosenspruch: Zeit für Spurensuche. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/mode-lagerfeld-und-der-jogginghosenspruch-zeit-fuer-spurensuche-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220308-99-429680>. [Abgerufen 06.12.2024].

2 Vgl. ebd.

3 Seminar Der vestimentäre Code der Jogginghose, Sommersemester 2024 und Wintersemester 2024/25, Textiles Gestalten/Universität Osnabrück.

4 Der Begriff "vestimentärer Code" wurde von dem Semiologen Roland Barthes geprägt. Vgl. Barthes, Roland: Die Sprache der Mode. 10. Auflage. Frankfurt a. M. 2017. S. 67 ff. [1. Auflage Frankfurt a. M. 1985].

5 Watzlawick, Paul/Beavin, Janet/Jackson, Don: Man kann nicht *nicht* kommunizieren. Menschliche Kommunikation. Stuttgart/Wien 1969. S. 53.

6 Vgl. Wildgen, Wolfgang: Visuelle Semiotik. Bielefeld 2013. S. 186 ff.

7 Zu Strategien einer „Zeichenguerilla“ vgl. Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla. In: ders.: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen (8. Aufl.). München 2007. S. 146–156. [1. Ausgabe München 1985]; Völlinger, Andreas: Im Zeichen des Marktes. Culture Jamming, Kommunikationsguerilla und subversiver Protest gegen die Logo-Welt der Konsumgesellschaft. Marburg 2010.

Hose bewusst gewählt, um etwas Bestimmtes auszudrücken oder lag sie nur oben auf meiner Wäscheablage?). Der Interpretationsrahmen muss vom Interpretierenden mitgeliefert werden. Dieser Umstand erfordert es, beim Entschlüsseln eines Kleidungs-codes den Kontext seiner Verwendung zu berücksichtigen: Wer trägt das Kleidungsstück wann und wo und in Kombination womit. Es macht einen Unterschied, ob ein übergewichtiger, 50-jähriger Mann eine Jogginghose mit ausgetretenen Sandalen und verwaschenem T-Shirt in einer Bahnhofsgaststätte trägt, oder eine 16-jährige, durchtrainierte Teenagerin solche Hosen auf einem Sportplatz. Ein Übersetzungsbuch für eine textile Zeichensprache würde scheitern, da sich die Bedeutungszuschreibungen wandeln. Was heute Coolness ausstrahlt, kann morgen altbacken oder seltsam wirken.

Dennoch haben sich die Seminarteilnehmer:innen die Aufgabe gestellt, einen Statusbericht zur Jogginghose zu erarbeiten. Es galt auszuloten, welche Bedeutungsmöglichkeiten die vormalige Sporthose derzeit bereithält und was in der Zukunft zu erwarten ist. Bei den Recherchen stellten die Studierenden fest, dass die Literatur zur Jogginghose überschaubar ist. Die Seminargruppe entschloss sich zu einer Online-Erhebung zu Wahrnehmungen und Einstellungen zur Jogginghose. Muriel Florack, Emma Gebauer und Marisa Rösener ermittelten so Hinweise, wer wann und warum Jogginghose trägt und welche Rolle Faktoren wie Bildung und Alter spielen.

Als Arbeitsgrundlage entwickelte das Seminar eine Definition der Jogginghose. Die Vielfalt führte dazu, statt eines Merkmal-Katalogs einen Idealtyp zu konstruieren, an der sich Jogginghosen messen ließen. Die ideale



Jogginghosen im Schlussverkauf. Foto: Seminargruppe.

Jogginghose entspricht der Urform der „sweatpants“: eine hellgraue, locker geschnittene Jerseyhose, mit eingelassenen Seitentaschen und einem elastischen Bundabschluss an Rumpf und Beinen.⁸ Abweichungen von diesem Ideal fallen unterschiedlich schwer ins Gewicht: Eine andere Farbe als Grau ist leichter zu akzeptieren als aufgesetzte Seitentaschen, die Verwendung eines anderen Stoffes wiegt weniger schwer als ein enganliegender Schnitt wie bei Leggings. Nur der dehnbare Taillenbund scheint ein unverhandelbares Merkmal zu sein.⁹

Geschichtlich wurden die ersten Jogginghosen in den 1920er Jahren als bequemes Textil mit Bewegungsfreiheit für den Sport entwickelt.¹⁰ Um den Schweiß zu absorbieren, waren sie aus Baumwolle. Im englischen Sprachraum heißen sie deshalb „sweatpants“. Dank eines Fitness-Booms in den USA stieg die Beliebtheit in den 1970er Jahren. In dieser Zeit entstand der Trend, Jogginghosen außerhalb von Sportanlagen zu tragen. In den 1980er Jahren etablierte sich die Jogginghose als Streetwear-Kleidung. Sportartikel-Hersteller produzierten Jogginghosen, die im Fitnessstudio ebenso gut funktionierten wie auf der Straße. Inspiriert durch die Hip-Hop- und Skater-Szene setzte sich in den 1990er Jahren der Einzug der Jogginghose in der Freizeit fort.

Wie sehr sich der „Athleisure“-Trend¹¹ durch Sportkleidung als Alltagsoutfit durchsetzte, zeigte der spätere grüne Außenminister Joschka Fischer. 1985 trug er zu seiner Vereidigung zum hessischen Umweltminister zur Jeans weiße Turnschuhe von Nike – damals ein Skandal. Während Sneaker und Jeans inzwischen salonfähig sind, blieb diese Anerkennung der Jogginghose verwehrt. In Turnschuhen zu heiraten ist denkbar – eine Hochzeit in Jogginghose wäre aufgrund des widersprüchlichen Images unangemessen.

Dabei durchlief die Jogginghose wie andere Sportkleidung – z. B. Hoodies, Leggings oder Sneaker – unterschiedliche Entwicklungsstufen. Dazu gehört die Etablierung als Modestatement. Haute Couture und Prêt-à-porter nutzen sie als provokativen Hingucker.¹² Karl Lagerfeld brachte eine Luxusvariante auf den Markt. Die Jogginghose wurde im höheren Preissegment mit Designer-Stücken kombiniert. Als Kontrast diente das „Looser-Image“. Daran änderte

8 Vgl. Mauch, Daniela: Zur Ausdifferenzierung der Sportmode. Eine systemtheoretische Untersuchung. Hohengehren 2005. S. 78.

9 Das sah auch Karl Lagerfeld so. In einer Fernsehshow antwortete er auf die Frage, ob er Joggingkleidung trage: „Nein. Weil man das nicht kontrollieren kann. (...) Nichts ist gefährlicher als Sachen aus Stretch, Gummiband und all so'n Quatsch. Soll man nie anziehen. Denn enge Kleidung ist besser wie 'ne Waage (...). Die beste Disziplin ist: enge Kleidung, denn ein Hosenband [sic], das kann nicht lügen.“ Zitiert nach: Süddeutsche Zeitung: Lagerfeld und der Jogginghosenspruch: A. a. O.

10 Vgl. VanHooker, Brian: The Cultural History of Sweatpants. <https://melmagazine.com/en-us/story/the-cultural-history-of-sweatpants>. [Abgerufen 19.02.2025].

11 Vgl. Oxford University Press: Athleisure. <https://doi.org/10.1093/oed/5115869653>. [Abgerufen 06.01.2025].

12 Südwestdeutscher Rundfunk: Vom Schlapperlook zum It-Piece: Die Jogginghose erreicht den Laufsteg. <https://www.swr.de/swrkultur/lebenund-gesellschaft/vom-schlapperlook-zum-fashion-it-piece-die-jogginghose-erreicht-den-laufsteg-100.html>. [Abgerufen 28.02.2025].



Idealtypische Jogginghosen. Grafik: Seminargruppe.

auch die Beliebtheit der Jogginghose in der Corona-Pandemie nichts. Bei Videokonferenzen im Homeoffice oder im Homeschooling blieb die bequeme „Schlabberhose“ unter dem Schreibtisch unsichtbar.

Die Unbestimmtheit der Codierung reizt zu herausfordernden Botschaften. Mit negativ konnotierten Kleidungsstücken können Statements gesetzt werden. Die Debatte um die Jogginghose erinnert an die Kontroversen zur Jeans. Wie die Jogginghose wurde die Jeans aus ihrer ursprünglichen Verwendung – in diesem Fall als Arbeitskleidung – in einen neuen Zusammenhang als Freizeitmode überführt. Seit den 1950er Jahren trugen junge Menschen Jeans als Zeichen der Rebellion gegen die Normen der Erwachsenenwelt. Mia Gudehus, Victoria von Schaewen, Carla Brede und Chiara Lambers zeichnen die Geschichte der Nietenhose nach und beobachten Parallelen und Unterschiede zur Jogginghose. Während die Jeans heute bei vielen Anlässen akzeptiert ist, erfährt die Jogginghose noch immer Ablehnung, besonders in formellen Kontexten, wie teilweise an Schulen. Kritiker:innen verbinden sie mit Nachlässigkeit, während Jugendliche sie häufig als angemessen und bequem einordnen. Einige Schulen reagieren mit Verboten. Sie fürchten, dass durch das Tragen von Jogginghosen Disziplin und Anstand schwinden. Angesichts der Wandelbarkeit vestimentärer Codes muten derartige Verbotsdebatten anachronistisch an.

Mit unserem Kleidungsverhalten manifestieren sich Identitätsmarker wie z. B. Geschlecht, sozialer Status und ethnische Zugehörigkeit. Über den vestimentären Code verhandeln wir über Anerkennung, Zuschreibungen und Gruppenzugehörigkeit. Dass die Jogginghose teilweise eine Unterschichtenzugehörigkeit signalisiert, klang bereits an. In Bezug auf Sex und Gender bietet die Sporthose Möglichkeiten für vestimentäre Zeichenspiele, da sie durch ihre Form das Geschlecht und die Geschlechtsidentität verschleiert. Die Stilkolumnistin Sara Geisler konstatiert treffend: „Der Vorwurf der Faulheit, der in der Jogginghosenkritik

steckt, ist unisex.“¹³ Carolin Gemar, Maja Kreimer und Julia Papenbrock hinterfragen in ihrem Beitrag, inwiefern die Jogginghose als Zeichen für die Auflösung oder für die Verstärkung von Geschlechterstereotypen gedeutet werden kann. Mode spiegelt gesellschaftliche Normen und prägt, wie Geschlecht und Identität wahrgenommen werden. Als Frauen beispielsweise begannen, Jeanshosen zu tragen, machten sie aus der ursprünglich am männlichen Körper orientierten Arbeitshose ein Uni-Sex-Kleidungsstück. In der Folge verlangten Angebot und Nachfrage verstärkt nach frauenspezifischen Passformen. Die Aufteilung in Frauen- und Männer-Modelle für Jeans wird heute weitgehend akzeptiert. Dies findet ihren Ausdruck in der Idee der Boyfriend-Jeans. Sie entspricht der ursprünglichen Uni-Sex-Jeans und wird nun – obwohl an Frauen adressiert – durch den Namen eindeutig männlich etikettiert. Die Jogginghose hingegen macht mit ihrem weiten Schnitt eine Ausstellung männlicher bzw. weiblicher Körpereigenschaften nahezu unmöglich. Eine geschlechtsspezifische Ausdifferenzierung ist nicht über eine Veränderung der charakteristischen ausladenden Form zu haben. Die Jogginghose überschreitet die Geschlechtergrenzen. Das zeigt, dass unser Kleidungsverhalten nicht zwangsläufig an binäre Kategorien gebunden ist. Damit entspricht sie dem Trend zu geschlechtsneutraler Mode.¹⁴

Zunehmend wird die Bedeutung der Jogginghose neben der Straße, der Schule oder dem Arbeitsplatz im Internet

13 Geisler, Sara: Mit Jogginghosen in die Schule? ZEITmagazin vom 22. 01.2025. <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2025/04/jogginghosen-schule-arbeit-stil>. [Abgerufen 18.02.2025].

14 Vgl. Freeman, Liam: Gender Neutral Fashion. Braucht die Mode noch Geschlechtergrenzen? In: Vogue Germany vom 06.12.2018. <https://www.vogue.de/mode/artikel/geschlechts-neutrale-mode> [Abgerufen am 20.02.2025]. Eine stichprobenartige Befragung von Verkäufer:innen diverser Osnabrücker Modeläden zeigte, dass in der Praxis weibliche Kundschaft sich auch in den Männerabteilungen nach Oversized-Modellen umschauen – umgekehrt geschieht dies seltener.



Jogginghosen als Freizeitkleidung. Foto: Jogginghosenseminar.

ausgehandelt. Ria Blank, Marie Theres Kirchner und Jana Müller analysieren den Einfluss von Influencer:innen auf den vestimentären Code der Jogginghose. Durch Inszenierungen in sozialen Medien wie Instagram oder TikTok wird die symbolische Aufladung der Sporthose als modisches Statement verstärkt. Influencer:innen agieren als vermeintlich authentische Vermittler:innen zwischen Marken und Konsument:innen - die Marken sind hier als die wichtigsten Trägerinnen von vestimentären Botschaften zu nennen. Die Markenbotschafter:innen verknüpfen die Jogginghose durch emotionale Erzählungen mit Lebensstilen und verleihen ihr einen Hauch von Glamour.

Auch in den Sozialen Medien rücken Nachhaltigkeitsdiskurse in den Fokus. Rita Geringer und Lea-Marie Ritzer bieten einen Einblick in die Textilproduktion auf nationaler und internationaler Ebene. Sie vergleichen die Produktionsbedingungen für Jogginghosen in Deutschland und China. Der Fokus liegt auf den Arbeitsbedingungen, Umweltstandards und gesetzlichen Regelungen. Zudem untersuchen sie nachhaltige Alternativen und die Bedeutung von Umweltlabels wie GOTS (Global Organic Textile Standard). Die beiden Autorinnen resümieren, dass ein Bewusstseinswandel bei den Konsument:innen erforderlich ist, um eine gerechtere und umweltfreundlichere Textilindustrie zu etablieren.

Die Jogginghose polarisiert: Sie wird einerseits geliebt und andererseits abgelehnt. Ihre Allgegenwart macht sie zu einem relevanten Untersuchungsgegenstand. Die Erkenntnisse aus dem Seminar leisten einen Beitrag dazu, den Bedeutungswandel dieses Kleidungsstücks zu verstehen.

Analyse der Umfrage zum Thema Jogginghose

Muriel Florack, Emma Gebauer, Marisa Rösener

Im Rahmen des Seminars führten die Studierenden eine Online-Umfrage durch. Im Vordergrund stand die Frage, welche Rolle Jogginghosen in unterschiedlichen Kontexten spielen und wie sie von verschiedenen Personengruppen wahrgenommen werden. An der 2024 erhobenen Online-Umfrage beteiligten sich 174 Personen. Mit 54,6 Prozent war die Mehrheit der Teilnehmer:innen im Alter zwischen 20 und 25 Jahren. Der Grund für die relativ homogene Zusammensetzung liegt vermutlich in der Akquise über Social-Media-Kanäle.

Die Umfrage zeigt eine überwiegend positive Wahrnehmung der Jogginghose. 81 Prozent der Befragten empfinden sie als sehr gut oder eher gut. Das bedeutet nicht zwangsläufig, dass die Mehrheit das Tragen von Jogginghosen stets für angemessen erachtet. 65 Prozent halten Jogginghosen im schulischen Kontext nicht oder eher nicht für angemessen. Die Tragegewohnheiten wurden durch mehrere Fragen eruiert. 90 Prozent gaben an, Jogginghosen vor allem zu Hause zu tragen. Außer Haus, wie beim Einkaufen oder beim Spazierengehen, werden Jogginghosen mit 65 Prozent ebenfalls häufig verwendet. Lediglich 15 Prozent der Teilnehmer:innen gaben an, Jogginghosen in der Schule oder am Arbeitsplatz zu tragen. Zu den Situationen, in denen Jogginghosen als unpassend empfunden werden, gehören formelle Anlässe wie Vorstellungsgespräche oder offizielle Veranstaltungen. 59,2 Prozent der Befragten gaben an, nie Jogginghosen in der Schule zu tragen. Für diejenigen, die dies taten, war mit 19,5 Prozent Bequemlichkeit der häufigste Grund, gefolgt von der Nutzung im Sportunterricht mit 15,5 Prozent. Weitere Nennungen bezogen sich auf besondere Anlässe wie Klausuren oder Klassenfahrten mit vier Prozent. Nur 1,7 Prozent der Befragten nannten spezifische, individuelle Gründe, wie beispielsweise bewusste Verletzungen

formeller Kleidungs Vorgaben. Die Ergebnisse zeigen, dass Jogginghosen in der Schule vor allem bei Gelegenheiten getragen werden, bei denen Komfort und Funktionalität eine zentrale Rolle spielen. Die Befragung deutet darauf hin, dass Jogginghosen in vielen Schulen toleriert werden, insgesamt jedoch eher als angemessene Kleidung für die Freizeit wahrgenommen werden.

Insgesamt weist die kurze Umfrage darauf hin, dass unabhängig ihrer weiten Verbreitung und trotz steigender Beliebtheit individuelle Bedürfnisse nach Komfort und Funktionalität mit gesellschaftlich verankerten Vorstellungen von Seriosität und Angemessenheit kollidieren. Dieses Spannungsfeld zwischen Bequemlichkeit und sozialen Erwartungen bietet Ansätze für weitere Untersuchungen.

Sind Jogginghosen die neuen Jeans?

Carla Brede, Mia Gudehus, Chiara Lambers, Victoria von Schaewen

2023 schloss eine Schule im nordrheinwestfälischen Wermelskirchen Jugendliche vom Unterricht aus, weil sie Jogginghosen trugen.¹⁵ Immer wieder sorgt Kleidung in Schulen für Diskussionsstoff. In den 1950er Jahren galt die Jeans als Symbol jugendlicher Rebellion. Inspiriert von Filmidolen trugen junge Menschen Jeans als Zeichen der Auflehnung gegen konservative gesellschaftliche Kräfte. Viele Schulen reagierten mit Verboten, weil sie Jeans für unschicklich und respektlos hielten. Doch die Wahrnehmung veränderte sich. Was einst als Provokation galt, wurde zur Norm. Das Tragen von Jeans ist heute allgegenwärtig. Aktuell sorgt die Jogginghose für ähnliche Diskussionen. Einst als reine Sportkleidung entworfen, gehört sie mittlerweile zum Alltag. Während Jugendliche sie als bequem und als Ausdruck lässigen Stils empfinden, verbinden Erwachsene damit oft Nachlässigkeit und mangelnde Disziplin. Die Debatte verdeutlicht, dass Kleidung über ihre praktische Funktion hinaus als Spielfeld für gesellschaftliche Normen und Werte fungiert.

Jogginghosen und Jeans gehören zu den beliebtesten Kleidungsstücken weltweit. Es gibt Parallelen in den Entwicklungen der beiden Kleidungsstücke. Die Hose aus Denim war zunächst als Arbeitsbekleidung konzipiert und entwickelte sich zu einem Modeklassiker über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg. Die Jogginghose war ursprünglich ebenfalls nicht für den Alltagsgebrauch gedacht, sondern für sportliche Aktivitäten. In den vergangenen Jahrzehnten hat sie einen festen Platz in der Alltagswelt und in der Welt der Mode erhalten. Einerseits steht sie als Symbol für Bequemlichkeit und einen entspannten Lebensstil, andererseits für Faulheit und Verwahrlosung. Auf den ersten Blick scheinen die Grenzen zwischen unschicklicher und gesellschaftlich tolerierter Mode durchlässiger zu werden.

¹⁵ Vgl. Die Welt: Jogginghosen-Verbot an Schule in NRW sorgt für Ärger. Ausgabe vom 23.03.2023. <https://www.welt.de/vermischtes/article244442234/NRW-Jogginghosen-Verbot-an-Wermelskirchener-Schule-sorgtfuer-Aerger.html>. [Abgerufen 18.02.2025].

Die Jogginghose in der Schule

Die ehemalige Sporthose beansprucht einen festen Platz in den Kleiderschränken von Schüler:innen. Die Heranwachsenden schätzen den Komfort, die Bewegungsfreiheit und den lässigen Look. Dieser Schulhoftrend sorgt für Diskussionen in Schulen, bei Pädagog:innen, Eltern und Jugendlichen.¹⁶ Die Befürworter:innen eines Jogginghosen-Verbots an Schulen, darunter die Deutsche Knigge-Gesellschaft, argumentieren, dass Jogginghosen für Sport und Freizeit gedacht sind, nicht für die Schulzeit, die als Arbeitszeit betrachtet wird.¹⁷ Aus modetheoretischer Perspektive könnte argumentiert werden, dass es eine gängige Strategie ist, Kleidung aus dem einen Verwendungszusammenhang in einen anderen zu überführen, um den symbolischen Mehrwert für die Selbstdarstellung zu nutzen. Die Knigge-Gesellschaft hält jedoch die Schule für den falschen Ort für eine derartige Praxis. Sie befürchtet, dass die mit der Jogginghose verbundenen Konnotationen zu falschen Annahmen und Gewohnheiten bei Schüler:innen führen könnten. Einige Lehrkräfte interpretieren Jogginghosen als einen Mangel an Respekt und Professionalität.¹⁸ Sie bemängeln, dass diese Kleidung die Atmosphäre im Unterricht und die

¹⁶ Vgl. Pfleger, Linda: Wenn die Jogginghose zum Verwaltungsakt führt. In: Legal Tribune Online vom 27.03.2023. <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/unterrichtsausschluss-schule-wegen-jogginghose-nicht-rechtmassig>. [Abgerufen 18.12.2024]. Jogginghosenverbote an einzelnen Schulen gab es beispielsweise 2019 an einer Realschule in Bad Oeynhausen. Vgl. Neue Westfälische: Realschule in Bad Oeynhausen verbietet Jogginghosen. https://www.nw.de/lokal/kreis_min-den_luebbecke/bad_oeynhausen/22420114_Jogginghosen-Verbot-an-der-Realschule-Sued.html. [Abgerufen 24.05.2025]. ¹⁷ Stern: Jogginghosen-Verbot an Schulen: Das sagt das Gesetz – und das die Benimm-Experten. Ausgabe vom 25.03.2023. <https://www.stern.de/lifestyle/mode/jogginghosen-verbot-an-schulen--das-sagt-das-gesetz--und-dasknigge-33316610.html>. [Abgerufen 18.12.2024]. ¹⁸ Vgl. Konsequenz: Jogginghosen in der Schule: Mode-Trend oder Kontrollverlust? Schulblog des Gymnasiums Konz. <https://konsequenz.gymnasium-konz.de/p-6463>. [Abgerufen 18.12.2024].



Jogginghose im Sportunterricht. Foto: Reiner Wolf.



Einstellung der Schüler:innen zur Schule negativ beeinflusst. Jogginghosen könnten demnach symbolisch für eine Haltung stehen, die die schulische Ernsthaftigkeit untergräbt. Die Schulleitung in Wermelskirchen argumentierte, sie wolle die Schulpflichtigen nicht unterstützen, Kleidung zu tragen, die zum „Chillen“ animiere. Ähnlich äußerte sich ein Schuldirektor in Wien, der befürchtete, wenn in der Schule kein korrektes Kleidungsverhalten eingeübt werde, bestünde die Gefahr, dass die Schüler:innen in Jogginghosen zum Vorstellungsgespräch erscheinen würden.¹⁹ Rechtlich gesehen ist die Situation komplexer. Das nordrhein-westfälische Schulgesetz erlaubt Schulen lediglich, Empfehlungen zur Kleiderordnung auszusprechen, aber keine verbindlichen Regeln diesbezüglich aufzustellen.²⁰ Kritiker:innen des Verbots, darunter Schüler:innenvertretungen und einige Eltern, sehen in einem Verbot eine unverhältnismäßige Maßnahme. Sie argumentieren, dass ein Kleidungsstück allein den Schulfrieden weder gefährden, noch einen Unterrichtsausschluss rechtfertigen könne.²¹ Die Diskussion um Jogginghosen in Schulen verdeutlicht, wie gesellschaftliche Normen auf dem Feld der Mode verhandelt werden und welche Herausforderungen dies für das Bildungssystem mit sich bringt. In einigen Ländern, wie z. B. China, sind Jogginganzüge sogar als Schuluniformen akzeptiert.²² Immer wieder wurden in der Vergangenheit Kleidungsstile von Jugendlichen zum Reizthema. Mal ging es um zerrissene Hosen, um zu lange Haare bei Jungen oder zu kurze Röcke bei Mädchen. Prototypisches Objekt eines solchen vestimentären Generationskonflikts ist die Jeans.

Ursprünge

Die Ursprünge der Jeans lassen sich bis ins 19. Jahrhundert zurückverfolgen. Wie die Jogginghose entstand die Jeans in einem speziellen Verwendungszusammenhang. Levi Strauss, ein deutschstämmiger Unternehmer in den USA, bediente mit der robusten Hose die Nachfrage der Arbeiter und Goldgräber im Kalifornischen Goldrausch.²³ Die Arbeitshosen bestanden zunächst aus einer Art Segeltuch und wurden später aus Denim, einem mit Indigo gefärbten, widerstandsfähigen Baumwollgewebe, hergestellt. Der Begriff leitet sich von Serge de Nimes ab, einem Stoff aus der französischen Stadt Nimes. Im Englischen steht das Wort „Jeans“ für ein Baumwollgewebe und geht vermutlich auf die italienische Stadt Genua mit ihren Baumwollwebereien zurück.²⁴ 1872 patentierten Levi Strauss und Jacob Davis die Kupfernieten, die die stark beanspruchten Stellen der Jeans beispielsweise an den Taschen verstärkten. Während die Jeans anfangs als reine Arbeitskleidung in ländlichen

19 Vgl. Geisler, Sara: Mit Jogginghosen in die Schule? A. a. O.
20 Vgl. Westdeutscher Rundfunk: Jogginghose im Unterricht. Was dürfen Schulen verbieten? <https://www1.wdr.de/nachrichten/jogginghosekleiderordnung-schule-100.html> . [Abgerufen 18.12.2024].
21 Vgl. ebd.
22 Vgl. Vocatiummagazin.: Jogginghosen-Verbot an der Schule? <https://www.erfolg-im-beruf.de/vocatiummagazin/themen/unterrichtund-schule/stylecheck>. [Abgerufen 18.12.2024].
23 Vgl. Wolf, Reiner: Rebellion in Serie. Eine Jeans passt immer. In: Hülsenbeck, Annette (Hrsg.): Das passt! Kleiderwahl im Wandel. Bramsche 2016. S. 50 – 59. S. 51; Juli, Anne Marie: Bluejeans. Globale Kluft oder persönliches Statement? München 2023. S.14.
24 Vgl. Menzel, Rebecca: Jeans in der DDR. Vom tieferen Sinn einer Freizeithose. Berlin 2004. S. 10 ff.

Regionen gedacht war, bewährte sie sich in den 1940er Jahren als funktionale Bekleidung für Soldaten und Arbeiter im Staatsdienst. In den 1950er Jahren begann die Jeans ihren Siegeszug durch die Popkultur. In der Folge entwickelte sie sich zum Symbol für Jugend und Rebellion.²⁵

Die Jogginghose hat ihren Ursprung ebenfalls in einem speziellen Kontext. Der Kleiderfabrikant Emile Camuset suchte in den 1920er Jahren nach einer Sportbekleidung, die bei Kälte wärmt und dabei die Bewegungsfreiheit behält.²⁶ Er entwickelte eine lockere Hose aus Jersey. In den 1960er und -70er Jahren kam es zu dem Trend, die Trainingshose auch nach dem Sport zu tragen - teils aus Bequemlichkeit, teils, um die eigene Sportlichkeit zu betonen. In der Hip-Hop-Kultur entstanden aus dem Tragen von Sportkleidung positive Selbstzuschreibungen. In den USA bot eine Sportkarriere eine der wenigen Möglichkeiten für den sozialen Aufstieg für People of Colour. In diesem Sinn ist der ausgeprägte Markenbezug im Hip Hop zu verstehen.²⁷ Die Jogginghose war aufgeladen mit Sportlichkeit und Leistungsbereitschaft. Gleichzeitig förderte ihr günstiger Anschaffungspreis ein Unterschichten-Image.

Die Transformation von Sport- in Alltagskleidung wird als „Athleisure“ bezeichnet. Der Trend, Funktionskleidung aus dem Sport (athletic) in der Freizeit (leisure) zu tragen, hat an Popularität gewonnen.²⁸ Typische Athleisure-Kleidungs-

25 Vgl. ebd.
26 Vgl. VanHooker, Brian: The Cultural History of Sweatpants. A. a. O.
27 Vgl. Sanvt: Die Geschichte der Jogginghose. <https://sanvt.com/de/blogs/journal/history-ofsweatpants>. [Abgerufen 23.02.2025].
28 Vgl. Marketresearch Intellect: Anstiege des Athleisure-Marktes. Wie Komfort in der neuen Ära der Activewear auf Mode trifft.



Amerikanische Minenarbeiter, 1882. Foto: Levy Strauss & Co., San Francisco.

stücke sind Leggings, Jogginghosen, Hoodies und Sneaker, die im Fitnessstudio und im übrigen Alltag getragen werden. Die Grenze zwischen Sport- und Alltagsmode verwischt.²⁹ Die Entwicklung könnte als Reflex auf gesellschaftlich erwartete Leistungsbereitschaft und Selbstoptimierung gedeutet werden. Mittlerweile produzieren auch traditionelle Modemarken Athleisure-Linien.³⁰ Das Marktsegment hat in den vergangenen Jahren global ein starkes Wachstum verzeichnet. 2023 wurde es auf rund 350 Milliarden US-Dollar geschätzt.³¹ Das Wachstum wird durch Faktoren wie den Einsatz von Social-Media-Influencer:innen vorangetrieben.³²

Das Spiel mit der gesellschaftlichen Akzeptanz

Die Jeans und die Jogginghose unterscheiden sich in Bezug auf Material und Tragekomfort. Während die Jeans aus robustem Baumwoll-Denimstoff besteht, wird die Jogginghose aus Jerseystoff gefertigt.³³ Auch ihr Ursprungskontext kontrastiert - strapazierfähiges Arbeits-Outfit versus bequeme Sportbekleidung. Was sie verbindet, ist ein gewisser „Outsider“-Status, mit dem sie in die Welt der Alltagskleidung eintraten. Die Jeans evozierte das Bild unterprivilegierter bzw. werktätiger Schichten in den USA (white collar vs. blue collar). Die Jogginghose erlangte aufgrund ihres geringen Anschaffungspreises ein Negativimage als Unterschichtkleidung. Paradoxerweise ermöglichten die negativen Konnotationen sowohl der Jeans als auch der Jogginghose den Weg in den Alltag breiter gesellschaftlicher Kreise. Das schlechte Image ließ sich von den Träger:innen nutzen, um sich abzugrenzen.

Der vestimentäre Code ist den Kleidungsstücken nicht fest

<https://www.marketresearchintellect.com/de/blog/athleisure-market-surge-how-comfortmeets-fashion-in-the-new-era-of-activewear/>. [Abgerufen 18.12.2024]. [Abgerufen 18.12.2024].

29 Vgl. Belgae: Mode. Alles über den Athleisure Stil. <https://www.belgae.be/de/blog/athleisure>. [Abgerufen 18.12.2024].

30 Vgl. Business Tips: Athleisure. Der globale Modetrend. <https://www.business-tips.de/athleisure-der-globale-modetrend/>. [Abgerufen 18.12.2024].

31 Vgl. Marketresearch Intellect: Anstiege des Athleisure-Marktes. A. a. O.

32 Vgl. Bezirksjournal: Die Auswirkungen von Social Media auf Modetrends. <https://bezirks-journal.de/die-auswirkungen-von-social-media-auf-modetrends/>. [Abgerufen 18.12.2024]. Siehe dazu auch den Beitrag von Ria Blanke, Marie Theres Kirchner und Jana Müller im später nachfolgenden Beitrag.

33 Denim ist ein robustes Baumwollgewebe, das sich durch seine diagonale Gratbildung auszeichnet. Jersey ist ein weicher, elastischer Stoff.



Athleisure-Trend: Jogginghose im Alltag. Foto: Jogginghosenseminar.

eingeschrieben. Weil immer weitere Kreise die jugendliche oder nonkonformistische Zuschreibung für sich verwendeten, nutzte sich das rebellische Image ab. Bald wurden Jeans mit industriell angefertigten Rissen, Flickern oder Verschleißspuren produziert. Mittlerweile vermittelt die Jeans beinahe gegenteilige Botschaften wie in den 50er und 60er Jahren. Die vormalige „Rebellenhose“ steht mittlerweile eher für Normalität und Anpassung.³⁴ Ihre Funktion scheint nun darin zu liegen, ein unauffälliges Auftreten im öffentlichen Raum zu ermöglichen und negative Aufmerksamkeit zu vermeiden.

Möglicherweise wird der Markt mit seinem Bestreben nach einer Ausdifferenzierung zu einer Normalisierung der Jogginghose beitragen.³⁵ Mittlerweile gibt es Markenjogginghosen aus hochwertigem Material im gehobenen Preissegment. Bemühungen, das provokante Image des Kleidungsstückes zu nutzen, werden vermutlich – wie bei der Jeans - provokant-negative Zuschreibungen abmildern und für eine Egalisierung sorgen. Die Jogginghose könnte so eine ähnliche Entwicklung nehmen wie die Jeans. Sie könnte zu einem allgemein akzeptierten, praktischen Kleidungsstück avancieren, das von unterschiedlichsten Menschen zu vielfältigen Gelegenheiten getragen wird.

Fazit

Der Vergleich von Jeans und Jogginghose zeigt, wie Mode und ihre Wahrnehmung sich im Laufe der Zeit verändern. Beide Kleidungsstücke entstanden ursprünglich aus funktionalen Bedürfnissen. Beide fanden zunehmend außerhalb ihres Ursprungskontextes Verwendung und wurden zunächst als nicht gesellschaftsfähig abgelehnt. Durch die inflationäre Verwendung kam es zu einer Symbolumkehr. Die Jeans steht mittlerweile statt für Revolution eher für unauffällige Anpassung. Die weite Verbreitung der Jogginghose könnte in den kommenden Jahren zu einer ähnlichen Entwicklung führen.

Inwieweit trägt die Jogginghose zur Auflösung von Geschlechterstereotypen in der Mode bei?

Julia Papenbrock, Maja Kreimer, Carolin Gemar

Kleidung ist weit mehr als eine Hülle, die den Körper schützt. Sie zeigt, wer wir sind, zu welchen Gruppen wir gehören (wollen) und wie wir uns selbst sehen (möchten).³⁶ Die Kleiderwahl drückt Zugehörigkeit zu sozialen, beruflichen oder kulturellen Gruppen aus. Kostspielige Mode wird oft mit hohem sozialem Status verbunden, während preisgünstige Kleidung das Gegenteil ausdrücken kann.³⁷ Gruppenspezifische Kleidung dient der Orientierung und stärkt das Zugehörigkeitsgefühl.

34 Vgl. Wolf, Reiner: Rebellion in Serie. A. a. O. S. 55 f.

35 Vgl. Frankfurter Rundschau: Imagewandel der Jogginghose: Auf dem Weg in jede Lebenslage. Ausgabe vom 07.01.2019. <https://www.fr.de/ratgeber/imagewandel-jogginghose-jede-lebenslage-11033736.html>. [Abgerufen 18.12.2024].

36 Vgl. Busche, Hubertus: Dass einer des anderen Kleidung verstehe? Zum Orientierungswert der vestimentären Zeichensprache. In: Bertino, Andrea/Poljakova, Ekaterina/Rupschus, Andreas et al. (Hrsg.): Zur Philosophie der Orientierung. Berlin 2016. S. 312 - 320. S. 312.

37 Vgl. ebd. S. 314 f.



Jeans als Massenprodukt. Foto: Lucia Schwalenberg.

Die Jogginghose überschreitet Geschlechtergrenzen und stellt traditionelle Vorstellungen von Mode und Gender infrage. Sie ist ein Symbol für die Dekonstruktion traditioneller Geschlechterrollen. Mode beeinflusst, wie wir das biologische und das soziale Geschlecht wahrnehmen. Die Betrachtung geschlechtsspezifischer Zeichen gibt Einblick, wie Geschlecht und Identität in verschiedenen Kontexten verstanden und ausgelebt werden.³⁸ Relevant ist das Streben nach Authentizität. Gemeint ist damit, dass unser Selbstbild mit dem Bild, das wir mit unserer Kleiderwahl vermitteln wollen, übereinstimmt. Täglich entscheiden wir, was wir anziehen, und senden eine Botschaft, wie wir gesehen werden möchten.³⁹ Anhand von Kleidung erfolgen Rückschlüsse auf die Persönlichkeit, den sozialen Status von Menschen und die geschlechtliche Identität. Unsere stereotypen Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit sind kulturell geprägt und unterliegen einem kulturellen Wandel.⁴⁰

Die Hose war lange ein Kleidungsstück, das vor allem von Männern getragen wurde. Frauen war in unseren Regionen das Tragen von Hosen mitunter sogar verboten. Durch die Auswirkungen der Industrialisierung, zunehmender sportlicher Betätigung und der verstärkten Berufstätigkeit von Frauen verlor der Anblick von Frauen in Hosen seine Ungewohntheit.⁴¹ Die Jeans wurde seit den 1960er und -70er Jahren zum Symbol für die Gleichberechtigung der Geschlechter.⁴²

In einer vielfältigen modernen Gesellschaft bildet Mode die Freiheit des persönlichen Ausdrucks ab. Kleidung hilft, die eigene Identität auszudrücken und den eigenen

38 Vgl. Wasser, Nicolas: The Promise of Diversity. How Brazilian brand capitalism affects precarious identities and work. Bielefeld 2017. S. 20 - 21. S. 21.

39 Vgl. Michael, Carlo: Der soziale Sinn der Mode. Kleidung und Mode aus sozialpsychologischer Sicht. In: Holenstein, André/Meyer Schweizer, Ruth et al. (Hrsg.): Zweite Haut. Zur Kulturgeschichte der Kleidung. Bern 2010. S. 241.

40 Vgl. Ostner, Ilona: Geschlecht. In: Kopp, Johannes/Steinbach, Anja (Hrsg.): Grundbegriffe der Soziologie. Trier 2024. S. 155.

41 Vgl. Wolter, Gundula: Wie die Frau zur Hose kam. In: Textil-Wirtschaft (46) 1994. S. 48.

42 Vgl. Gottwald, Lana: Zwischen Boyfriend Jeans und High Heels. Crossdressing als Durchbruch der Gendernormen? In: Medienobservationen. Sonderausgabe Mode-Macht-Männer vom 16.09.2022. <https://www.medienobservationen.de/2022/0916-gottwald/>. [Abgerufen 22.02.2025]. S. 5.

Platz in der Gemeinschaft zu behaupten.⁴³ Früher waren Geschlechterrollen und ihre Repräsentanz durch Kleidung klar vorgegeben. Heute bietet Mode Raum für unterschiedliche Ausdrucksformen von Geschlecht und Identität. Mode ermöglicht es, die Vorstellungen von Gender neu zu definieren.⁴⁴ Wie umkämpft dieses Feld der symbolischen Geschlechterordnung ist, zeigen Kommentare der US-Politikerin Candace Owens zum genderdurchlässigen Kleidungsstil des Popstars Harry Style, den die Trump-Unterstützerin als „pervers“ bezeichnete. Wenn es zu einem Weltkrieg käme, hätte sie ein Problem damit, sollte die Sicherheit des Landes von solchen Männern abhängen.⁴⁵ Beim Diskurs zur Genderfluidität geht es um die Toleranz gegenüber der Individualität der Menschen und um die Freiheit von starren Kleidernormen.⁴⁶ Dafür ist es erforderlich, Vielfalt medial zu repräsentieren und unterschiedliche Identitäten im Alltag anzuerkennen.⁴⁷ Die Mode erprobt Identitäten jenseits von binären Geschlechterzuordnungen. Modestrategien wie Cross-Dressing helfen, Geschlechtergrenzen zu überschreiten und traditionelle Geschlechternormen zu erweitern.

Unsere Kleidung betont oder kaschiert unseren Körper. Die Jogginghose verweigert durch ihre ausladende Form die eindeutige geschlechtliche Zuordnung. Auf den ersten Blick bietet auch die sogenannte Boy-friend-Jeans ein Beispiel für geschlechtsneutrale Mode. Sie ist weit geschnitten und orientiert sich an klassischen Männerjeans, ist aber in erster Linie an Frauen adressiert. Durch ihre Bezeichnung bleibt sie mit dem männlichen Geschlecht verknüpft. Die mögliche Botschaft von Träger:innen einer solchen Hose lautet: „Ich habe mir mal eben die Jeans meines Freundes gegriffen.“ Zwar betont sie durch ihren weiten Schnitt den weiblichen Körper nicht ausdrücklich, paradoxerweise aber hebt er die körperlichen Unterschiede der Geschlechter hervor, da die Hose ja nur groß wirkt, weil der weibliche Körper im Durchschnitt kleiner ist als der männliche. Damit verweist die Boy-friend-Jeans auf eine nach wie vor gültige Geschlechterzuschreibung von Mode.⁴⁸ Im Unterschied zur Boy-friend-Jeans ist die Jogginghose geschlechtsneutral.⁴⁹ Ihre Grundform wird nicht als explizit weiblich oder männlich wahrgenommen. Ihr neutraler Stil macht sie zum Symbol für die Aufweichung traditioneller Geschlechtergrenzen in der Mode.

43 Vgl. Busche, Hubertus: Dass einer des anderen Kleidung verstehe? A. a. O. S. 314.

44 Vgl. Raciniewska, Alicja: Politisierte Kleidung und politischer Charakter von Mode. In: (Kon-) Texte des Politischen (3) 2018. S. 81 - 100. S. 81 f.

45 Vgl. Fink. Hamburg: Männlichkeit im Minikleid. <https://fink.hamburg/2022/01/maennlichkeit-im-minikleid/>. [Abgerufen 28.02.2025].

46 Vgl. Scheiper, Petra: Textile Metamorphosen als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels. Hannover 2006. S. 87 f.

47 Vgl. ebd. S. 22 f.

48 Vgl. ebd. S. 6 f.

49 Vgl. ebd. S. 7.

Inwieweit nehmen Strategien des Influencer:innen-Marketings Einfluss auf den vestimentären Code?

Ria Blank, Marie Theres Kirchner, Jana Müller

Welchen Anteil haben die sozialen Medien am Wandel der Jogginghose vom bequemen Freizeittextil zum modischen Statement? Die Beantwortung dieser Frage hängt mit dem Konzept des Influencer:innen-Marketings und dessen Bedeutung für vestimentäre Codes zusammen. Unter dem Begriff Social Media werden digitale Kommunikationskanäle verstanden, auf denen Nutzer:innen kommunizieren, Inhalte erstellen und teilen. Weltweit 5,04 Milliarden Menschen nutzten 2024 soziale Medien. Die Zahlen haben sich seit 2012 mehr als verdreifacht.⁵⁰ Die Sozialwissenschaftlerin Anastasia Denisova konstatiert: „Media control [is] a significant part of culture and plays a strong part in making an individual vulnerable to the effect of emotional buying.“⁵¹ Mode ist eng verknüpft mit Psychologie, Gesellschaft und Politik. Die Gründe für den Kauf von Kleidung liegen häufig in diesen Bereichen, z. B. als emotionaler Wunsch nach Anerkennung und Zugehörigkeit.⁵²

Mode erlebt eine digitale Transformation. Kleidung wird in steigendem Maß online angeboten und verkauft. Neue Trends werden online präsentiert, diskutiert und beurteilt, ohne dass nationale oder sprachliche Grenzen eine Rolle spielen.⁵³ Die sozialen Medien werden zunehmend genutzt, um Mode-Kollektionen zu präsentieren. Die Medienwissenschaftler:innen Alice Noris und Lorenzo Cantroni konstatieren: „Social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, Periscope, Snapchat, and more recently TikTok have become legitimate spaces of diffusion of fashion collections.“⁵⁴ Dies ermöglicht es sogenannten Influencer:innen, Nutzer:innen direkt anzusprechen und zum Konsum zu animieren, so die Forschenden weiter: "Influencers with their millions of followers on social media platforms, who

50 Vgl. Social Media Akademie: Social Media. <https://www.social-mediaakademie.de/social-media>. [Abgerufen 05.01.2025].

51 Denisova, Anastasia: Fashion Media and Sustainability - Encouraging Ethical Consumption via Journalism and Influencers. London 2021. S. 10.

52 Vgl. ebd.

53 Vgl. Noris, Alice/Cantroni, Lorenzo: Digital Fashion Communication. An (Inter)cultural Perspective. Leiden/Boston 2020. S. 1 und S. 55.

54 Ebd. S. 68.



Geschlechtsneutrale Jogginghose. Foto: Jogginghosenseminar.

daily follow their fashion choices and copy their look.“⁵⁵ Influencer:innen beeinflussen so maßgeblich die Akzeptanz oder Ablehnung bestimmter Modetrends.⁵⁶

Das Influencer:innen-Marketing hat sich als effektive digitale Marketingstrategie etabliert.⁵⁷ Es basiert auf der gezielten Zusammenarbeit von Unternehmen mit Personen, die in den sozialen Medien über eine hohe Reichweite und Einfluss verfügen, um Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben. Diese Personen werden als Influencer:innen bezeichnet. Sie sind meinungsführend innerhalb ihrer Community. Dies macht sie zu Schlüsselfiguren für die Verbreitung von Markenbotschaften.⁵⁸ Ein zentraler Aspekt ist dabei die vermeintliche Authentizität der Influencer:innen. Durch ihre persönliche Verbindung zu ihrer Community besitzen sie eine hohe Glaubwürdigkeit. Anders als traditionelle Werbung, die teilweise als aufdringlich empfunden wird, wird Influencer:innen-Marketing als persönlicher wahrgenommen. Empfehlungen von Influencer:innen werden als unabhängige Meinung interpretiert, was ihre Akzeptanz bei Konsument:innen steigert.⁵⁹ Dies verstärkt die Wirksamkeit von Markenbotschaften, da Konsument:innen dazu neigen, den Meinungen ihrer Vorbilder oder Idole zu vertrauen.⁶⁰ Die Bedeutung des Influencer:innen-Marketings lässt sich an den Investitionen in diesem Bereich ablesen. 2017 betrug das Marktvolumen im deutschsprachigen Raum rund 560 Millionen Euro.⁶¹ Unternehmen betrachten Influencer:innen-Marketing als Möglichkeit, den Umsatz zu steigern sowie die Bekanntheit und das Image ihrer Marke zu erhöhen. Influencer:innen fungieren als Verbindungsperson zwischen Marke und Verbraucher:in. Sie tragen dazu bei, eine emotionale Bindung zur Zielgruppe aufzubauen.⁶² Sie genießen als Expert:innen innerhalb ihrer Community ein hohes Maß an Vertrauen für bestimmte Themenbereiche. Dazu gehören beispielsweise Beauty, Mode und Fitness, Technik und Gaming. Die Spezialisierung führt zu einer homogenen Zielgruppe, die effizient angesprochen wird.⁶³

Strategien

Im Influencer:innen-Marketing kommen je nach Zielgruppe und Plattform unterschiedliche Strategien zum Einsatz. Zentral ist die Zusammenarbeit mit sogenannten Micro-Influencer:innen. Sie haben in der Regel 10.000 bis 50.000 Follower:innen, zeichnen sich durch eine enge Verbindung zu ihrer Community und eine hohe Interaktionsrate aus. Ihre Nähe zur Zielgruppe macht sie zu wichtigen Mar-

55 Vgl. ebd. S. 71.

56 Vgl. ebd. S. 60.

57 Vgl. Fries, Peter: Influencer-Marketing. Informationspflichten bei Werbung durch Meinungsführer in Social Media. Wiesbaden 2019. S. 3 f.

58 Vgl. ebd. S. 7 f.; Lis, Bettina/Neßler, Christian/Ziewiecki, Sandra: Influencer Marketing. In: WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium (48) Heft 2-3. München/Frankfurt a. M. 2019. S. 55 - 57. S. 56 f.

59 Vgl. Nirschl, Marco/Steinberg, Laurina: Einstieg in das Influencer Marketing. Grundlagen, Strategien und Erfolgsfaktoren. Wiesbaden 2017. S. 38.

60 Vgl. Fries, Peter: Influencer-Marketing. A. a. O. S. 7.

61 2020 wurde für den deutschsprachigen Raum fast eine Milliarde Euro prognostiziert. Vgl. ebd. S. 1.

62 Vgl. ebd. S. 9.

63 Vgl. ebd. S. 7.



Social Media-Recherche im Rahmen des Seminars. Foto: Jogginghosenseminar.

kenbotschafter:innen.⁶⁴ Im Vergleich zu prominenteren Influencer:innen sind sie kostengünstiger, weil sie sich treffsicher einsetzen lassen und eine hohe Reichweite in ihren Zielgruppen erzielen.⁶⁵ Eine wichtige Strategie ist die Integration von Content-Kooperationen. Dabei erstellen Influencer:innen Inhalte, die auf ihre Zielgruppe abgestimmt sind. Diese Inhalte können in den Sozialen Medien und auf Unternehmensplattformen verwendet werden. Das führt zu einer Verbindung zwischen Marke und Community.⁶⁶ Dabei spielt das Prinzip des Brandfit eine wichtige Rolle. Ein hoher Brandfit bedeutet, dass Influencer:innen thematisch und wertbezogen zur Marke passen. Dies sorgt für eine stimmige Markenwahrnehmung und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Werbebotschaft positiv aufgenommen wird.⁶⁷ Um sicherzustellen, dass die Kooperation authentisch bleibt und die Glaubwürdigkeit der Influencer:in nicht in Gefahr gerät, ist diese Passgenauigkeit von besonderer Bedeutung.⁶⁸

Entscheidend für den Erfolg im Influencer:innen-Marketing ist die Wahl der Plattform. Instagram ermöglicht durch seine visuelle Ausrichtung die gezielte Ansprache junger Menschen, was es zu einem zentralen Kanal für Markenkommunikation macht. Influencer:innen wie Farina Opoku⁶⁹ nutzen die Plattform um eine Bindung

64 Vgl. Jahnke, Marlies: Influencer Marketing – eine Bestandsaufnahme. In: dies. (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021. S. 1 - 21. S. 15 f.

65 Vgl. Lis, Bettina/Neßler, Christian et al.: Influencer Marketing. A. a. O. S. 56.

66 Vgl. Krüger, André: Wie geht das? Herausforderungen für Unternehmen, Agenturen und Influencer. In: Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. A. a. O. S. 127 - 152. S. 139.

67 Vgl. ebd. S. 144.

68 Vgl. Jahnke, Marlies: Influencer Marketing-Cases aus 13 Branchen. In: dies. (Hrsg.): Influencer Marketing. A. a. O. S. 187-219. S. 197.

69 Farina Opoku, früher bekannt als @novalanalove, zählt zu den bekanntesten Influencer:innen Deutschlands.

zu ihrer Community aufzubauen und Werbeerfolge für Unternehmen zu erzielen. YouTube bietet durch kreative Videos eine hohe Reichweite und intensive Verbindung zur Zielgruppe. Mit über einer Milliarde Nutzer:innen weltweit dient das Portal als Alternative zur TV-Werbung. Erfolgreiche Kampagnen wie die der YouTuberin Bibi⁷⁰ verdeutlichen das Potenzial. Durch leicht konsumierbare Inhalte folgen millionenfache Aufrufe und eine gesteigerte Markenpräsenz.⁷¹ TikTok eignet sich durch kurzweilige Inhalte zur Ansprache an Jüngere.⁷² Trotz großer Reichweite schöpft die Plattform nicht das volle Potential des Influencer:innen-Marketings aus, da TikTok-Videos oft aufwändiger sind als Instagram-Beiträge. Zusätzlich kommen Gewinnspiele, Challenges und Live-Events zum Einsatz. Diese Formate erhöhen die Markenbekanntheit und fördern die Interaktion zwischen Marke und Konsument:in.⁷³ Eine Methode zur Generierung von Brand Mentions sind Hashtag-Challenges von Unternehmen. Diese Challenges fördern Content durch die User:innen selbst und steigern durch hohe Viralität auf Plattformen wie TikTok die Markenbekanntheit.⁷⁴ Langfristige Kooperationen beruhen auf einer engen Beziehung zwischen Marke und Influencer:in. Damit eine Kampagne authentisch wirkt, werden Influencer:innen langfristig eingebunden, um sich intensiv mit der Markenbotschaft auseinanderzusetzen. Auf diese Weise entsteht eine nachhaltige Bindung mit glaubwürdiger Ansprache der Zielgruppe.⁷⁵

70 Bianca „Bibi“ Heinicke ist eine deutsche Influencerin und Webvideoproduzentin. Ihren Durchbruch erzielte sie mit ihrem YouTube-Kanal BibisBeautyPalace, auf dem sie Videos zu Mode und Kosmetik veröffentlichte.

71 Vgl. Nirschl, Marco/Steinberg, Laurina: Einstieg in das Influencer Marketing. A. a. O. S. 21 ff.

72 Vgl. Sbai, Adil: TikTok – der neue Stern am Social-Media-Himmel. In: Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. A. a. O. S. 95 - 126. S. 103 ff.

73 Vgl. Krüger, André: Wie geht das? A. a. O. S. 138 f.

74 Vgl. Sbai, Adil: TikTok – der neue Stern am Social-Media-Himmel. A. a. O. S. 109 ff.

75 Vgl. Bruce, Annette/Jeromin, Christoph: Markenstrategi-



Persönliche Erreichbarkeit durch digitales Marketing. Foto: Jogginghosenseminar.

Der vestimentäre Code

Kleidung fungiert als nonverbales Kommunikationsmittel, das bewusst oder unbewusst Botschaften über Identität, Status, Zugehörigkeit und persönliche Werte transportiert.⁷⁶ Der vestimentäre Code beschreibt gesellschaftliche und kulturelle Normen, die die Kleiderwahl bestimmen. Er umfasst individuelle Bedeutungszuschreibungen. Roland Barthes umschreibt Kleidung als Zeichensystem, das in sozialen und kulturellen Kontexten verankert ist. Die Bedeutungen sind dynamisch. Sie werden durch Vorlieben, soziale Bewegungen und wirtschaftliche Interessen geprägt.⁷⁷ Der Medienberater Hans-Joachim Hoffmann interpretiert Kleidung als kommunikatives Angebot, „das der Einleitung und Steuerung zwischenmenschlicher Handlungen dienen soll.“⁷⁸ Kleidung ist ein symbolisches Element im gesellschaftlichen Austausch, das individuelle und kollektive Identitäten formt und widerspiegelt.

Vestimentäre Codes unterliegen Veränderungen durch technologische, politische und soziale Umwälzungen. Soziale Medien beschleunigen den Vorgang. Durch Plattformen wie Instagram und TikTok wird Kleidung symbolisch aufgeladen und mit Lebensstilen oder Identitäten verknüpft.⁷⁹ Marken nutzen diese Dynamik, um Konsument:innen emotional anzusprechen.⁸⁰ Soziale Medien tragen dazu bei, dass Marken und Konsument:innen in Wechselwirkung stehen. So gelang es Sozialen Medien,

schon Fit im Influencer Marketing: Die Marke im Spannungsfeld zwischen Kontinuität und Freiheit. In: Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. A. a. O. S. 61-74. S. 72.

76 Justo, Graciette: Kleidung als Mittel nonverbaler Kommunikation und Selbstdarstellung. Hamburg 2015. S. 22.

77 Vgl. Barthes, Roland: Die Sprache der Mode. Frankfurt am Main 1990. S. 21 - 24.

78 Hoffmann, Hans-Joachim: Kommunikation mit Kleidung. In: Communications, (7) Heft 2-3. Berlin 2009. S. 269 - 290. S. 269.

79 Vgl. ebd. S. 34 - 37.

80 Vgl. Justo, Graciette: Kleidung als Mittel nonverbaler Kommunikation und Selbstdarstellung. A. a. O. S. 78 - 80.

die lange Zeit als nachlässig empfundene Jogginghose zu einem besonders bei jüngeren Konsument:innen akzeptablen Modestatement zu formen.⁸¹ Die Hauptfunktion von Influencer:innen besteht darin, zu demonstrieren, wie ein Produkt in der Praxis wirkt. Die vermittelte Botschaft wie Lässigkeit oder Coolness inspiriert Konsument:innen, dieses Produkt zu kaufen, um ein ähnliches Image von sich zu transportieren.⁸² Wenn eine prominente Influencerin eine bestimmte Jogginghose als Teil eines lässig stilvollen Outfits präsentiert, wird das Produkt und das damit verbundene Image beworben. Über Hashtags wie #OOTD (Outfit of the Day) kombinieren Influencer:innen Jogginghosen mit luxuriösen Accessoires oder mit Designerkleidung. Das festigt die Wahrnehmung als angesagtes Alltagskleidungsstück.

Ein wichtiger Aspekt ist das Spannungsverhältnis zwischen dem Demokratisierungseffekt Sozialer Medien und der Steuermacht der etablierten Modeindustrie. Einerseits haben soziale Plattformen die Machtverhältnisse in der Modewelt aufgebrochen. Nutzer:innen können über Social Media-Beiträge Trends mitgestalten. Influencer:innen erscheinen als authentische Stimmen der Konsument:innen.⁸³ Andererseits nutzen Marken diese Bühne und die vermeintliche Authentizität der Influencer:innen, um gezielt Einfluss auf das Konsumverhalten zu nehmen und Markenimages zu steuern.⁸⁴ Diese Ambivalenz veran-

81 Vgl. Harders, Jan: Die Geschichte der Jogginghose. <https://www.jogginghosenstag.de/die-geschichte-der-jogginghose/>. [Abgerufen 05.01.2025]; „Montgomery, Joy: Adidas Jogginghose: Wie Sie die Trainingshose als Frühlingstrend jetzt kombinieren können. In: VOGUE Germany vom 19.03.2025. <https://www.vogue.de/artikel/jogginghose-adidas-styling/> [Abgerufen 02.04.2025].

82 Vgl. PwC Solutions: Zwischen Entertainer und Werber: Wie Influencer unser Kaufverhalten beeinflussen. <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-zwischen-entertainer-und-werber.pdf>. S. 8. [Abgerufen 05.01.2025].

83 Vgl. Bezirksjournal: Die Auswirkungen von Social Media auf Modetrends. A. a. O.

84 Vgl. Researchbird: Fashion Influencer: Trends, Herausfor-

derungen und ihre Rolle in der Modeindustrie“. <https://www.researchbird.io/magazin/de/fashion-influencer/>. [Abgerufen 05.01.2025].

Fazit

Die Recherchen zeigen, wie stark das Influencer-Marketing den vestimentären Code eines Kleidungsstücks beeinflussen kann. Dabei greifen kulturelle und ökonomische Dynamiken ineinander. Durch Inszenierungen in Sozialen Medien avanciert die mit Privatheit und Entspannung assoziierte Jogginghose zu einem modischen Stilelement mit symbolischer Aufladung. Diese Entwicklung verdeutlicht die Macht von digitalen Plattformen und Akteur:innen, die über diese Kanäle agieren. Eine zentrale Rolle der sozialen Medien liegt über ihre Funktion der Verbreitung hinaus darin, einen Raum zu schaffen für die Transformation und Neuinterpretation von vestimentären Zuschreibungen.

Produktionsbedingungen von Jogginghosen - China und Deutschland im Vergleich

Lea-Marie Ritzer und Rita Geringer

Wir kaufen im Geschäft oder online. Je günstiger der Preis, desto mehr Kleidung wird gekauft und häufig schnell wieder entsorgt. Fast Fashion bezeichnet eine Modeindustrie, die auf massenhafter Produktion, schnellem Konsum und Wegwerfmentalität basiert. Wer trägt die Konsequenzen dafür, dass wir günstig kaufen? Voraussetzung für eine preisgünstige Produktion ist eine Textilindustrie, die globalisiert und von komplexen Produktionsketten abhängig ist. Während in Deutschland strenge gesetzliche Vorgaben für die Herstellung von Textilien gelten, sieht die Situation in Produktionsländern wie China oft anders aus. Fragwürdige Arbeitsbedingungen, niedrige Löhne und erhebliche Umweltbelastungen halten die Kosten so gering wie möglich. Wir gingen folgenden Fragen nach: Wie unterscheiden sich die Produktionsbedingungen von Sportbekleidung in Deutschland und China? Welche nachhaltigen Alternativen existieren, um einen verantwortungsvolleren Konsum zu gewährleisten?

derungen und ihre Rolle in der Modeindustrie“. <https://www.researchbird.io/magazin/de/fashion-influencer/>. [Abgerufen 05.01.2025].



Jogginghose als Massenware. Foto: Jogginghosenseminar.

Textilproduktion in China

China ist ein führender Produzent von Textilien.⁸⁵ Mehrere Faktoren tragen zu günstigen Preisen von chinesischen Produkten bei. Dazu gehören niedrige Löhne, der Einsatz kostengünstiger Materialien in der Massenproduktion sowie staatliche Subventionen.⁸⁶ Um diese niedrigen Produktionskosten zu erreichen, werden Arbeiter:innen oft systematisch ausgebeutet. Teilweise reichen die Löhne kaum zur Existenzsicherung. Die Arbeit findet häufig unter prekären Bedingungen statt, mit langen Arbeitszeiten und zahlreichen Überstunden. Es fehlen Arbeitsschutzstandards. Gewerkschaften werden systematisch unterdrückt und Proteste gegen Ausbeutung gewaltsam niedergeschlagen.⁸⁷ Ein erschreckendes Beispiel ist der Fall des Arbeitsrechtsaktivisten Zeng Feiyang, der 2015 wegen „Unruhestiftung“ und „Störung der öffentlichen Ordnung“ zu drei Jahren Gefängnis verurteilt wurde. Sein Vergehen bestand darin, Arbeiter:innen einer Schuhfabrik bei einem Konflikt mit ihrem Arbeitgeber unterstützt zu haben.⁸⁸

Besonders alarmierend sind Berichte über die moderne Zwangsarbeit in einigen Regionen Chinas wie Xinjiang. Dort werden schätzungsweise mehr als eine Million Menschen, insbesondere Uigur:innen und andere ethnische Minderheiten zur Arbeit gezwungen. Textilien, die in Xinjiang produziert werden, bergen ein erhebliches Risiko, unter Einsatz von moderner Zwangsarbeit hergestellt worden zu sein.⁸⁹ Rechtlich werden die Mindestlöhne in China von den einzelnen Provinzen, Städten und autonomen Regionen festgelegt. Dies führt zu erheblichen regionalen Unterschieden. In den Provinzhauptstädten sind die Mindestlöhne am höchsten, während sie in ländlichen Gebieten und kleineren Städten deutlich niedriger ausfallen. Für gut ausgebildetes Personal werden diese Mindestlöhne in der Regel überschritten. Im Gegensatz dazu sind Arbeiter:innen in der Textilbranche, insbesondere Frauen mit geringerer Bildung aus ärmeren Regionen, besonders anfällig, ausgebeutet zu werden.⁹⁰ Die chinesische Bekleidungsindustrie ist geprägt von Wanderarbeiter:innen, die unter menschenunwürdigen Bedingungen leben und arbeiten. Sie haben oft eingeschränkte Rechte und sind Gewerkschaftsfeindlichkeit sowie staatlicher Unterdrückung ausgesetzt. Obwohl der Mindestlohn in China in den vergangenen Jahren gestiegen ist, reicht er selten, um die hohen Lebenshaltungskosten in den Städten angemessen zu decken. Laut der Asia Floor Wage

85 Vgl. Südwindinstitut: Und was ist mit den Menschenrechten? China und die Sorgfaltspflichten. https://www.suedwind-institut.de/fileadmin/Suedwind/Publikationen/2024/2024-07-China-Studie_Sorgfaltspflichten_Und_was_ist_mit_den_Menschenrechten.pdf. [Abgerufen 07.01.2025]. S. 7.

86 Vgl. Inspektorin Grün: Umweltsünderin Textilbranche. Fünf zentrale Probleme. <https://inspektorin-gruen.at/2021/11/16/umweltsuenderin-textilbranche-fuenfzentrale-probleme/>. [Abgerufen 25.06.2024].

87 Vgl. ebd.

88 Vgl. Südwindinstitut: Und was ist mit den Menschenrechten? A. a. O. S. 7.

89 Vgl. Kampagne für Saubere Kleidung Deutschland e. V.: China - Kampagne für Saubere Kleidung. <https://sauberekleidung.de/china/>. [Abgerufen 25.06.2024].

90 Vgl. ebd.

Alliance beträgt ein existenzsichernder Lohn 849 Euro im Monat – mehr als das Doppelte des aktuellen durchschnittlichen Mindestlohns von rund 308 Euro.⁹¹

Die Herstellungsprozesse verursachen hohe Umweltbelastungen wie den Ausstoß von Treibhausgasen, einen hohen Wasserverbrauch, Wasserverschmutzung und Müllberge. Jogginghosen bestehen in der Regel aus Baumwolle, Polyester oder Mischgewebe. Für die Herstellung eines Baumwoll-T-Shirts werden etwa 2.700 Liter Wasser verwendet. Das entspricht der Menge Trinkwasser, die ein Mensch in zweieinhalb Jahren verbraucht. Bei Jogginghosen, die mehr Material als ein T-Shirt benötigen, dürfte der Wasserverbrauch entsprechend höher sein.⁹² Zwei Drittel der chinesischen Flüsse und Seen gelten als verschmutzt, da giftige Stoffe z. B. Farbstoffe und Chemikalien aus Fabriken ungeklärt abgeleitet werden. Die Schadstoffe gelangen ins Trinkwasser und in die Nahrung. Sie beeinträchtigen die Gesundheit von Menschen und Tieren. Verbraucher:innen fehlt oft die Kenntnis, welche Schadstoffe in ihrer Kleidung enthalten sind, da Informationen fehlen oder Greenwashing betrieben wird.⁹³ Kunstfasern der Textilindustrie verschmutzen das Wasser durch Mikroplastikpartikel. Sie lösen sich bei Waschvorgängen im Produktionsprozess und gelangen über die Meere in die Pflanzen- und Tierwelt sowie den menschlichen Organismus. In Binhai, einem Zentrum der chinesischen Textilindustrie, herrscht dichter Smog und Flüsse sind chemisch verseucht. Greenpeace fand in Abwasserproben krebserregende und fortpflanzungsschädigende Stoffe. Selbst die leistungsfähigste chinesische Kläranlage in Shaoxing kann die Menge an Schadstoffen nicht mehr bewältigen. Illegale Abwasserleitungen verschärfen das Problem. Ein Beispiel ist der Jian River, der sich 2012 nach einem Unfall in einer Farbstofffabrik blutrot färbte, unzählige Fische verendeten.⁹⁴

Die sozialen Probleme haben ihre Ursache weniger in der Gesetzgebung als in der fehlenden Umsetzung. In den 1990er und 2000er Jahren wurden arbeitsrechtliche Regelungen eingeführt, die grundlegende Rechte wie pünktliche Lohnzahlung und Arbeitsverträge für die

91 Vgl. ebd.

92 Vgl. Inspektorin Grün: Umweltsünderin Textilbranche. A. a. O.

93 Als Greenwashing gilt, wenn sich Unternehmen umweltbewusster darstellen, als es der Realität entspricht.

94 Vgl. Greenpeace: Textilindustrie vergiftet Gewässer. <https://www.greenpeace.de/engagieren/nachhaltigerleben/textilindustrie/vergiftet-gewaesser>. [Abgerufen 06.06.2024].



Jogginghose mit Negativimage. Foto: Seminargruppe.

Beschäftigten sichern sollten. Damit sollten vor allem die Wanderarbeiter:innen geschützt werden, die in prekären Verhältnissen leben und arbeiten. Viele dieser Vorschriften werden jedoch von Arbeitgeber:innen umgangen. Gleichzeitig hat China in den vergangenen Jahren Gesetze erlassen, die die Einflussmöglichkeiten von Arbeiter:innen und unterstützenden Organisationen stark einschränken. Dazu gehören das NGO-Gesetz (2017), das Anti-Sanktionsgesetz (2021) und das Anti-Spionage-Gesetz (2023). Diese Gesetze zwingen ausländische Organisationen zur Zusammenarbeit mit staatlich kontrollierten Institutionen und ermöglichen eine weitreichende Überwachung sowie strafrechtliche Verfolgung von Aktivist:innen und Nichtregierungsorganisationen. Dadurch wird die Unterstützung für Beschäftigte in der Textilindustrie stark behindert.⁹⁵

China hat sich an der Entstehung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte beteiligt und einige internationale Arbeitsnormen anerkannt. Dennoch bleibt das Land in seiner Haltung zu Menschenrechten widersprüchlich. Während soziale Rechte, wie das Verbot von Kinderarbeit und Diskriminierung, anerkannt werden, lehnt China das Recht auf unabhängige Gewerkschaften und freie Versammlungen ab.⁹⁶ Auch der chinesische Aktionsplan für Menschenrechte (2021–2025) betont zwar Armutsbekämpfung und Umweltschutz, blendet jedoch politische Freiheiten wie Meinungs- und Versammlungsfreiheit vollständig aus. Stattdessen wird staatliche Kontrolle als zentraler Bestandteil des chinesischen Verständnisses von Menschenrechten hervorgehoben.⁹⁷ Für europäische Unternehmen, die versuchen, die Einhaltung menschenrechtlicher Standards in chinesischen Lieferketten zu überprüfen, stellt die Umsetzung eine große Herausforderung dar. Chinesische Zulieferer geben in Fragebögen stark idealisierte Antworten. Direkte Überprüfungen der Arbeitsbedingungen scheitern daran, dass sich Mitarbeiter:innen nicht anonym äußern können und die Regierung den Zugang zu Daten einschränkt.⁹⁸ China verfügt über Umweltschutzgesetze wie das Environmental Protection Law und Spezialgesetze zu Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung. Diese Gesetze schreiben Maßnahmen wie Umweltverträglichkeitsprüfungen, strengere Haftung und Sanktionen bei Verstößen vor und fordern erneuerbare Energien sowie eine sauberere Produktion.⁹⁹ Trotz Fortschritten im Umweltrecht ist es eine große Herausforderung, die Durchsetzung dieser Gesetze zu gewährleisten. Zentral ist die unzureichende Überwachung und Kontrolle, da lokale Behörden häufig wirtschaftliche Interessen über den Umweltschutz stellen. Dies führt zu lapidaren Kontrollen, was auch für arbeitsrechtliche Gesetze gilt. Die mangelnde Durchsetzung von Vorschriften erschwert es, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Textilarbeiter:innen zu verbessern.¹⁰⁰

95 Vgl. Südwindinstitut: Und was ist mit den Menschenrechten? A. a. O. S. 10 ff.

96 Vgl. ebd. S. 14 ff.

97 Vgl. ebd.

98 Vgl. ebd. S. 18 ff.

99 Vgl. Germany Trade & Invest: China: Nachhaltigkeit/Umweltschutzrecht. <https://www.gtai.de/de/trade/china/recht/china-nachhaltigkeitumweltschutzrecht-894490>. [Abgerufen 08.01.2025].

100 Vgl. Klimareporter: China hat erhebliche Fortschritte im

Textilproduktion in Deutschland

Die Missstände in der globalen Textilindustrie führten 2021 zur Verabschiedung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) durch den Bundestag. Das 2023 verschärfte Gesetz verpflichtet Unternehmen mit mehr als 1.000 Arbeitnehmer:innen in Deutschland, menschenrechtliche und umweltbezogene Standards entlang der gesamten Lieferketten einzuhalten.¹⁰¹ Das Gesetz fordert von den Unternehmen, Verantwortung für ihre Zulieferer zu übernehmen, menschenrechtliche und ökologische Risiken zu erkennen und ggfs. Gegenmaßnahmen einzuleiten. Deutsche Textilunternehmen müssen sicherstellen, dass ihre Produkte weder durch Kinder- noch unter moderner Zwangsarbeit entstehen. Das Gesetz schafft Rechtssicherheit und zwingt die Unternehmen, Arbeits- und Umweltbedingungen in Produktionsländern wie China nachhaltig zu verbessern.¹⁰²

In Deutschland garantiert der gesetzliche Mindestlohn, dass Beschäftigte nicht unter eine festgelegte Einkommensgrenze fallen. Der Mindestlohn von 12,82 Euro (Januar 2025) dient der sozialen Gerechtigkeit.¹⁰³ Neben dem Mindestlohn bietet die deutsche Textilindustrie weitere arbeitsrechtliche Schutzmechanismen. Dazu zählen Regelungen zur Arbeitszeit, Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und das Recht auf faire Entlohnung. Zudem können Arbeitnehmer:innen Gewerkschaften gründen und Tarifverhandlungen führen. Besonderen Schutz genießen junge Menschen. Ein Arbeitsvertrag mit Minderjährigen ist nur mit Zustimmung der gesetzlichen Vertreter:innen möglich. Kinder unter 15 Jahren dürfen in der Regel gar nicht beschäftigt werden.¹⁰⁴

Auch die Umwelt wird durch Gesetze geschützt. Das Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG) begrenzt schädliche Emissionen und verpflichtet Unternehmen, die Luftqualität zu schützen. Das Wasserhaushaltsgesetz (WHG) stellt sicher, dass Abwässer aus der Produktion ordnungsgemäß gereinigt werden.¹⁰⁵ Das Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG) fördert die Abfallvermeidung und das Recyceln von Textilien. Das Chemikaliengesetz regelt in Kombination mit der REACH-Verordnung den Umgang mit Chemikalien.¹⁰⁶ Diese Gesetze bilden den Rahmen,

Umweltrecht gemacht. https://www.klimareporter.de/international/china-hat-erhebliche-fortschritte-im-umweltrechtgemacht?utm_source=chatgpt.com. [Abgerufen 08.01.2025].

101 Vgl. Bundesregierung: Lieferkettengesetz: Zum Schutz der Menschenrechte. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/lieferkettengesetz-1872010>. [Abgerufen 01.07.2024].

102 Vgl. ebd.

103 Vgl. Deutscher Gewerkschaftsbund: Gesetzlicher Mindestlohn in Deutschland. <https://www.dgb.de/service/ratgeber/mindestlohn/>. [Abgerufen 01.07.2024].

104 Vgl. ebd.

105 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft: Bundes-Immissionsschutzgesetz. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Gesetze/Energie/BImSchG.html>; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz: Wasserhaushaltsgesetz. <https://www.bmuv.de/>. [Abgerufen 09.01.2025].

106 Vgl. dass.: Kreislaufwirtschaftsgesetz. <https://www.bmuv.de/gesetz/kreislaufwirtschaftsgesetz>; Bundesumweltamt: REACH. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/chemikalien/reachchemikalien-reach> [Abgerufen 09.01.2025]. REACH steht für Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals und ist eine Verordnung der EU.



Schaufenster mit Jogginghose. Foto: Jogginghosenseminar.

um die deutsche Textilindustrie auf nachhaltigere und umweltfreundlichere Produktionsmethoden auszurichten.

Nachhaltige Produktionsmöglichkeiten

Um Fast Fashion entgegenzuwirken, ist die Stärkung eines verantwortungsvollen nachhaltigen Konsumverhaltens erforderlich. Ein solcher Bewusstseinswandel ist beim Trend zu Slow Fashion zu beobachten.¹⁰⁷ Eine steigende Zahl von Marken fokussiert sich auf nachhaltige Produktion und faire Arbeitsbedingungen. Ein Beispiel ist der deutsche Sportbekleidungshersteller TRIGEMA, der seine Produktion in Deutschland nach hohen Umwelt- und Mitarbeiterstandards ausrichtet.¹⁰⁸

Beim verantwortungsbewussten Konsum helfen Umweltlabel wie das Global Organic Textile Standard (GOTS). Es setzt auf kontrolliert ökologischen Anbau der Bio-Baumwolle und die Weiterverarbeitung ohne kritische Chemikalien und Schwermetalle sowie die Einhaltung sozialer Aspekte. Ein weiteres Label ist OEKO-TEX Made in Green aus der Oeko-Tex-Familie, dessen Standards teilweise höher sind als die von GOTS.¹⁰⁹ Bei der Einschätzung der Textilsiegel hilft die Website Siegelklarheit, die von der deutschen Bundesregierung unterstützt wird.¹¹⁰ Die Seite bietet eine Übersicht über Siegel zu den Bereichen Umwelt, Soziales und Arbeitsbedingungen. Zum nachhaltigen Konsum trägt bei, in lokalen Geschäften zu kaufen, die sich gegen die Übermacht der Online-Plattformen behaupten. In Osnabrück bieten zum Beispiel Young Diversity oder 34/19 Organic Clothing und das Ökolädchen Jogginghosen aus fairer und ökologischer Produktion an.¹¹¹

107 Slow Fashion setzt auf nachhaltige Produktion, faire Arbeitsbedingungen und langlebige, qualitativ hochwertige Kleidung.

108 Vgl. TRIGEMA: TRIGEMA Deutschlands größter Sport- und Freizeitbekleidungshersteller. <https://www.trigema.de/>. [Abgerufen 02.07.2024].

109 Vgl. Talk2move: Die wichtigsten Gütesiegel für Textilien. <https://www.talk2move.de/neuigkeiten/die-wichtigstenguetesiegel-fuer-textilien/>. [Abgerufen 02.07.2024].

110 Vgl. Siegelverzeichnis: Siegelklarheit. https://www.siegelklarheit.de/siegelverzeichnis/#/sort:rating_desc. [Abgerufen 18.12.2024].

111 Im Textilen Gestalten ist in einem Seminar unter Leitung von Lesley-Ann Baldwin ein Better Fashion Guide entstanden. Vgl. https://www.textil.uni-osnabrueck.de/fileadmin/user_upload/2024_08_12_better_fashion_guide_web.pdf. [Abgerufen 08.08.2025].

Fazit

Die Textilindustrie steht weltweit vor enormen Herausforderungen. Fast Fashion, Massenproduktion, schneller Konsum und Wegwerfmentalität führen zu folgen-schweren Konsequenzen wie moderner Zwangsarbeit, Umweltverschmutzung und Artensterben. Nachhaltige Produktionsalternativen sowie Unternehmen, die auf faire Arbeitsbedingungen und umweltfreundliche Materialien setzen, bieten Lösungsansätze. Das zeigt, dass ethische und ökologische Mode möglich, bezahlbar und qualitativ hochwertig sein kann. Die Verantwortung liegt neben den Hersteller:innen, Unternehmen und Politiker:innen bei den Konsument:innen. Ein Hinterfragen unseres Konsum-verhaltens kann zu einem gesteigerten Bewusstsein für nachhaltigen Konsum führen.

Literatur und Quellen

Baldwin, Lesley-Ann/Hense, Marie: Better Fashion Guide für die Stadt Osnabrück. Osnabrück 2024. https://www.textil.uni-osnabrueck.de/fileadmin/user_upload/2024_08_12_better_fashion_guide_web.pdf. [Abgerufen 08.08.2025].

Barthes, Roland: Die Sprache der Mode. 10. Auflage. Frankfurt a. M. 2017. [1. Auflage Frankfurt a. M. 1985].

Belgae: Mode. Alles über den Athleisure Stil. <https://www.belgae.be/de/blog/athleisure>. [Abgerufen 18.12.2024].

Bezirksjournal: Die Auswirkungen von Social Media auf Modetrends. <https://bezirks-journal.de/die-auswirkungen-von-social-media-auf-modetrends/>. [Abgerufen 18.12.2024].

Bruce, Annette/Jeromin, Christoph. Markenstrategischer Fit im Influencer Marketing: Die Marke im Spannungsfeld zwischen Kontinuität und Freiheit. In: Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021. S. 61 - 74.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz: Kreislaufwirtschaftsgesetz. <https://www.bmuv.de/gesetz/kreislaufwirtschaftsgesetz>. [Abgerufen 09.01.2025].

Bundesministerium für Wirtschaft: Bundes-Immissionsschutzgesetz. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Gesetze/Energie/BlmSchG.html>. [Abgerufen 09.01.2025].

Bundesregierung: Lieferkettengesetz: Zum Schutz der Menschenrechte. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/lieferkettengesetz-1872010>. [Abgerufen 01.07.2024].

Busche, Hubertus: Dass einer des anderen Kleidung verstehe? Zum Orientierungswert der vestimentären Zeichensprache. In: Bertino, Andrea et al. (Hrsg.): Zur Philosophie der Orientierung. Berlin 2016. S. 312-320.

Business Tips: Athleisure. Der globale Modetrend. <https://www.business-tips.de/athleisure-der-globale-modetrend/>. [Abgerufen 18.12.2024].

Clean Clothes Campaign Germany: China - Kampagne für Saubere Kleidung. <https://sauberekleidung.de/china/>. [Abgerufen 25.06.2024].

Denisova, Anastasia: Fashion Media and Sustainability. Encouraging Ethical Consumption via Journalism and Influencers. London 2021.

Deutscher Gewerkschaftsbund: Gesetzlicher Mindestlohn in Deutschland. <https://www.dgb.de/service/ratgeber/mindestlohn/>. [Abgerufen 01.07.2024].

Die Welt: Jogginghosen-Verbot an Schule in NRW sorgt für Ärger. Ausgabe vom 23.03.2023. <https://www.welt.de/vermischtes/article244442234/NRW-Jogginghosen-Verbot-an-Wermelskirchener-Schule-sorgt-fuer-Aerger.html>. [Abgerufen 18.02.2025].

Eco, Umberto: Für eine semiologische Guerilla. In: ders.: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen (8. Aufl.). München 2007. S. 146–156. [1. Ausgabe München 1985].

Fink. Hamburg: Männlichkeit im Minikleid. <https://fink.hamburg/2022/01/maennlichkeit-im-minikleid/>. [Abgerufen 28.02.2025].

Frankfurter Rundschau.: Imagewandel der Jogginghose: Auf dem Weg in jede Lebenslage. Ausgabe vom 07.01.2019, <https://www.fr.de/ratgeber/imagewandel-jogginghose-jede-lebenslage-11033736.html>. [Abgerufen 18.12.2024].

Freeman, Liam: Gender Neutral Fashion. Braucht die Mode noch Geschlechtergrenzen? In: Vogue Germany vom 06.12.2018. <https://www.vogue.de/mode/artikel/geschlechtsneutrale-mode> [Abgerufen am 20.02.2025].

Fries, Peter J.: Influencer-Marketing. Informationspflichten bei Werbung durch Meinungsführer in Social Media. Wiesbaden 2019.

Inspektorin Grün: Umweltsünderin Textilbranche. Fünf zentrale Probleme. <https://inspektorin-gruen.at/2021/11/16/umweltsuenderin-textilbranche-fuenfzentrale-probleme/>. [Abgerufen 25.06.2024].

Germany Trade & Invest: China: Nachhaltigkeit/Umweltschutzrecht. <https://www.gtai.de/de/trade/china/recht/china-nachhaltigkeitumweltschutzrecht-894490>. [Abgerufen 08.01.2025].



GOTS-Siegel. Grafik: Global Standard gGmbH.



Nachhaltige Produktion in Europa. Foto: GOTS Portugal.

Gottwald, Lana: Zwischen Boyfriend Jeans und High Heels. Crossdressing als Durchbruch der Gendernormen? In: Medienobservationen (Sonderausgabe „Mode-Macht-Männer“) vom 16.09.2022. <https://www.medienobservationen.de/2022/0916-gottwald/>. [Abgerufen 22.02.2025].

Greenpeace: An der Quelle der Vergiftung. <https://www.greenpeace.de/engagieren/nachhaltiger-leben/quellevergiftung>. [Abgerufen 06.06.2024].

Greenpeace: Textilindustrie vergiftet Gewässer. <https://www.greenpeace.de/engagieren/nachhaltigerleben/textil-industrie-vergiftetgewaesser>. [Abgerufen 06.06.2024].

Harders, Jan: Die Geschichte der Jogginghose. <https://www.jogginghosenstag.de/die-geschichte-der-jogginghose/>. [Abgerufen 05.01.2025].

Hoffmann, Hans-Joachim: Kommunikation mit Kleidung. In: Communications, (7) Heft 2-3. Berlin 2009. S. 269 - 290.

Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021.

Jahnke, Marlies: Fallbeispiele: Influencer Marketing-Cases aus 13 Branchen. In: dies. (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021. S. 187 - 219.

Juli, Anne Marie: Bluejeans. Globale Kluft oder persönliches Statement? München 2023.

Justo, Graciete: Kleidung als Mittel nonverbaler Kommunikation und Selbstdarstellung, Hamburg 2015.

Klimareporter: China hat erhebliche Fortschritte im Umweltrecht gemacht. https://www.klimareporter.de/international/china-haterhebliche-fortschritte-im-umweltrechtgemacht?utm_source=chatgpt.com. [Abgerufen 08.01.2025].

Konsequent: Jogginghosen in der Schule: Mode-Trend oder Kontrollverlust? Schulblog des Gymnasiums Konz. <https://konsequent.gymnasium-konz.de/p=6463>. [Abgerufen 18.12.2024].

Krüger, André: Wie geht das? Herausforderungen für Unternehmen, Agenturen und Influencer. In: Jahnke, Marlies, (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021. S. 127 - 152.

Lis, Bettina/Neßler, Christian/Ziewiecki, Sandra: Influencer Marketing. In: WiSt - Wirtschaftswissenschaftliches Studium (48) Heft 2-3. Berlin 2019.

Marketresearch Intellect.: Anstiege des Athleisure-Marktes. Wie Komfort in der neuen Ära der Activewear auf Mode trifft. <https://www.marketresearchintellect.com/de/blog/athleisure-market-surge-how-comfortmeets-fashion-in-the-new-era-of-activewear/>. [Abgerufen 18.12.2024].

Mauch, Daniela: Zur Ausdifferenzierung der Sportmode. Eine systemtheoretische Untersuchung. Hohengehren 2005.

Menzel, Rebecca: Jeans in der DDR. Vom tieferen Sinn einer Freizeithose. Berlin 2004.

Michael, Carlo: Der soziale Sinn der Mode. Kleidung und Mode aus sozialpsychologischer Sicht. In: Holenstein, André/Meyer Schweizer, Ruth et al. (Hrsg.): Zweite Haut. Zur Kulturgeschichte der Kleidung. Bern 2010.

Montgomery, Joy: Adidas Jogginghose: Wie Sie die Trainingshose als Frühlingstrend jetzt kombinieren können. In: VOGUE Germany vom 19.03.2025. <https://www.vogue.de/artikel/jogginghose-adidas-styling>? [Abgerufen 02.04.2025].

Neue Westfälische: Realschule in Bad Oeynhausen verbietet Jogginghosen. https://www.nw.de/lokal/kreis_min-den_luebbecke/bad_oeynhausen/22420114_Jogginghosen-Verbot-an-der-Realschule-Sued.html. [Abgerufen 24.05.2025].

Nirschl, Marco/Steinberg, Laurina: Einstieg in das Influencer Marketing. Grundlagen, Strategien und Erfolgsfaktoren. Wiesbaden 2017.

Noris, Alice/Cantoni, Lorenzo: Digital Fashion Communication. An (Inter)cultural Perspective. Leiden/Boston 2020. Oxford University Press: athleisure. <https://doi.org/10.1093/oed/5115869653> [Abgerufen 06.01.2025].

Ostner, Ilona: Geschlecht. In: Kopp, Johannes/Steinbach, Anja (Hrsg.): Grundbegriffe der Soziologie. Trier 2024. S. 155 f.

Pfleger, Linda: Wenn die Jogginghose zum Verwaltungsakt führt. In: Legal Tribune Online vom 27.03.2023. <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/unterrichtsauschluss-schule-wegen-jogginghose-nicht-rechtmassig>. [Abgerufen 18.12.2024].

PwC Solutions: Zwischen Entertainer und Werber: Wie Influencer unser Kaufverhalten beeinflussen. <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-zwischen-entertainer-und-werber.pdf>. S. 8. [Abgerufen 05.01.2025].

Raciniewska, Alicja: Politisierte Kleidung und politischer Charakter von Mode. In: (Kon-)Texte des Politischen (3) . Weinheim/Basel 2018. S. 81 - 100.

Researchbird: Fashion Influencer: Trends, Herausforderungen und ihre Rolle in der Modeindustrie". <https://www.researchbird.io/magazin/de/fashion-influencer/> [Abgerufen 05.01.2025].

Sanvt: Die Geschichte der Jogginghose. <https://sanvt.com/de/blogs/journal/history-ofsweatpants>. [Abgerufen 23.02.2025].

Sara Geisler: Mit Jogginghosen in die Schule? ZEITmagazin vom 22. 01.2025. <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2025/04/jogginghosen-schule-arbeit-stil>. [Abgerufen 18.02.2025].

Sbai, Adil: TikTok – der neue Stern am Social-Media-Himmel. In: Jahnke, Marlies (Hrsg.): Influencer Marketing. Für Unternehmen und Influencer. Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen. Wiesbaden 2021. S. 95 - 126.

Scheiper, Petra: Textile Metamorphosen als Ausdruck gesellschaftlichen Wandels. Hannover 2006.

Siegelklarheit: Siegelverzeichnis – Siegelklarheit. https://www.siegelklarheit.de/siegelverzeichnis#/sort:rating_desc. [Abgerufen 18.12.2024].

Südwind-Institut: Und was ist mit den Menschenrechten? China und die Sorgfaltspflichten. https://www.suedwind-institut.de/fileadmin/Suedwind/Publikationen/2024/2024-07-China-Studie_Sorgfaltspflichten_Und_was_ist_mit_den_Menschenrechten.pdf. [Abgerufen 07.01.2025].

Sommer, Carlo Michael: Der soziale Sinn der Mode. Kleidung und Mode aus sozialpsychologischer Sicht. Regensburg 1989.

Social Media Akademie: Social Media. <https://www.socialmediaakademie.de/social-media>. [Abgerufen 05.01.2025].

Stern: Jogginghosen-Verbot an Schulen: Das sagt das Gesetz – und das die Benimm-Experten. Ausgabe vom 25.03.2023. <https://www.stern.de/lifestyle/mode/jogginghosen-verbot-an-schulen--das-sagt-das-gesetz--und-das-die-benimm-experten>.

ginghosen-verbot-an-schulen--das-sagt-das-gesetz--und-dasknigge-33316610.html. [Abgerufen 18.12.2024].

Süddeutsche Zeitung: Lagerfeld und der Jogginghosen-spruch: Zeit für Spurensuche. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/mode-lagerfeld-und-der-jogginghosenspruch-zeit-fuer-spurensuche-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220308-99-429680>. [Abgerufen 06.12.2024].

Südwestdeutscher Rundfunk: Vom Schlabberlook zum It-Piece: Die Jogginghose erreicht den Laufsteg. <https://www.swr.de/swrkultur/lebenund-gesellschaft/vom-schlabberlook-zum-fashion-it-piece-die-jogginghose-erreicht-den-laufsteg-100.html>. [Abgerufen 28.02.2025].

Talk2Move: Die wichtigsten Gütesiegel für Textilien. <https://www.talk2move.de/neuigkeiten/die-wichtigsten-guetesiegel-fuertextilien/>. [Abgerufen 02.07.2024].

Trigema: TRIGEMA Deutschland. <https://www.trigema.de/>. [Abgerufen 02.07.2024].

Umweltbundesamt: REACH: Chemikalien. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/chemikalien/reachchemikalien-reach>. [Abgerufen 09.01.2025].

VanHooker, Brian: The Cultural History of Sweatpants. <https://melmagazine.com/en-us/story/the-cultural-history-of-sweatpants>. [Abgerufen 19.02.2025].

Verbraucherservice Bayern: Upcycling – Kreativer Umgang mit ausgedienten Textilien - Hauswirtschaft. <https://www.verbraucherservicebayern.de/themen/hauswirtschaft/upcycling-kreativer-umgang-mit-ausgedienten-textilien>. [Abgerufen 09.01.2025].

Vocatiuummagazin.: Jogginghosen-Verbot an der Schule? <https://www.erfolg-im-beruf.de/vocatiuummagazin/themen/unterrichtund-schule/stylecheck>. [Abgerufen 18.12.2024].

Völlinger, Andreas: Im Zeichen des Marktes. Culture Jamming, Kommunikationsguerilla und subversiver Protest gegen die Logo-Welt der Konsumgesellschaft. Marburg 2010.

Wasser, Nicolas: The Promise of Diversity. How brazilian brand capitalism affects precarious identities and work. Bielefeld 2017.

Watzlawick, Paul/Beavin Janet/Jackson Don: "Man kann nicht nicht kommunizieren". Menschliche Kommunikation. Stuttgart/Wien 1969.

Westdeutscher Rundfunk: Jogginghose im Unterricht. Was dürfen Schulen verbieten? <https://www1.wdr.de/nachrichten/jogginghosekleiderordnung-schule-100.html>. [Abgerufen 18.12.2024].

Wildgen, Wolfgang: Visuelle Semiotik. Bielefeld 2013.

Wolf, Reiner: Rebellion in Serie. Eine Jeans passt immer. In: Hülsenbeck, Annette (Hrsg.): Das passt! Kleiderwahl im Wandel. Bramsche 2016. S. 50 – 59.

Wolter, Gundula: Wie die Frau zur Hose kam. In: Textil-Wirtschaft (46). Frankfurt a. M. 1994.

Passant in Jogginghose in Osnabrück. Foto: Reiner Wolf. >



Vorschau auf die nächste Ausgabe

Die nächste Ausgabe der St!chwort beschäftigt sich mit Themen rund um Circular Textiles, sprich die Erhöhung der Lebensdauer von Textilien durch Repair, Reuse und Upcycling. Dazu gehören Auszüge aus der Masterarbeit von Anja Leshoff mit dem Thema Visible Mending, Einblicke in das Kooperationsprojekt mit dem Hochschulsport Osnabrück zum Upcycling ausrangierter Sportgeräte sowie die Teilnahme am Re:pair Festival Wien.

Impressum

Redaktion
Prof.in Dr.in Bärbel Schmidt
Dr.in Lucia Schwalenberg

Gestaltungsvorlage
sec, Osnabrück

Layout und Gestaltung
Dr.in Lucia Schwalenberg

Fotos
Titelfoto: Yannick Duda (Färbeproben für die Ausstellung DRESSED - Rom Macht Mode).
Weitere Fotos siehe Fotohinweise der Einzelbeiträge.

Druck
Martina Witte, Hausdruckerei Universität Osnabrück

© 2025
ISSN 2627-4000

Bibliografische Information 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.

Erscheinungsweise jährlich
Ausgabe 2024

ISSN 2627-4000

Universität Osnabrück
FB 01: Kultur- und Sozialwissenschaften
Textiles Gestalten

Seminarstraße 33 – 34
49074 Osnabrück

www.textil.uni-osnabrueck.de