

Universität Pardubice  
Philosophische Fakultät

Modeindustrie des 20. und 21. Jahrhunderts in Deutschland

Sára Kuželová

Abschlussarbeit

2020

Univerzita Pardubice  
Fakulta filozofická  
Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Sára Kuželová**  
Osobní číslo: **H17088**  
Studijní program: **B7310 Filologie**  
Studijní obor: **Německý jazyk pro odbornou praxi**  
Téma práce: **Modeinsudstrie des 20. und 21. Jahrhunderts in Deutschland**  
Zadávající katedra: **Katedra cizích jazyků**

### Zásady pro vypracování

Studentka se bude zabývat přehledem dějin módy od 20. století. Zejména zohlední známé módní značky a osobnosti se vztahem k německy mluvícímu kulturnímu prostředí. Pozornost bude věnována i ekologické problematice a tzv. udržitelné módě.

Rozsah pracovní zprávy:  
Rozsah grafických prací:  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**  
Jazyk zpracování: **Němčina**

Seznam doporučené literatury:

COLCHESTER, Chloë (2007): *Textilien heute: Ein globaler Überblick über aktuelle Trends*. Basel: Haupt.  
COX, Barbara (2013): *Ve jménu módy: ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta.  
DIEKAMP, Kirsten a Werner KOCH (2010): *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag  
GÜRTLER, Christa a HAUSBACHER, Eva (2015): *Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaft*. Bielefeld: transcript Verlag.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Helena Jaklová, Ph.D.**  
Katedra cizích jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **1. dubna 2019**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2020**



---

**doc. Mgr. Jiří Kubeš, Ph.D.**  
děkan

---

**PhDr. Bianca Beníšková, Ph.D.**  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 11. prosince 2019

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 3. 2020

Sára Kuželová

## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich bei all jenen Personen bedanken, die auf unterschiedliche Art und Weise zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben. Mein hauptsächlicher Dank gilt Frau PhDr. Helena Jaklová, Ph. D. für die motivierende Anregungen, das Korrekturlesen und für die hilfreiche Betreuung bei der Anfertigung dieser Arbeit. Außerdem möchte ich mich bei meinen Freunden bedanken, die mir mit viel Hilfsbereitschaft zur Seite standen. Abschließend möchte ich meiner Familie für die unaufhörliche Unterstützung während des ganzen Studiums danken.

## **ANNOTATION**

Diese Arbeit widmet sich der Analysierung der deutschen Modeindustrie in Bezug auf das 20. und das 21. Jahrhundert. Im Mittelpunkt stehen die berühmten deutschen Modemarken und Modeschöpfer. Weiter wird die Beziehung der Mode und Kultur dargestellt. In der Arbeit wird auch das Thema der Nachhaltigkeit und nachhaltiger Mode erörtert. Gleichzeitig wird die Stellung der Deutscher zu dieser Problematik umfasst.

## **SCHLAGWÖRTER**

Modegeschichte, Mode und Kultur, nachhaltige Mode, 20. und 21. Jahrhundert

## **NÁZEV**

Módní průmysl 20. a 21. století v Německu

## **SOUHRN**

Práce se věnuje analýze německého módního průmyslu v období 20. a 21. století. Pozornost je zejména zaměřena na německé módní značky a návrháře. Dále je popsán vztah módy a kultury. V práci je také rozebráno téma udržitelnosti a udržitelné módy. Současně je zahrnuto postavení Němců k této problematice.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

historie módy, móda a kultura, udržitelná móda, 20. a 21. století

## **TITLE**

Fashion Industry in Germany in the 20<sup>th</sup> and the 21<sup>st</sup> Century

## **ABSTRACT**

The thesis deals with analysis of the German fashion industry in the 20<sup>th</sup> and the 21<sup>st</sup> century. The German fashion brands and designers are brought into focus. The text describes a link between fashion and culture. The question of sustainable fashion and sustainability itself is examined as well. The author also discusses the attitude of the Germans towards this topic.

## **KEYWORDS**

history of fashion, fashion and culture, sustainable fashion, 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> century

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	11
1 Ein Überblick der Modegeschichte ab dem 20. Jahrhundert .....	12
1.1 Definition der Mode .....	12
1.2 Die einzelnen Jahrzehnten.....	13
2 Deutsche Modemarken in der Welt .....	21
2.1 Adidas versus Puma – die Geschichte .....	21
2.1.1 Die Geschichte von Adidas.....	22
2.1.2 Die Geschichte von Puma.....	24
2.2 HUGO BOSS .....	24
2.2.1 Die Geschichte .....	24
2.3 Gerry Weber.....	26
3 Die bekannten deutschen Modeschöpfer .....	27
3.1 Stephan Schneider .....	27
3.2 Wolfgang Joop .....	27
3.3 Jil Sander.....	28
3.4 Leyla Piedayesh .....	29
3.5 Kilian Kerner.....	30
3.6 Guido Maria Kretschmer.....	30
4 Karl Lagerfeld als einer der einflussreichsten Modeschöpfer der Welt .....	32
4.1 Das Leben.....	32



4.2	Die Karriere.....	33
4.3	Seine Inspiration.....	34
4.4	Nach Karl Lagerfelds Tod.....	35
5	Mode und Kultur.....	37
5.1	Die Definition der Kultur.....	37
5.2	Die Beziehung von Kultur und Mode.....	38
5.2.1	Die Trachtenmode.....	40
5.2.2	Die Beeinflussung der Mode.....	41
6	Die Nachhaltigkeit.....	43
6.1	Nachhaltigkeit in Deutschland.....	44
6.2	Der Begriff und seiner Entwicklung.....	46
6.3	Entwicklung der nachhaltigen Mode.....	47
6.3.1	Deutsche nachhaltige Mode.....	48
6.4	Fast Fashion X Slow Fashion.....	50
6.5	Vorteile und Nachteile der nachhaltigen Mode.....	52
6.6	Wie kann man sich im Rahmen der Mode nachhaltig verhalten?.....	53
6.7	Natürliche Materialien.....	54
6.7.1	Zertifizierungen.....	57
6.8	Die Zukunft der nachhaltigen Mode im Kontext deutscher Marken.....	58
7	Zusammenfassung.....	61
8	Resumé.....	63
9	Quellen.....	64
9.1	Literaturverzeichnis.....	64
9.2	Internetquellen.....	65

9.3	E-Books.....	76
9.4	Filme .....	77
9.5	Online-Videos .....	77
9.6	Akademische Arbeiten .....	78
10	Bilderverzeichnis .....	79
11	Terminologie.....	80

## Einleitung

Vorliegende Arbeit befasst sich mit dem Thema *Modeindustrie des 20. und 21. Jahrhunderts in Deutschland*. Das Ziel dieser Arbeit stellt die Analysierung der Modeindustrie und Untersuchung der nachhaltigen Mode vornehmlich in Bezug auf die Bundesrepublik Deutschland dar. Das andere Ziel besteht darin, den Zusammenhang von Mode, Kultur und Gesellschaft zu finden. Diese Arbeit sollte auch die Differenzen zwischen diesen zwei Jahrhunderten beschreiben.

Die Arbeit gliedert sich in mehrere Teile. Das erste Kapitel beschäftigt sich mit dem historischen Überblick der Modegeschichte ab dem 20. Jahrhundert. Es ist wichtig, in die Geschichte der Mode einen Blick zu werfen, weil die Modetrends sich immer in bestimmter Form wiederholen. Danach werden die in der Welt bekannten deutschen Bekleidungsmarken und auch die berühmten deutschen Modeschöpfer erwähnt. Ein selbstständiges Kapitel wird dem weltweit bekanntesten deutschen Modedesigner Karl Lagerfeld gewidmet.

Die Mode und Kultur hängen sehr eng zusammen, deswegen versuche ich in dieser Arbeit auch diese Beziehung tiefer zu beschreiben. Anschließend wird das Thema der Nachhaltigkeit und der nachhaltigen Mode erörtert. Die Nachhaltigkeit betrifft hauptsächlich das verantwortliche Benehmen zur Natur und das bessere Umgehen mit natürlichen Ressourcen. Die Modeindustrie gehört zu den größten Naturverschmutzern und stellt eine große Belastung unserer Umwelt dar. Deswegen ist es wichtig, über diese Problematik mehr nachzudenken.

Die heutigen Trends der Mode sind sehr frei, also man kann die verschiedensten Farben, Muster, Materialien und Stile kombinieren. Heutzutage ist alles erlaubt. Das konnte man nicht ein Jahrhundert früher sagen. Aber in jüngster Zeit werden immer mehr die Umwelt und Natur berücksichtigt, weil die Produktion von Bekleidung steigt und es wird viel mit Materialien verschwendet. Deshalb beschäftigt sich die Forschungsfrage mit der zukünftigen Entwicklung der nachhaltigen Mode und auch damit, ob diese Philosophie positive oder eher negative Aussichten in die Zukunft hat.

# 1 Ein Überblick der Modegeschichte ab dem 20. Jahrhundert

## 1.1 Definition der Mode

Die Mode gehört seit Urzeiten zu den Hauptbestandteilen der menschlichen Gesellschaft. Sie reflektiert, was sich in der Gesellschaft geschieht, reagiert darauf und gleichzeitig ist davon inspiriert. Die Vielfalt der Mode ist unendlich. Die Inspiration kann in der Natur, Kunst oder in der Architektur gefunden werden. Die unterschiedlichen Stile variieren sich dann je nach bestimmter Kultur, Epoche oder nach dem bestimmten Volk oder Ereignis. Die Mode gibt uns auch die Möglichkeit, nicht nur unsere Persönlichkeit, sondern auch unsere Gefühle und Laune zu äußern. Dies gehört zu den Hauptfunktionen der Mode. Einige Impulse kommen auch von Musik, Subkulturen und Jugendphänomenen. Aber das wichtigste ist das Individuum selbst.<sup>1</sup> Der eigene Stil bedeutet nicht automatisch modisch zu sein. Ganz wichtig ist es zu wissen, was mir gutsteht und in welcher Kleidung ich mich wohlfühle. Wenn ich dieses schaffe, kann die Kleidung meine Persönlichkeit besonders unterstreichen.

Was die Freiheit von Kombination verschiedensten Farben, Mustern und Materialien betrifft, sind keine Grenzen gesetzt. Heutzutage ist viel erlaubt. Das war aber in der Vergangenheit nicht so. Im 20. Jahrhundert erlebten die Menschen ganz schwerere Zeiten als wir heute. Die Selbstbestimmung wurde von historischen Ereignissen viel beeinflusst.

---

<sup>1</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 2

## 1.2 Die einzelnen Jahrzenten

Am Anfang des 20. Jahrhunderts wurde die Frau im Jugendstil als ein Schmuckobjekt wahrgenommen und die Motive waren meistens pflanzlicher und natürlicher Art. Die Frauen haben überdekorierte Hüte und eng geschnürte Taille getragen.<sup>2</sup> Ein bisschen später kam das Reformkleid. Die Frauen wollten sich vom Korsett befreien, weil es medizinisch nicht gesund war. In Deutschland erschien die Kritik des Korsetts schon am Ende des 19. Jahrhunderts.<sup>3</sup> Die erste große Couturiere hieß Jeanne Paquin. Sie bekam selbst ein Modesymbol wegen ihres eigenen Stils und sie war auch die erste Frau, die sich als eine aktive Unternehmerin in der Modebranche durchgesetzt hat.<sup>4</sup> Paquin hat ganz großen Wert auf die Bequemlichkeit, Funktionalität und vielfältige Verwendbarkeit gelegt.<sup>5</sup> Während der Zeit des ersten Weltkrieges gab es ein geschränktes Angebot von Materialien und die Wirtschaft musste vielen Problemen standhalten. Aber trotzdem ist es einer der wichtigsten Frauen der Modeindustrie gelungen, sich durchzusetzen. Ihr Name klingt Coco Chanel. Mit Coco Chanel begann eine große Mode-Revolution. Frauen begannen die männlichen Elemente in ihre Garderobe einzugliedern und die Mode ist im Allgemeinen schlichter geworden. *„Sie nahm das englische Männliche und machte sie weiblich. Coco entfernte alles, was ihr überflüssig schien und sie wollte die Modelle für moderne Frauen erschaffen.“*<sup>6</sup> Sie hat den Frauen mit lockeren Schnitten die Freiheit gewährt. Im Jahr 1926 erklärte Coco die schwarze Farbe als die einzigartige Farbe für das vollkommene Kleid.<sup>7</sup> Coco Chanel ist eine unsterbliche Ikone, die als große Inspiration noch heute gilt. Der wichtigste Fortsetzer der Marke Chanel heißt Karl Lagerfeld, über den ich später schreiben werde.

---

<sup>2</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 14

<sup>3</sup>Vgl. LEUZE, Julie, 2002. *Brustpanzer oder Reformkleid* [online]. Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH, 21.08.2002 [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.wissenschaft.de/magazin/weitere-themen/brustpanzer-oder-reformkleid/>

<sup>4</sup>Vgl. REEDER, Jan Glier, [kein Datum]. *Jeanne Paquin* [online]. Burlingame: LoveToKnow Corp. [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-designers/jeanne-paquin>

<sup>5</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 22

<sup>6</sup>ebd. S. 27

<sup>7</sup>Vgl. ebd.

Nach dem ersten Weltkrieg kam die Gebrauchsfähigkeit in Vordergrund.<sup>8</sup> Der Widerspruch zwischen der Männlichkeit und Weiblichkeit war deutlich. Kurze Frisuren waren damals unter den Frauen sehr beliebt. Die Richtung der Mode war in diesem Sinne legerer. In dieser Zeit haben sich die Sportanzüge großer Beliebtheit erfreut. Die Frauen haben angefangen, die verschiedenen Sportarten auszuprobieren. Für jede Sportart wurde spezielle Kleidung vorgeschrieben. Das typische Aussehen der Frau der 20er Jahre, die auch Goldene Zeiten genannt wurden, stellte schlanke und kurzhaarige Dame dar. An den Kleidern erschienen die Fersen und an den Hälsen der Frauen lange Perlenketten.<sup>9</sup> Ein heißer Trend dieser Epoche waren auch die mit dem Edelstein oder mit den Federn geschmückten Stirnbänder.<sup>10</sup> Großes Phänomen dieser Zeit hieß „das kleine Schwarze“. Es galt als eine Uniform der modernen Frauen, die Geschmack hatten. Nicht umsonst wurde dieses Kleid als eine „Tag-Abendbrücke“ genannt.<sup>11</sup> Dieses Phänomen bleibt noch heute aktuell. Jede Frau soll das kleine Schwarze in ihrem Schrank besitzen, weil man über andere Outfit-Teilen nicht mehr so kompliziert nachdenken muss. Es gibt sehr viele Möglichkeiten, wie eine Frau solches Kleid ausnutzen kann.

Zwischen den Kriegen in 30er Jahren galt die berühmte deutsche Schauspielerin und Sängerin Marlene Dietrich als ein Idol. Sie war Inspiration für die emanzipierenden Frauen dieser Zeit.<sup>12</sup> Marlene war die erste Frau, die Hose getragen hat. Ihre dünnen Augenbrauen, lange Beine und ein koketter Blick haben ihr perfektes Aussehen gebildet. In ihrem ersten Hollywood Film „*Marokko*“ ist sie in einem Hosenanzug aufgetreten. In dieser Epoche wurde es als ein Skandal wahrgenommen. Marlene hat sowohl mit der Weiblichkeit als auch mit der Männlichkeit gespielt, manchmal hat sie Hosenanzug mit einem Zylinder getragen und manchmal ein

---

<sup>8</sup>Vgl. ebd. S. 5

<sup>9</sup>Vgl. ebd. S. 36

<sup>10</sup>Vgl. COXOVÁ Barbara, Carolyn S. JONESOVÁ, David a Caroline STAFFORDOVI, 2013. *Ve jménu módy: Ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 978-80-204-2928-5. S. 115

<sup>11</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 41

<sup>12</sup>Vgl. GRETTER, Susanne, [kein Datum]. *Marlene Dietrich* [online]. *Biografie*. Hannover/Boston: Institut für Frauen-Biographieforschung Hannover/Boston [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <http://www.fembio.org/biographie.php/frau/biographie/marlene-dietrich/>

Glitzerkleid mit Federboa.<sup>13</sup> Die Mode wurde also viel vom Film inspiriert. Die Marlene hat einmal gesagt: „*Ich ziehe mich für mein Image an. Nicht für mich, nicht für das Publikum, nicht für die Mode, nicht für Männer. Was ist mein Image? Ein Konglomerat aller Rollen, die ich gespielt habe.*“<sup>14</sup>

Als eine Rivalin von Coco Chanel wurde Elsa Schiaparelli betrachtet. Die geborene Italienerin wurde durch den provokativen Unterton ihrer Modelle bekannt. Sie hat auch viel mit den Materialien experimentiert. Ihre Modelle haben auch Naturelemente symbolisiert und immer bunte Farben beinhaltet. Nach ihrer Meinung sollte Mode Spaß machen und schockieren. Elsa war viel von der Kunst inspiriert. Unter anderem hat sie mit Salvador Dalí mitgearbeitet.<sup>15</sup>

Während der 30er Jahre sah die Mode ganz elegant aus. Das Ideal symbolisierten breite Schultern und schmale Hüften.<sup>16</sup> Die Damen haben sehr oft ein Kostüm, einen Rock oder eine taillierte Jacke getragen.<sup>17</sup> Die Kleider wurden meistens glockig geschnitten. Dieser Schnitt freute sich ganz großer Beliebtheit, man konnte es auch „Prinzesskleid“ nennen. Auf kurze Zeit ist wieder die moderne Version von Krinoline zurückgekommen.<sup>18</sup> Im Jahr 1933 ist eine politische Wende geschehen, und zwar wenn Adolf Hitler zur Macht kam. Von diesem Ereignis ist die Mode auch beeinflusst worden. Die Uniformen und alpenländischen Trachten haben überwogen.<sup>19</sup>

---

<sup>13</sup>Vgl. STOCKER, Naomi, [kein Datum]. *Porträt einer Stilikone* [online]. *Marlene Dietrich*. Zürich: Carpe Media GmbH [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.femelle.ch/money/marlene-dietrich-portrait-einer-stilikone-1172>

<sup>14</sup>BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 54

<sup>15</sup>Vgl. ebd. S. 42

<sup>16</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 30er Jahre* [online]. *Die neu entdeckte Weiblichkeit*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 11.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_30er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_30er_jahre.html)

<sup>17</sup>Vgl. DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 30er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 11.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-30er.html>

<sup>18</sup>Vgl. COXOVÁ Barbara, Carolyn S. JONESOVÁ, David a Caroline STAFFORDOVI, 2013. *Ve jménu módy: Ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 978-80-204-2928-5. S. 30

<sup>19</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 30er Jahre* [online]. *Die neu entdeckte Weiblichkeit*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 11.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_30er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_30er_jahre.html)

Die Zeit des zweiten Weltkrieges beeinflusste die Wahrnehmung von Europa- und US- Mode.<sup>20</sup> Wieder gab es der Mangel an Materialien, also es wurde ein System der Rationierung der Textilien eingeführt. Man brauchte manchmal die Ersatzstoffe wie zum Beispiel Kunststoff oder Kork zu benutzen. In Deutschland wurde in 1941 ein Nützlichkeitsprinzip benutzt, das hieß so wenig Stoff und Arbeitsaufwand wie möglich zu verwenden. Die Deutschen haben es auch „Jedermann Kleidung“ genannt. Einige Couturiers haben als Reaktion die Modelle mit den Namen wie „Offensive“ oder „Okkupations-Abendkleid“ vorgeführt.<sup>21</sup>

Die 40er Jahre wurden vom Krieg geprägt. Die Mode hat sich in diesem Sinne nicht so viel entwickelt, weil der praktische Zweck und die Wiederverwendung von Kleidung die zentrale Rolle spielten. Ein damaliger Arbeiter konnte zum Beispiel die neuen Schuhe für etwa 15 Reichsmark kaufen.<sup>22</sup> Im Jahr 1947 kam aber etwas total Neues. Der französische Modeschöpfer Christian Dior hat seinen „Neuen Look“ vorgestellt. Mit diesem Modell hat er die ganze Modeindustrie sehr beeinflusst, die Spuren können wir noch heute fühlen. Sein Hauptgedanke war, die Frauen wieder schön zu machen. Nach der Kriegszeit war es etwas Revolutionäres. Das damalige Bild der Frau stellte schmale Taille, runde Schultern und betonte Hüften dar.<sup>23</sup> Die Bezeichnung „New Look“ kommt aus der Aussage der damaligen Haupteditorin der amerikanischen Modezeitschrift *Harper's Bazaar*, Carmel Snow. Sie nahm an der ersten Modeschau von Dior teil und habe gesagt, dass seine Kleider einen solchen „New Look“ haben.<sup>24</sup> Vor allem benutzte er die Materialien wie Taft, Satin oder Samt, weil er damit die Abneigung gegen die groben und schlechten Stoffe des Krieges ausdrücken wollte.<sup>25</sup>

---

<sup>20</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 6

<sup>21</sup>Vgl. ebd. S. 52

<sup>22</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 40er Jahre* [online]. *Die Mode wurde zur Nebensache*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_40er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_40er_jahre.html)

<sup>23</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 63

<sup>24</sup>Vgl. LA MAISON DIOR, [kein Datum]. *The Story of Dior* [online]. *The New Look Revolution*. [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.dior.com/couture/en\\_int/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution](https://www.dior.com/couture/en_int/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution)

<sup>25</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 63



Die 50er Jahre zählen zu den wichtigsten Epochen der Modeindustrie. Die Mode inspirierte sich meistens von den amerikanischen SchauspielerInnen und SängerInnen. Von den wichtigsten Persönlichkeiten dieser Zeit merkt man Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Elvis Presley oder James Dean. Die 50er waren auch Zeit des Rock' n' Rolls. Man wollte eigentlich den Krieg vergessen und die Frauen wollten die Weiblichkeit wieder betonen. Sie haben meistens die Bleistiftröcke getragen, die bis zu den Waden geführt haben. Dazu gehörten eine anliegende Bluse und ein Stirnband verschiedener Muster und Farben.<sup>26</sup> Das Cocktail-Kleid wurde auch sehr beliebt, weil man nach dem Krieg nach ein bisschen Luxus verlangt hat. Zu diesem Kleid passte ein gleichfarbiger Hut und andere Accessoires sehr gut.<sup>27</sup> Zum ersten Mal unterschied sich die Damen- und Jugendmode. Die Jugendlichen bevorzugten hauptsächlich unkomplizierte, vielseitig verwendbare Kleidung. Sehr beliebt war auch heutiges Evergreen, die blauen Jeans. Jeans haben vor allem das Ideal der jungen Rebellen verkörpert, die die Revolten gegen ihre Eltern und gegen die Gesellschaft gemacht haben. In Deutschland nannte man diese Teenager die „Halbstarken“.<sup>28</sup> Sie wollten sich total anders als ihre Eltern benehmen und eigentlich frei sein. Die Revolten funktionierten auch mithilfe von Musik, deswegen hat sich die Jugend nach den erwähnten Vorbildern stilisiert. Die Hauptelemente bildeten außer Jeans ein weißes T-Shirt, schwarze Lederjacke und die Haartolle, die bei den populären Rock n' roll Sänger typische Frisur.<sup>29</sup>

Was die 60er Jahre betrifft, erlebte die Mode eine bunte und auffällige Epoche. Die Symbolfigur dieses Jahrzehntes war eindeutig Twiggy, das dünne, kleine Modell mit einem frechen Blick.<sup>30</sup> Es handelte sich um eine große Wende, weil die Mode von der Jugend ausgegangen ist. Der

---

<sup>26</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 50er Jahre Kleidung* [online]. *Schwingende Röcke, heitere Mode*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_50er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_50er_jahre.html)

<sup>27</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 69

<sup>28</sup>Vgl. FW GBR, [kein Datum]. *1945 – 1961. Bundesrepublik I* [online]. *Was sind "Halbstarke?"* Ebringen: FW GBR [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.zeitklicks.de/brd/zeitklicks/zeit/alltag/frag-doch-mal-2/was-sind-halbstarke/>

<sup>29</sup>Vgl. ebd.

<sup>30</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 60er Jahre Kleidung* [online]. *Knabenhaft wie Twiggy*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_60er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_60er_jahre.html)

Grund dafür waren zum Beispiel die Studentenbewegungen.<sup>31</sup> Das A und O bildeten eine geometrische Föhnfrisur, Strumpfhosen, Halbstiefel und Miniröcken. Die Miniröcke hat hauptsächlich die britische Designerin Mary Quant berühmt gemacht.<sup>32</sup> Ganz interessant ist, dass die Miniröcken schon im Mittelalter getragen wurden, aber damals waren sie ursprünglich für Männer bestimmt.<sup>33</sup> Die Eleganz wurde während dieser Zeit verloren. Eine große Inspiration befand sich in der populären Musik, Kunst und Politik. Diese Epoche beherrschten die Rockers, Beatniks oder Hippies. Deswegen wurde sowohl mit der Liebe, Drogen, als auch mit der Mode experimentiert.<sup>34</sup>

Während der 70er Jahre gab es in der Mode fast keine Regeln. Die einzelnen Regeln, die diese Epoche geprägt haben, waren Freiheit und Individualität. Diese Stimmung hat von der Hippies Ära fortgesetzt. Man kombinierte nicht nur verschiedene Farben, Muster und Schnitte, sondern auch verschiedene Kulturen. Die Friedens- und Blumenzeichen konnte man oft erkennen. Man kann sagen, dass die Mode ziemlich tolerant und grenzenlos war.<sup>35</sup> Ganz bedeutend sind auch die Bewegungen, die gegen gesellschaftliche Zustände gezielt wurden. Die in Deutschland berühmteste Bewegung dieser Zeit wurde „68er Bewegung“ benannt.<sup>36</sup> Durch die militärische Kleidung wurde die Anspielung auf die Kriegszeiten geäußert.<sup>37</sup> Eine ganz deutliche Persönlichkeit, die die Moderichtung angegeben hat, hieß Vivienne Westwood. Diese britische Modeschöpferin hat die Mode damals unkonventionell und als niemand anders

---

<sup>31</sup>Vgl. DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 60er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-60er.html>

<sup>32</sup>Vgl. COXOVÁ Barbara, Carolyn S. JONESOVÁ, David a Caroline STAFFORDOVI, 2013. *Ve jménu módy: Ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 978-80-204-2928-5. S. 40–41

<sup>33</sup>Vgl. ebd.

<sup>34</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 60er Jahre Kleidung* [online]. *Knabenhaft wie Twiggy*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_60er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_60er_jahre.html)

<sup>35</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 70er Jahre Kleidung* [online]. *Vielfalt und Aufbegehren*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_70er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_70er_jahre.html)

<sup>36</sup>Vgl. DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 70er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-70er.html>

<sup>37</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 100

wahrgenommen. Sie wurde als „Königin des Punks“ genannt. Ihre Modelle haben vulgär, ironisch, seltsam und komisch gewirkt.<sup>38</sup>

Die Mode der 80er Jahre könnte als Ära der bequemen Mode bezeichnet werden, weil man viel die Übergroßen von Kleidung getragen hat. Die Damen haben sich die Schulter gepolstert, um sie breiter zu machen. Dies sollte der Gleichberechtigung von Männern und Frauen helfen. Beliebt waren die Jeansmarken wie Levis oder Mustang.<sup>39</sup> Ein großer Wert wurde auf die luxuriösen Modelabels gelegt. Diese neue Generation mit sogenannten „Dress for Success“ hat sich „Yuppies“ genannt.<sup>40</sup> Solche Kleidung sollte die Bemühung um einen Erfolg unterstützen. Die Frauen haben viele Stücke von Männern übernommen. Ihre Kostüme haben von Blusen, Hemden, Sakkos und langen Röcken zusammengesetzt. Die Weiblichkeit stand diesmal im Hintergrund. Sich reich zu kleiden bedeutete hauptsächlich, dass man viel geschafft hat und konnte sich damit auch den Status verstärken. Der Aufschwung von Luxusmarken bekam wirklich groß und die Modeindustrie hat während dieser Zeit auch große Medialisierung erlebt.<sup>41</sup>

In den 90er Jahren entwickelte sich vor allem ein neuer Stil mit dem Namen „Grunge“. Der Name kommt aus dem gleichnamigen Musikgenre.<sup>42</sup> Die Vertreter dieses Stils haben sich meistens zerknitterte und ungepflegte Kleidungsstücke gewählt. Ihr Look sollte spontan, bequem und entspannt wirken. Damit wollte man auf die kontrollierte Perfektion reagieren, die in den 80er Jahren geherrscht hat.<sup>43</sup> Diese Wende symbolisierte auch eine Art von Befreiung. Man trug karierte Hemde, zerrissene Jeans und Kampfstiefel. Dieser Stil erlaubte auch die verschiedensten Kombinationen. Die berühmteste Ikone dieser Zeit war der Sänger Kurt Cobain von der Musikkapelle „Nirvana“.<sup>44</sup> Ein von den Trends, der ein bisschen später

---

<sup>38</sup> Vgl. ebd. S. 119

<sup>39</sup>Vgl. BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 80er Jahre* [online]. *Outfit – Jeans und bequeme Ergänzungen*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 17.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_80er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_80er_jahre.html)

<sup>40</sup>Vgl. MACKENZIEOVÁ, Mairi, 2010. *...ismy: Jak chápat módu*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-399-1. S. 114

<sup>41</sup>Vgl. ebd.

<sup>42</sup>Vgl. ebd. S. 118

<sup>43</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 148

<sup>44</sup>Vgl. MACKENZIEOVÁ, Mairi, 2010. *...ismy: Jak chápat módu*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-399-1. S. 119

erschienen ist, heißt „Purismus“ oder auch „Minimalismus“. Die häufig verwendeten Farben waren weiß, grau, beige und braun. Die Looks sahen sehr rein aus und oft wurden sie auf der Basis der architektonischen und geometrischen Form gestellt. Diese Gedanken der Reinheit und Einfachheit des Looks hat schon Coco Chanel benutzt. Das Überflüssige sollte einfach entfernt werden. Die wichtigsten Vertreter dieses Trends waren zum Beispiel die Deutsche Jil Sander oder der Amerikaner Calvin Klein. Der Minimalismus ist zeitlos, weil weniger oft mehr ist.<sup>45</sup>

Um die Jahrhundertwende des 20. und 21. Jahrhunderts ist Mode sehr demokratisch geworden und seitdem blieb die Freiheit des Schaffens unbegrenzt. Die Modedesigner experimentieren viel und arbeiten die Elemente aus der Vergangenheit ein.<sup>46</sup> Die Mischung von Elementen aus verschiedenen Epochen bestätigt den Fakt, dass die Mode immer etwas Altes nimmt und in eine neue Form transformiert. Die ganze Industrie wird im 21. Jahrhundert viel vom Internet beeinflusst.<sup>47</sup> Dank der Verschiebung in die Online-Welt kann jeder eigenes Blog gründen und dort seinen eigenen Stil präsentieren. Die große Wende betrifft auch den Aufschwung von E-Shops. Das tägliche Einkaufen ist sehr leicht geworden, weil jeder alles bequem von zu Hause besorgen kann. Die Geschwindigkeit, Zugänglichkeit und umfangreiche Distribution gehören zu den wichtigen Faktoren, die nicht nur Mode beeinflussen.<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup>Vgl. ebd. S. 124

<sup>46</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9. S. 162

<sup>47</sup>Vgl. MACKENZIEOVÁ, Mairi, 2010. *...ismy: Jak chápat módu*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-399-1. S. 128

<sup>48</sup>Vgl. ebd.

## 2 Deutsche Modemarken in der Welt

Auf dem ersten Blick könnte man sagen, dass es nicht so viele berühmte deutsche Modemarken gibt. Die Realität sieht aber ganz anders aus. Obwohl die Deutsche mehr für ihre Autos und technische Industrie bekannt sind, können wir auch andere Branchen finden, in denen die Deutsche eine wichtige Rolle spielen. Eine von denen heißt Modeindustrie. Vielleicht nehmen das bisher nur wenige Leute zur Kenntnis, aber ohne Giganten wie Adidas oder Puma würde heutige Welt anders aussehen. Diese zwei Marken, die sich auf Sportkleidung spezialisieren, gehören zu den weltweit bekanntesten. Eine Erwähnung verdienen auch die Labels wie Hugo Boss, C&A, Tom Tailor, S. Oliver, Gerry Weber, Closed oder Esprit.<sup>49</sup> Mit einigen von den genannten will ich mich mehr beschäftigen.

### 2.1 Adidas versus Puma – die Geschichte

Obschon diese zwei großen Sportmarken getrennt funktionieren, ist ihre Entwicklung eng verbunden. Die Geschichte begann im Jahr 1924, in der Stadt Herzogenaurach in Bayern. Ein Sportenthusiast Adolf Dassler, auch Adi genannt, träumte davon, dass eines Tages seine Schuhe die besten Sportler der Welt tragen werden. Seine Phantasie hatte keine Grenzen, also er hat mit seinem Bruder Rudolf Dassler, auch Rudi genannt, eine Schuhfabrik mit dem Namen „Gebrüder Dassler“ gegründet. Adi war derjenige, der die Schuhe hergestellt und entworfen hat und Rudi war für den Verkauf und Management der Firma verantwortlich. Am Anfang war es nicht leicht, weil sie Mangel von Geld und Material besessen hatten. Die Hauptidee ihrer Sportschuhe bestand in der Leichtigkeit, damit die Sportler in ihrer Aktivität nicht

---

<sup>49</sup>Vgl. EHI REATIL INSTITUTE GMBH, 2014-2015. *Nettoumsatz der führenden Modemarken* [online]. *Anbieter in Deutschland in den Jahren 2014 und 2015 (in Millionen Euro)*. Köln: EHI Retail Institute GmbH [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.handelsdaten.de/konsumgueterindustrie/umsatz-der-groessten-deutschen-modemarken-anbieter-jahresvergleich>

eingeschränkt wurden. Im Laufe der Zeit haben sie mehrere Angestellten aufgenommen und die Fabrik prosperierte.<sup>50</sup>

Ein Schicksalsmoment ist in 1936 gekommen. Adolf Hitler und seine Partei NSDAP kam im Jahr 1933 zur Macht und das bedeutete eine große Wende. Nach Spekulationen waren die beiden Brüder Mitglieder dieser Partei. Die olympischen Spiele in Berlin wurden durch mehrere Ereignisse berühmt. Nicht nur wegen der nazistischen Propaganda, sondern auch wegen der Affäre mit dem schwarzen afroamerikanischen Läufer Jesse Owens. Die Gebrüder Dassler haben speziell für ihn die maßgeschneiderten Laufschuhe hergestellt. Owens hat in den Schuhen viermal gewonnen. In dieser Zeit der Rassenintoleranz hat es den Brüdern Probleme gebracht. Dort entstanden auch die ersten Konflikte zwischen ihnen. Die anderen Unstimmigkeiten erschienen, wenn die Ehefrau von Adi, in der Firma begann zu arbeiten. Dem Rudi hat auch nicht gefallen, dass Adi die Erfolge ihrer Unternehmen nur für seine gehalten hat.<sup>51</sup>

Im Jahr 1939 musste sich die Fabrik an den Krieg anpassen. Die Herstellung der Sportschuhe hat aufgehört und es wurde mit der Produktion von Kriegsprodukten angefangen. Nach dem Krieg musste die Fabrik den Amerikanern standhalten. Sie wollten es liquidieren, aber schließlich wurde die Fabrik gerettet. Die beiden Brüder wurden dann wegen der Mitgliedschaft in NSDAP verhört. Das Jahr 1949 bedeutete das offizielle Ende der Gebrüder Dassler. Adi und Rudi haben eigene Firmen gegründet. Auf den Schuhen von Adi hat zum ersten Mal das Zeichen der 3-Streifen erschienen. Rudis Firma wurde nach seinem Spitznamen „Puma“ genannt. Seit diesem Zeitpunkt begann die Rivalität zwischen den Brüdern.<sup>52</sup>

### 2.1.1 Die Geschichte von Adidas

Ein bedeutendes Datum war das Jahr 1954, als die deutsche Fußballmannschaft die Weltmeisterschaft in Adidas Schuhen gewonnen hat. Nach diesem Sieg erlebte die Marke

---

<sup>50</sup>Vgl. Duell der Brüder – Die Geschichte von Adidas und Puma. Oliver DOMMENGET. DE 2016.

<sup>51</sup>Vgl. ebd.

<sup>52</sup>Vgl. ebd.

Adidas einen großen Aufschwung. Im Jahr 1967 wurden die ersten Kleiderstücke eingeführt. Das erste Stück war ein farbig abgestimmter Trainingsanzug. Ein bisschen später bekam die Marke das berühmte Logo, das zeitlose Dreiblatt. In den 70er und 80er Jahren sind die Kultmodellen der Tennisschuhe entstanden, die man bis heute trägt und immer modernisiert. Gegen 90er Jahre erlebte Adidas nach dem Tod des Begründers einige Probleme und hat mehrere Besitzer gewechselt.<sup>53</sup>

Mit dem 21. Jahrhundert kamen viele Neuigkeiten. Die Hauptkonzentration fokussiert sich auf neue Innovationen der Funktionen der Schuhe. Es wird immer neue Kleidungsstücke wie Stirn- und Schweißbänder, Badeanzüge, Sporttaschen, Socken und vielmehr aufgenommen. Adidas kooperiert mit den VIP-Persönlichkeiten, macht verschiedene Marketingkampagnen und man kann sagen, dass Adidas die Bekleidung, Schuhe und sportliche Zubehöre für jeden Sport und für jeden Sportler anbietet. Die Mehrheit von Jugendlichen trägt Adidas Bekleidung zur Schule als normaler Teil ihrer Garderobe. Diese Marke ist zu einem Kult geworden, mit dem jedermanns Lebensstil cooler ist.<sup>54</sup>

Adidas hat bis heute schon viele Partnerschaften gemacht. Eine von den sehr gelungenen wurde mit der britischen Modeschöpferin und Tochter des berühmten Sängers Paul McCartneys, Stella McCartney geknüpft. Stella hat mit Adidas zahlreiche Muster und Design sowohl für die Sportbekleidung als auch für die Tennisschuhe entworfen. Adidas hat auch eine Kollektion in der Zusammenarbeit mit dem amerikanischen Sänger Pharrell Williams vorgestellt.<sup>55</sup> Die neuste Kooperation wurde vor kurzem angekündigt. Der Sportgigant hat die Partnerschaft mit der italienischen Modemarke Prada angebunden. Diese ungewöhnliche Verbindung stellt etwas total Neues vor.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup>Vgl. ADIDAS AG, [kein Datum]. *Geschichte* [online]. Herzogenaurach: ADIDAS AG [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.adidas-group.com/de/unternehmen/geschichte/>

<sup>54</sup>Vgl. ebd.

<sup>55</sup>Vgl. ebd.

<sup>56</sup>Vgl. DÖRPMUND, Tim, 2019. *Prada for Adidas* [online]. *So sieht's aus*. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag GmbH, 25.11.2019 [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.textilwirtschaft.de/business/sports/erstes-produkt-aus-der-zusammenarbeit-so-sehen-die-ersten-gemeinsamen-styles-von-prada-und-adidas-aus-222687>

## 2.1.2 Die Geschichte von Puma

Nach der Gründung erlebte die Firma ganz schwere Zeiten, aber im Laufe der Zeit hat es auch einen würdigen Platz in der Sportwelt gewonnen. Zum Beispiel im Jahr 1964 haben drei Athleten die Goldmedaille in Puma Schuhen bei den Olympischen Spielen in Tokio gewonnen. Drei Jahre später erschien das berühmte Logo mit dem springenden Puma in der rechten Ecke. Die 70er Jahre galten als die goldenen Zeiten für Puma, weil sie an der Olympiade wieder ein Gold gewonnen hat. Die Marke hatte auch einen großen Erfolg in der Tennisbranche bemerkt, weil es als starker Ausrüster der besten Tennisspieler bezeichnet wurde. Dieses Gelingen hat bis 1985 fortgesetzt, denn der bekannte deutsche Tennisspieler Boris Becker in Puma Schuhen das Turnier Wimbledon gewonnen hat. Eine außergewöhnliche Zusammenarbeit wurde im Jahr 1998 geknüpft, als Puma mit der klassischen deutschen Modeschöpferin Jil Sander kooperiert hat.<sup>57</sup> Ähnlich wie Adidas, hat Puma erfolgreiche Zusammenarbeiten mit verschiedenen berühmten Persönlichkeiten und Fußballmannschaften geknüpft. Ab 2017 arbeitet die Marke mit der amerikanischen Sängerin Selena Gomez. Diese Partnerschaft hat eine große Bedeutung, weil Selena einen bedeutenden Einfluss an Jugendlichen hat.<sup>58</sup>

## 2.2 HUGO BOSS

### 2.2.1 Die Geschichte

Hugo Ferdinand Boss hat seine Fabrik im Jahr 1924 gegründet. Er hatte einen Vorteil, weil er von zwei Fabrikanten finanziell gefördert wurde. Der ursprüngliche Sitz der Fabrik befindet sich bis heute in Metzingen. Hugo war zu diesem Zeitpunkt ein Mitglied der NSDAP. Diese

---

<sup>57</sup>Vgl. PUMA SE, [kein Datum]. *PUMAS CHRONIK* [online]. *FOREVER FASTER SEIT TAG EINS*. Herzogenaurach: PUMA SE [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://about.puma.com/de-de/this-is-puma/history>

<sup>58</sup>Vgl. ebd.



Mitgliedschaft hat ihm besonders während des zweiten Weltkrieges geholfen, weil die Mehrheit von Firmen in der Krise war, aber die Fabrik Hugo Boss ziemlich prosperierte. Die NäherInnen haben hauptsächlich die Wehrmachtsuniformen produziert. In der Fabrik arbeiteten während des Krieges meistens die Frauen und zwar die Zwangsarbeiterinnen, weil die Arbeitslosigkeit damals ganz hoch war. Die Zwangsarbeiter haben meistens in den lokalen Familien gewohnt, aber die herrschenden Bedingungen waren ungenügend. Nach dem Krieg wurde Metzingen ein Teil der französischen Besatzungszone. Hugo Boss musste wegen der nationalsozialistischen Vergangenheit eine hohe Strafe bezahlen. Die Produktion nahm dann langsam eine andere Richtung an.<sup>59</sup>

Gegen 1960 begann die Serienproduktion der Herrenanzüge. Die Besitzer der Firma haben sich im Rahmen der Familie gewechselt. Im Jahr 1970 wurde offiziell die Kernmarke Boss gegründet. Seitdem wurden verschiedene Linien und Kollektionen wie zum Beispiel „Boss Orange“, „Boss Home“ oder „Boss Green“ eingeführt. Ganz bedeutend war das Jahr 1998, als die überhaupt erste Damen-Kollektion unter der Marke Hugo eingeführt wurde. Der erste Online-Shop erschien dann im Jahr 2008. Die Marke bietet auch eine breite Reihe der Schuhe, Unterwäsche, Parfüms oder Accessoires wie Taschen, Gürtel, Mützen, Uhren und Socken.<sup>60</sup> Der Betrieb engagiert sich auch im Sportbereich. Im Laufe der Zeit hat es verschiedene Formel-1-Rennfahrer, Golfer, Fußballspieler oder sogar Segler unterstützt.<sup>61</sup> Die Kinderkleidung gehört auch zum aktuellen Sortiment. Jede zwei Jahre wird die „Hugo Boss Prize“ den weltweit berühmten und erfolgreichen Künstlern verliehen.<sup>62</sup> Zur heutigen Zeit besteht Hugo Boss aus zwei einzelnen Marken, Boss und Hugo. Die beiden entsprechen eine ganz andere Gruppe von Kunden. Während Boss eher die klassische und moderne Variante anbietet, konzentriert sich

---

<sup>59</sup>Vgl. KÖSTER, Roman, [kein Datum]. *Hugo Boss, 1924-1945. Eine Kleiderfabrik zwischen Weimarer Republik und "Drittem Reich": Kurzfassung* [online]. [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: [https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS\\_Kurzfassung\\_Unternehmensstudie\\_d\\_final.pdf](https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS_Kurzfassung_Unternehmensstudie_d_final.pdf)

<sup>60</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Unternehmensgeschichte* [online]. *Studie zur Unternehmensgründung von Hugo Ferdinand Boss*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/unternehmen/geschichte>

<sup>61</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Sportsponsoring* [online]. *Präzision, Dynamik, Innovation*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/sponsoring/sportsponsoring>

<sup>62</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Kultursponsoring* [online]. *Kultursponsoring bei Hugo Boss: Eine lange Tradition*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/sponsoring/kultursponsoring>

Hugo auf progressiveren Stil, der mehr im alltäglichen Leben ausgenutzt wird.<sup>63</sup> Die Produktion schließt heute die Verwendung von digitalen Technologien ein. Die neusten Fertigungsprozesse werden vor allem in Izmir, Türkei angewendet, weil sich dort die größte und wichtigste sogenannte „Smart factory“ befindet. Smart darum, weil die Maschinen und Softwares miteinander vernetzt sind.<sup>64</sup> Hugo Boss basiert sowohl auf der hohen, luxuriösen Qualität, als auch auf der Vielfalt der Stile. Beginnend mit den Wehrmachtsuniformen und nicht so gutem Ruf, entwickelte sich die Marke in ein erfolgreiches und konkurrenzfähiges Unternehmen.<sup>65</sup>

### 2.3 Gerry Weber

Die Marke Gerry Weber wurde im Jahr 1973 von Gerhard Weber und Udo Hardieck in der Stadt Halle gegründet. Zuerst haben sie sich auf die Damenhosen-Produktion konzentriert, aber das Sortiment hat später erweitert. Mehr Berühmtheit hat die Marke nach der Kollaboration mit der erfolgreichen deutschen Tennisspielerin Steffi Graf gewonnen. Die Marke ist mit Tennis viel verbunden, weil seit dem Jahr 1993 das Gerry Weber Turnier in Deutschland gespielt wird. Es handelt sich um eine große Veranstaltung, an welcher die besten Tennisspieler der Welt teilnehmen. Unter der Firma gehören auch zwei andere Marken, und zwar Taifun und Samoon. Die Kundinnen können sich von einer breiten Palette der eleganten, schicken und hochwertigen Kleidung auswählen. Ganz bedeutend ist das Jahr 2005, wenn der erste Online-Shop eingeführt wurde. Im Jahr 2017 erhielt dann Gerry Weber die GOTS-Zertifizierung. Dieser Auszeichnung entspricht die Verwendung der biologischen Baumwolle.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup>Vgl. ebd.

<sup>64</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Industrie 4.0 in der Praxis* [online]. *Smart factory*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019].

Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/unternehmen/stories/smart-factory-in-izmir>

<sup>65</sup>Vgl. KÖSTER, Roman, [kein Datum]. *Hugo Boss, 1924-1945. Eine Kleiderfabrik zwischen Weimarer Republik und "Drittem Reich": Kurzfassung* [online]. 9 [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: [https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS\\_Kurzfassung\\_Unternehmensstudie\\_d\\_final.pdf](https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS_Kurzfassung_Unternehmensstudie_d_final.pdf)

<sup>66</sup>Vgl. GERRY WEBER INTERNATIONAL AG, [kein Datum]. *Historie* [online]. *Milestones*. Halle/Westfalen: GERRY WEBER International AG [Zugriff am 20.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.gerryweber.com/de/konzern/die-gerry-weber-gruppe/historie/>

## 3 Die bekannten deutschen Modeschöpfer

### 3.1 Stephan Schneider

Der Modeschöpfer Stephan Schneider kommt aus der Stadt Duisburg. Zwar ist er in Deutschland geboren, seine Karriere hat sich hauptsächlich in Antwerpen entwickelt. Dort beendete er sein Hochschulstudium und im Jahr 1994 gründete dort auch die gleichnamige Bekleidungsmarke. Seither gehört er zu den erfolgreichsten Modedesignern der Welt-Modeszene, obwohl er in seiner Heimat vielleicht nicht so berühmt ist.<sup>67</sup> Seine Modelle verfügen über die Universalität, lässige Eleganz und Zeitlosigkeit. Der Stil macht einen einfachen und klaren Eindruck, aber die planmäßigen Details formen dann den ganzen Look.

### 3.2 Wolfgang Joop

Der Potsdamer Designer Wolfgang Joop arbeitete zuerst als Restaurator, Maler und Redakteur. Nach Sammlung der Erfahrungen in einer Modezeitschrift hat er sein eigenes Label mit dem Namen JOOP! gegründet.<sup>68</sup> Man kann unter dieser Marke nicht nur schicke Kleidung, sondern auch Schmuck, Schuhe, Parfüms oder sogar Wohnaccessoires finden.<sup>69</sup> Die Modelle haben eher einen konservativen Unterton, weil diese Marke nicht mehr im Zentrum der Interesse von Wolfgang steht. Es ist nicht so lange seit er die andere Marke Wunderkind gegründet hat. Seine Ideen werden mehr unter diesem Label vorgeführt. Die Modelle strahlen vor bunten Mustern

---

<sup>67</sup>Vgl. KAMPP-WIRTZ, Manuela, [kein Datum]. *Stephan Schneider* [online]. *Konservative Avantgarde*. München: Manuela Kampp-Wirtz [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/designer/stephan-schneider>

<sup>68</sup>Vgl. 2020. Wolfgang Joop. In: *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie* [online]. 14.02.2020 [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang\\_Joop](https://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang_Joop)

<sup>69</sup>Vgl. STRELLSON AG, [kein Datum]. *JOOP! Heritage* [online]. *Eine Zeitreise*. Kreuzlingen: Strellson AG [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://joop.com/at/de/JoopWorldHeritage>

und asymmetrischen Schnitten. Die ungewöhnlichen Kombinationen von Farben und Mustern machen von dem Kleidungsstück etwas Spezielles.<sup>70</sup> Heutzutage lebt der Modedesigner wieder in einem Stadtteil von Potsdam, Bornstedt. Nach seiner Karriere in Hamburg, New York und andere Metropolen ist er nach dem Elternhaus zurückgekehrt. Wolfgang genießt sein Leben hier und möchte malen zu beginnen, weil es zu den größten Leidenschaften seines Lebens gehört.<sup>71</sup>

### 3.3 Jil Sander

Diese Dame gehört schon eine lange Zeit zu den erfolgreichsten und weltweit bekanntesten Modedesignern. Nach Karl Lagerfeld ist sie die nächste Person deutscher Herkunft, die die Modeindustrie international beeinflusst hat. Ihre Philosophie ist ganz einfach. Jede überflüssige Verschönerung von Kleidung findet sie unvorstellbar.<sup>72</sup> Sie hat die Mode der 90er Jahre sehr viel beeinflusst, weil seitdem der minimalistische Stil mehr und mehr hervorgehoben wurde.<sup>73</sup>

Die Modeschöpferin wurde im Jahr 1943 in Norddeutschland in der Stadt Hedwigenkoog geboren.<sup>74</sup> Nach dem Studium verbrachte sie einige Zeit in Los Angeles. Als sie 24 Jahre alt war, hat sie ihre erste Modeboutique in Hamburg eröffnet. Dann kam auch die erste Kollektion ihrer eigenen Marke unter ihrem Namen und Schritt für Schritt ist sie weltweit bekannt geworden.<sup>75</sup>

---

<sup>70</sup>Vgl. GOETHE-INSTITUT E.V., 2014. *Die besten deutschen Modedesigner* [online]. Wolfgang Joop. München: Goethe-Institut e.V. [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.goethe.de/de/kul/des/20406879.html>

<sup>71</sup>Vgl. HERRMANN, Dr. Simone, 2019. Warum Wolfgang Joop wieder im Haus seiner Eltern wohnt. In *Architectural Digest* [online]. 30.10.2019 [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.ad-magazin.de/article/wolfgang-joop>

<sup>72</sup>Vgl. SURGES, Isabel, 2018. *Wie Jil Sander die Damenmode revolutionierte* [online]. Bonn: Deutsche Welle 27.11.2018 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.dw.com/de/wie-jil-sander-die-damenmode-revolutionierte/a-46387340>

<sup>73</sup>Vgl. COLE, Rachel, [kein Datum]. *Jil Sander* [online]. *German fashion designer*. London: EU Representative and Data Protection Officer [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.britannica.com/biography/Jil-Sander>

<sup>74</sup>Vgl. ebd.

<sup>75</sup>Vgl. SURGES, Isabel, 2018. *Wie Jil Sander die Damenmode revolutionierte* [online]. Bonn: Deutsche Welle 27.11.2018 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.dw.com/de/wie-jil-sander-die-damenmode-revolutionierte/a-46387340>

In ihren Kollektionen benutzt sie die feinsten Materialien und legt einen großen Wert auf die Funktion. Die Frauen, die ihre Kleidung tragen, sollten dadurch mehr Selbstbewusstsein und Selbstsicherheit gewinnen.<sup>76</sup> Die Modelle schließen ganz viele Männerelemente ein. Dies hilft den Frauen, sich unter den Männern besser und leichter durchzusetzen. Der große Vorteil ist auch die Universalität, denn die klare Schnitte und minimalistische Linien eigentlich jeder Frau passen. Für ihre ausgezeichnete Arbeit hat sie schon fünf internationale Auszeichnungen bekommen. Heutzutage kann man unter der Marke nicht nur Kleidung, sondern auch die Parfüms und Kosmetik finden. Das erste, heute noch beliebte Parfüm ist gegen 70er Jahre entstanden.<sup>77</sup>

Im Laufe der Zeit haben sich mehrere Modedesigner an der Führungsposition dieser Marke abgewechselt. Die gegenwärtige Kreativdirektoren heißen Lucie und Luke Meier und der Sitz befindet sich in Mailand in Italien.<sup>78</sup>

### 3.4 Leyla Piedayesh

Leyla Piedayesh zählt mit ihrem Label lala Berlin zu den ziemlich neueren deutschen Modeschöpfern, die nicht nur die deutsche Modeindustrie beeinflussen. Die deutsch-iranische Modedesignerin hat die Marke im Jahr 2004 gegründet. Seitdem gehört sie zu den stabilen Designern, die ihre Modelle im Rahmen der Berliner Modewoche vorführen. Auch wenn sie in Iran kurz gelebt hat, spielt ihre Herkunft eine ganz wichtige Rolle. Die Farben und Muster, die ihre Modelle originell tun, sind von ihrer heimischen Kultur inspiriert. Sie bemüht sich durch die Mode auch ihre Stellung zur Nachhaltigkeit oder zum Klimawandel zu äußern.<sup>79</sup>

---

<sup>76</sup>Vgl. ebd.

<sup>77</sup>Vgl. KAMPP-WIRTZ, Manuela, [kein Datum]. *Jil Sander* [online]. *Designer-Portrait*. München: Manuela Kampp-Wirtz [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/designer/jil-sander>

<sup>78</sup>Vgl. ZAHN, Antonia, 2017. Lucie und Luke Meier werden neue Kreativdirektoren bei Jil Sander. In: *ELLE* [online]. 10.04.2017 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/jil-sander-lucie-luke-meier>

<sup>79</sup>Vgl. PIEDAYESH, Leyla, 2017. Leyla Piedayesh: Creative Director & Founder of lala Berlin. Interview durch Corinna KRENZER. In: *She's Mercedes* [online]. 14.07.2017 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.mercedes-benz.com/en/she/career-and-entrepreneurship/leyla-piedayesh-creative-director-founder-of-lala-berlin/>

### 3.5 Kilian Kerner

Kilian Kerner gilt als junges Blut deutscher Modeszene. Das Schaffen dieser Berliner Modedesigner ist sehr spezifisch. Seine zahlreiche Zusammenarbeit verschiedener Art hat ihm geholfen, auf die Spitze der Industrie sich durchzusetzen. Es war zuerst kein Traum von ihm, ein Modeschöpfer zu werden, aber sein Talent hat sich mehr und mehr gezeigt, dass er eines Tages seine eigene Marke gründete. Seitdem präsentiert er sein Schaffen in den Hauptstädten im Rahmen der Modewochen. Seine Modelle haben viele, nicht nur deutsche Zelebritäten angezogen.<sup>80</sup>

### 3.6 Guido Maria Kretschmer

Guido Maria Kretschmer gehört auch zu den großen Namen unter den Modedesignern. Das Hauptmotto seines Schaffens heißt „demokratische Couture“. Das bedeutet, dass die Frauen jeder Größe und Gestalt seine Modelle tragen können. Er macht auch Mode, die elegant und sitzend ist.<sup>81</sup> Die Anfänge seiner Modekarriere sind ganz interessant. Als er dank dem Studium der Mode nach Spanien gekommen ist, hat er auf einem Markt seine ersten Modelle verkauft. Sein erster Kunde war der bekannte deutsche Musiker Udo Lindenberg.<sup>82</sup> Dann wurde er hauptsächlich durch seine Uniformen für Piloten und Hotelangestellte berühmt. Sein Label hat er im Jahr 2004 gegründet.<sup>83</sup> Er arbeitet meistens zwischen Berlin, München und Münster, wo

---

<sup>80</sup>Vgl. KERNER, Patrick-Kilian, [kein Datum]. *Designed by Kilian Kerner* [online]. *Kilian*. Berlin: Patrick-Kilian Kerner [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.kilian-kerner.de/kilian>

<sup>81</sup>Vgl. DEUTSCHE WELLE, 2011. Der deutsche Designer Guido Maria Kretschmer. In: *YouTube* [online]. 12.07.2011 [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE\\_GaD4E](https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE_GaD4E)

<sup>82</sup>Vgl. 1&1 MAIL & MEDIA GMBH, [kein Datum]. *Guido Maria Kretschmer*. [online]. Karlsruhe: 1&1 Mail & Media GmbH [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://web.de/magazine/unterhaltung/thema/guido-maria-kretschmer>

<sup>83</sup>Vgl. DEUTSCHE WELLE, 2011. Der deutsche Designer Guido Maria Kretschmer. In: *YouTube* [online]. 12.07.2011 [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE\\_GaD4E](https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE_GaD4E)

er geboren wurde. Spanien hat er aber nicht ganz verlassen, weil er auf Mallorca sein Wohnsitz hat.<sup>84</sup> Er legt einen großen Wert auf die Nachhaltigkeit, nicht nur in seinem Schaffen, sondern auch in seinem Leben. Er ist bewusst, dass man Wasser sparen und so wenig Müll wie möglich produzieren soll.<sup>85</sup> Die Herkunft von Baumwolle und die richtige Benutzung der Textilien bilden die Top-Prioritäten für ihn.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup>Vgl. ebd.

<sup>85</sup>Vgl. GUIDO MARIA KRETSCHMER OFFICIAL, 2017. Drei Fragen an Guido Maria Kretschmer | Nachhaltigkeit. In: *YouTube* [online]. 19.12.2017 [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=fzORqL1p5Hk>

<sup>86</sup>Vgl. ebd.

## 4 Karl Lagerfeld als einer der einflussreichsten Modeschöpfer der Welt

Karl Lagerfeld ist als eine der wichtigsten Persönlichkeiten der Modeindustrie bezeichnet. Obwohl er im Februar 2019 gestorben ist, wird sein Schaffen, Charakter und Intellekt nie vergessen. Das schwarzweiße Image bekam sein Kennzeichen. Schwarzer Anzug, schwarze Handschuhe, schwarze Brille und der Zopf – das ist Karl. Obschon er keine bunten Kreationen getragen hat, seine Kunstseele war reich von Farben. Er wollte keine Trends folgen, er wollte selbst darüber entscheiden und keine Grenzen setzen. Sein scharfer Humor, roh wirkende und direkte Aussagen waren sehr typisch für ihn. Die Verantwortlichkeit und Verpflichtung sind ihm als Alptraum vorgekommen. Die Freiheit, Präsenz und Vielfalt nahm er als die wichtigsten Werte wahr, hauptsächlich im Rahmen seines Schaffens.<sup>87</sup> Gewissermaßen war er eine zerspaltene Persönlichkeit, weil er viele Sachen zugleich machen konnte und ist immer zwischen Deutsch, Französisch und English gesprungen.<sup>88</sup> Nicht umsonst wird er als „Karl der Große“ oder „Kaiser Karl“ genannt.<sup>89</sup> Ein wesentlicher Teil seines Lebens hat er in Paris verbracht, aber seine Herkunft ist deutsch und daran sollte man nicht vergessen.

### 4.1 Das Leben

Karl Lagerfeld wurde angeblich im Jahr 1933 in Hamburg geboren. Das konkrete Geburtsdatum wird immer spekuliert, weil es nicht ganz klar ist.<sup>90</sup> Sein ursprünglicher Name klingt Karl Otto

---

<sup>87</sup>Vgl. DEUTSCHE WELLE, 2018. Karl Lagerfeld – German fashion designer and icon. In: *YouTube* [online]. 09.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwHM\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwHM_o)

<sup>88</sup>Vgl. ebd.

<sup>89</sup>Vgl. BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9 S. 128

<sup>90</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 10



Lagerfeldt.<sup>91</sup> Die Familie Lagerfeldt war eine wohlhabende Familie, denn Karls Vater ein Unternehmer war.<sup>92</sup> Schon als ein kleines Kind, liebte Karl das Zeichnen. Die Modeleidenschaft hat sich seit seiner Kindheit entwickelt.<sup>93</sup> Sein Widerstand gegen Schule war markant. Oft hat er sich selbst die Entschuldigungen geschrieben, um in die Schule nicht gehen müssen.<sup>94</sup> Schon in der Schule hat sich auch sein Widerstand gegen alle Regeln gezeigt. Ganz große Bedeutung hatte Karls Mutter auch daran, weil sie ganz streng aber gleichzeitig tolerant war. Die starke Persönlichkeit seiner Mutter hat Karl seit der Kindheit viel beeinflusst.<sup>95</sup> Als er zum ersten Mal nach Paris mit seiner Mutter gefahren ist, hat er sich in diese Stadt verliebt.<sup>96</sup> Nach dem Erfolg in einem Pariser Wettbewerb für junge Designer, begannen ihm die großen Modehäuser Job anzubieten.<sup>97</sup>

## 4.2 Die Karriere

Die ersten Schritte hat er bei Pierre Balmain gemacht. Nach einer kurzen Weile hat er aber dieses Modehaus verlassen und ging zu Jean Patou. Dort fühlte er, dass es kein richtiger Ort für ihn ist, also er hat Patou auch verlassen und sein Platz bei Fendi und dann bei Chloe gefunden hat.<sup>98</sup> Zu diesem Zeitpunkt bekam er schon erfolgreich und berühmt. Er war auch ein Bekannte von Marlene Dietrich, die sich von Karl mit ihrer Garderobe beraten lassen hatte.<sup>99</sup> Das Jahr 1983 bedeutete für Karl und die ganze Modeindustrie eine große Wende. Er wurde der künstlerische Leiter des Hauses Chanel.<sup>100</sup> Nach dem Tod der Begründerin Coco Chanel befand

---

<sup>91</sup>Vgl. WIGHAM, Helen, 2011. Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 18.05.2011 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/article/karl-lagerfeld>

<sup>92</sup>Vgl. ebd.

<sup>93</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 15

<sup>94</sup>Vgl. ebd. S. 19

<sup>95</sup>Vgl. ebd. S. 24

<sup>96</sup>Vgl. ebd. S. 29

<sup>97</sup>Vgl. ebd. S. 30

<sup>98</sup>Vgl. ebd. S. 33

<sup>99</sup>Vgl. DEUTSCHE WELLE, 2018. Karl Lagerfeld – German fashion designer and icon. In: *YouTube* [online]. 09.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAWHM\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAWHM_o)

<sup>100</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 34

sich die Marke Chanel in der Krise und es brauchte jemanden, der sie wieder zum Leben bringen kann. Jemanden, der die Tradition des Hauses behalten kann aber gleichzeitig jemanden, der neue Ideen und einen frischen Geist bringt. Das ist genau, was Karl Lagerfeld gemacht hat. Nichts Besseres hätte dem Modehaus passieren können. Seine Shows wurden immer in Grand Palais in Paris gemacht. Jede Modeschau hatte eine spezifische stilisierte Szene, die die Besucher an einen Ort aus dem täglichen Leben übertragen hat. Man konnte einmal im Supermarkt und nächstes Mal am Strand oder auf dem Bahnhof erscheinen. Dies brachte der ganzen Schau eine unvergessliche und authentische Atmosphäre. Hinter diesen Ideen stand immer Karl.

Im Jahr 1984 hat Karl eigene Marke unter seinem Namen gegründet.<sup>101</sup> Der Karl hat immer viel Arbeit gebraucht, um sich nicht zu langweilen. Das war auch ein von den Gründen, warum er die vorherigen Modehäuser verlassen hat. Je mehr Anlässe und Herausforderungen, desto besser. Karl wurde immer nur mit dem Allerbesten zufrieden.<sup>102</sup> Zum Beispiel, wenn er seine Entwürfe zeichnete, endete etwa 90 Prozent der Entwürfe im Papierkorb.<sup>103</sup> Seine Ansprüche wurden hoch gesetzt. Karl Lagerfeld war aber nicht nur als Modeschöpfer bekannt. Neben der Mode gehörten zu seinen Leidenschaften auch Fotografie, Film und altes Möbel.<sup>104</sup>

### 4.3 Seine Inspiration

Als Karl einmal auf die Katze Choupette aufpassen sollte, wusste er nicht, dass zwischen den beiden eine unendliche Freundschaft entsteht.<sup>105</sup> Choupette spielte in seinem Leben eine sehr

---

<sup>101</sup>Vgl. WIGHAM, Helen, 2011. Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 18.05.2011 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/article/karl-lagerfeld>

<sup>102</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 47

<sup>103</sup>Vgl. DEUTSCHE WELLE, 2018. Karl Lagerfeld – German fashion designer and icon. In: *YouTube* [online]. 09.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwhM\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwhM_o)

<sup>104</sup>Vgl. WIGHAM, Helen, 2011. Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 18.05.2011 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/article/karl-lagerfeld>

<sup>105</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 87

wichtige Rolle. Seitdem sie seine beliebteste Freundin bekam, ist die Katze mit ihm überall gereist. Unter seinem Label hat er zahlreiche Modelle entworfen, die die Katze-Silhouette eingeschlossen haben, egal ob es sich um Taschen, Schuhe oder Accessoires handelte. Karl gönnte Choupette immer die erstklassige Pflege, sie hatte ihr Team eigener Angestellter, die verschiedene Schönheitsbehandlungen für sie gemacht haben.<sup>106</sup> Ihre Berühmtheit an den sozialen Netzwerken ist auch nicht klein. Vor kurzer Zeit wurde sogar ein Buch „Choupette by Karl Lagerfeld“ herausgegeben, wo die schönsten Fotografien der Katze veröffentlicht sind.<sup>107</sup>

Das Karls Schaffen wurde auch von seinen Musen inspiriert.<sup>108</sup> Die Persönlichkeiten, von denen sich Karl inspirieren ließ, kamen aus mehreren Branchen. Unter den berühmtesten Namen können wir die Modellen Linda Evangelista, Claudia Schiffer oder Kate Moss finden.<sup>109</sup> Die anderen Musen waren auch die Schauspielerinnen Kristen Stewart und Julianne Moore oder die Sängerinnen Lilly Allen und Miley Cyrus.<sup>110</sup>

Die Inspiration kann man überall um sich finden. Dazu braucht man seine Augen völlig geöffnet zu haben. Karl wusste das und nahm die Inspiration auch von den üblichen alltäglichen Sachen. Er war immer total präsent und konnte den gegenwärtigen Moment völlig zu seinem Schaffen ausnutzen. Es sah aus, als seine Menge von Inspiration unerschöpflich wurde, denn seine Entwürfe sehr präzise und einfallsreich ausgearbeitet wurden. Das hat Karl einzigartig und unersetzlich getan.

#### 4.4 Nach Karl Lagerfelds Tod

Als Karl Lagerfeld am 19. Februar 2019 gestorben ist, die ganze Modewelt hat getrauert. Die Nachricht hat sofort die ganzen Weltmedien umlaufen. Mit dem Tod von Karl Lagerfeld hat

---

<sup>106</sup>Vgl. HOBBS, Julia, 2019. „Choupette“: Dieses neue Buch zeigt ungesehene Bilder aus dem Leben der berühmten Modekatze-fotografiert von Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 25.11.2019 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/choupette-neuer-bildband>

<sup>107</sup>Vgl. ebd.

<sup>108</sup>Vgl. HASTINGS, Kasia, 2018. 25 Of Karl Lagerfeld's Most Iconic Muses. In: *VOGUE* [online]. 07.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/gallery/karl-lagerfeld-muses>

<sup>109</sup>Vgl. ebd.

<sup>110</sup>Vgl. ebd.

ein ganzes Kapitel der Modegeschichte geendet. Es wird nie einen solchen Modeschöpfer und Persönlichkeit geben. Seine Position übernahm die langjährige Mitarbeiterin von Karl, Virginie Viard, die an die Tradition des Modehauses erfolgreich anknüpft. Diese Französin hat mit Karl über dreißig Jahre gearbeitet und während dieser Zeit viele nützliche Erfahrungen gesammelt.<sup>111</sup> Deswegen wurde sie als Nachfolgerin schnell nach Karls Tod gewählt.

Nach dem 19. Februar 2019 haben viele Ereignisse gefolgt, die an Karl Lagerfeld erinnern sollten. Zum Beispiel im Juni hat die Gedenkfeier mit dem Namen „Karl For Ever“ stattgefunden. An der Veranstaltung haben die nächsten Freunde und Musen von Karl teilgenommen. Alle kamen um sein Andenken zu ehren. Die herrschende Atmosphäre war aber eher fröhlich, weil Karl sich keine Trauer wünschte.<sup>112</sup>

Die Ehre wurde dem Karl auch mit einem Projekt erwiesen. Eine Gruppe von berühmten Persönlichkeiten aus der Modebranche hat ein Set der weißen Hemden entworfen. Das weiße Hemd war nämlich Karls beliebtes Kleidungsstück, weil seiner Meinung nach, weißes Hemd die Grundlage für alles bildet. Die Phantasie bei der Schöpfung der Hemden war grenzenlos, gleich wie im Gemüt von Karl. Aber jede Persönlichkeit hat in den Entwurf eigene persönliche Erinnerungen und die wertvolle Beziehung zu Karl reflektiert.<sup>113</sup>

Auf Karl Lagerfeld wird die Modewelt nie vergessen, weil er ein großes Vermächtnis hinterlassen hat. Er wird hauptsächlich für seinen außergewöhnlichen Charakter und sein erstaunliches Talent erinnert. Für die Franzosen bleibt er ihr Lieblingsdeutscher für immer.<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup>Vgl. SÄMANN, Lena, 2019. Wer ist Virginie Viard, die (temporäre) Nachfolgerin von Karl Lagerfeld bei Chanel? In: *VOGUE* [online]. 20.02.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/virginie-viard>

<sup>112</sup>Vgl. RIEDL, Ann-Kathrin, 2019. Gedenkfeier für Karl Lagerfeld in Paris: So wurde an den großen Designer erinnert. In: *VOGUE* [online]. 20.06.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/karl-lagerfeld-trauerfeier>

<sup>113</sup>Vgl. RIEDL, Ann-Kathrin, 2019. Cara Delevingne, Diane Kruger, Kate Moss und Co. haben eine Kollektion in Erinnerung an Karl Lagerfeld entworfen. In: *VOGUE* [online]. 26.09.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/karl-lagerfeld-tributkollektion-weisses-hemd>

<sup>114</sup>Vgl. SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0. S. 77

## 5 Mode und Kultur

### 5.1 Die Definition der Kultur

Unter dem Begriff Kultur können wir uns mehrere Definitionen vorstellen. Für viele Menschen bedeutet es zum Beispiel Kunst, Architektur oder Musik. Diese Bereiche gehören bestimmt dazu, aber die Kultur hat auch ein weiteres Übergreifen. Es wird als ein bestimmtes System von Zeichen wie Traditionen, Werte, Rituale, Normen oder Bräuchen bezeichnet, die mit der Gesellschaft eng zusammenhängen. Die Kultur ändert sich im Rahmen gewisser Nation und gewisses Volkes.<sup>115</sup>

Das Wort Kultur kommt aus dem lateinischen Begriff „*colere*“, welches bearbeiten, pflegen oder verehren heißt.<sup>116</sup> Die Pflege hängt mit der inneren Persönlichkeit des Menschen, die sich dann äußerlich präsentiert, zusammen.<sup>117</sup> Der Sinn des ursprünglichen Wortes kann auch auf die materielle und geistliche Kultur hinweisen. Dagegen erklärt der berühmte deutsche Schriftsteller Johann Gottfried Herder die Kultur eher als eine kulturspezifische und historische Lebensform im Rahmen eines Kollektivs.<sup>118</sup> Ein solches Kollektiv kann eine Nation bilden. Im Rahmen einer Nation werden die Werten und das allgemeine Wissen geteilt. Der Mensch ist

---

<sup>115</sup>Vgl. LEIPRECHT, Rudolf, 2004. *Kultur* [online]. *Was ist das eigentlich?* Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität Oldenburg [Zugriff am 22.01.2020]. Verfügbar unter: [https://uol.de/fileadmin/user\\_upload/paedagogik/personen/rudolf.leiprecht/Kulturtextveroeffentl..pdf](https://uol.de/fileadmin/user_upload/paedagogik/personen/rudolf.leiprecht/Kulturtextveroeffentl..pdf)

<sup>116</sup>Vgl. MOEBIUS, Stephan, 2009. *Kultur* [online]. *Soziologische Themen. Themen der Soziologie*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-697-7. Verfügbar unter: [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=0F9PBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=was+ist+kultur&ots=OVGITqM1ZB&sig=PvzBFkgNskIXNXyoH-DqgiBbONQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=was%20ist%20kultur&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=0F9PBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=was+ist+kultur&ots=OVGITqM1ZB&sig=PvzBFkgNskIXNXyoH-DqgiBbONQ&redir_esc=y#v=onepage&q=was%20ist%20kultur&f=false) S. 14

<sup>117</sup>Vgl. ebd. S. 15

<sup>118</sup>Vgl. ebd. S. 16

dann vom Kennzeichen bestimmter Nation beeinflusst. Das Handeln von Menschen wird durch seine Herkunft, also durch seinen kulturellen Hintergrund geprägt.<sup>119</sup>

## 5.2 Die Beziehung von Kultur und Mode

Auf Grund der oben erwähnten Definition von Kultur, ist zu deduzieren, dass Mode nicht nur zum Kennzeichen der bestimmten Nation gehört, sondern auch zum Kennzeichen des Individuums selbst. Mode kann im Rahmen der Kultur als ein kulturelles Phänomen bezeichnet werden.<sup>120</sup> Der Ursprung des Wortes Mode kommt aus dem Lateinischen und zwar aus dem Begriff „*modus*“.<sup>121</sup> Modus bedeutet eine bestimmte Art oder Weise. Das heißt, dass uns die Mode auf verschiedene Art und Weise unsere Gefühle und unseren Charakter mit Hilfe von Kleidung zu äußern ermöglicht, und zwar nach eigenem Geschmack und Laune. Die Funktion der Kleidung ist sehr besonders und wichtig. Es gilt als unsere zweite Haut, die uns schützt und gleichzeitig schmückt. Wenn wir einen Fremde sehen, können wir sofort eine Identifizierung aufgrund der Bekleidung machen. Es gibt uns die Information über das Geschlecht, sozialen Status oder sogar über den Beruf.<sup>122</sup> Für bestimmte kulturelle Veranstaltungen müssen wir eine gegebene Kleiderordnung einhalten, aber sonst sind wir höchst durch die Jahreszeiten eingeschränkt. Eine andere Einschränkung, die von der Gesellschaft kommt, sind die gegebenen Modetrends, die wir angeblich nach den Modefachmännern folgen sollen. Das ist aber nicht nötig. Man sollte sich immer die eigene Identität und Originalität behalten.

Der Trend heißt eigentlich alles, was zum bestimmten Zeitpunkt modisch und modern ist. Sehr viel werden die Trends mittels der sogenannten „*Haute Couture*“ gesetzt. Haute Couture wurde

---

<sup>119</sup>Vgl. GERM, Johannes, 2006. *Was ist Kultur? Definition und Grundlagen des Kulturbegriffes* [online]. [Zugriff am 22.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.grin.com/document/284682>. Akademische Arbeit. Universität Hamburg.

<sup>120</sup>Vgl. EBNER, Claudia C., 2007. *Kleidung verändert* [online]. *Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-618-2. Verfügbar unter: <https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/40/be/98/oa9783839406182.pdf> S. 12

<sup>121</sup>Vgl. ebd. S. 13

<sup>122</sup>Vgl. ebd. S. 16

im 19. Jahrhundert von dem Engländer Charles Frederick Worth gegründet.<sup>123</sup> In der Mitte des 19. Jahrhunderts war es nicht leicht, sich als Schneider zu verdienen. Worth hat die Stellung der Schneiderei bedeutsam erhoben. Seine luxuriöse Entwürfe und präzise Arbeit haben ganz schnell an Bekanntheit gewonnen.<sup>124</sup> Haute Couture bedeutet wörtlich die höchste Schneiderkunst aus den hochwertigen Materialien.<sup>125</sup> Dieser Begriff wurde dann im Laufe der Zeit für solche Art der Produktion wahrgenommen, und dauert noch bis heute. Die Haute Couture wird immer bei den namhaften Modeschöpfern der Top-Modehäuser kreiert. Die einzelnen Kleidungsstücke sind maßgeschneidert und meistens nur in einer Ausführung angefertigt. Das macht von dieser luxuriösen Kleidung etwas Exklusives und gewissermaßen auch Unerreichbares. Dieses Problem wurde durch der Massenmode, oder auch der „*Pret-a-Porter*“ aufgelöst.<sup>126</sup> Die Haute Couture Modelle werden nachgeahmt und der Öffentlichkeit in großen Mengen gewährt. Das bringt zwar eine schlechtere Qualität, aber es ist für die Mehrheit erschwinglich. Führt das zum Untergang von Haute Couture? Das hängt hauptsächlich von den einzelnen Modehäusern ab, ob sie mit ihrer Tradition weiter fortsetzen wollen und ob sie die prominenten Kunden haben werden.

*„Mode realisiert sich in einem Prozess, der sich durch das Zusammenspiel von Kleidern, Körpern, Wahrnehmung und Bedeutungszuweisungen in Zeit und Raum konstituiert.“*<sup>127</sup> Die Bedeutung der Mode variiert sich im kulturellen Kontext, weil es mit der individuellen Wahrnehmung zusammenhängt. Für viele Leute heißt die Mode vor allem eine Form von Kunst.<sup>128</sup> Das ist verständlich, weil Mode und Kunst viel Gemeinsames haben. Die beiden Bereiche fordern eine kreative Äußerung und ein künstlerisches Empfinden. Aber sowohl Kunst, als auch Mode geben die außergewöhnliche Möglichkeit, die eigenen Gefühle, Stellungen oder Geschichten zu äußern. Die Freiheit der Äußerung ist die schönste Sache, die

---

<sup>123</sup>Vgl. MACKENZIEOVÁ, Mairi, 2010. *...ismy: Jak chápat módu*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-399-1. S.44-47

<sup>124</sup>Vgl. ebd.

<sup>125</sup>Vgl. ebd.

<sup>126</sup>Vgl. GÜRTLER, Christa und andere, 2015. *Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaft*. Bielefeld: transcript Verlag. ISBN 978-3-8376-2819-7. S. 53

<sup>127</sup>ebd. S. 30

<sup>128</sup>Vgl. EBNER, Claudia C., 2007. *Kleidung verändert* [online]. *Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-618-2. Verfügbar unter: <https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/40/be/98/oa9783839406182.pdf> S. 23

uns Mode und Kunst zur Verfügung stellen, weil wir dann ins Gemüt jenes Künstlers zumindest ein bisschen hineinschauen können. Manchmal passiert auch, dass die Modeschöpfer sich von den Gemälden inspirieren lassen und an ihren Modellen das Werk des Künstlers präsentieren. Oder sind die Gemälde als Teil der Modeschau vorgeführt. Die Zusammenarbeit zwischen Künstlern und Designern kann verschiedene Dimensionen bieten. Den anderen darf Mode als keine Kunstform erscheinen, sondern als ein Prinzip, wie sich die Menschen einkleiden.<sup>129</sup> Für die anderen kann es nur eine Art von gutem Business heißen. Die Interpretationen sind unterschiedlich und hängen von unseren individuellen Präferenzen ab.

### 5.2.1 Die Trachtenmode

Fast jedes Volk hat eigene typische Bekleidung, die oft zu verschiedenen Feiern getragen wird. Meistens handelt es sich um eine Tracht. In Deutschland wird die typische Tracht „Dirndl“ genannt. Das berühmteste Ereignis, bei dem man nicht nur Deutsche in Trachten treffen kann, heißt Münchner Oktoberfest. Ohne dieser typischen Kleidung kann man sich dieses Fest kaum vorstellen. Die Geschichte der ersten Trachten reicht bis ins 18. Jahrhundert zurück, also sie haben schon eine lange Tradition. Damals war es normal, die Trachten als Alltagskleidung zu tragen. Das kann man heute nicht sagen, aber die Sitte ist nicht verschwunden. Am häufigsten wird das Dirndl in Bayern und in Österreich getragen. Der Name kommt aus einer Bezeichnung für Dienstmädchen, die in Alpen auf dem Land gearbeitet haben.<sup>130 131</sup>

Das Aussehen der deutschen Tracht verändert sich je nach bestimmter Region. Es geht meistens um kleine Details, verschiedene Farb- und Musterkombinationen oder Schnitte. Die gleichen Hauptteile bleiben aber für alle. Die klassische Tracht für Frauen besteht aus einem Kleid, Bluse, Mieder und Schürze. Diese vier Elemente bilden eine Grundlage, mit der andere

---

<sup>129</sup>Vgl. ebd. S. 24

<sup>130</sup>Vgl. KONRADIN MEDIEN GMBH, [kein Datum]. *Die Geschichte der Volkstrachten in Deutschland* [online]. Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.wissen.de/die-geschichte-der-volkstrachten-deutschland>

<sup>131</sup>Vgl. KONRADIN MEDIEN GMBH, [kein Datum]. *Comeback der Trachtenmode* [online]. *Was steckt hinter Dirndl, Lederhose & Co?* Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.wissen.de/comeback-der-trachtenmode-was-steckt-hinter-dirndl-lederhose-co>



Accessoires kombiniert werden können. Die Damen tragen oft dazu noch eine Jacke, spezielle Schuhe, eine kleine Ledertasche und herkömmliche Schmücke. Auf der Schürze befindet sich auch eine Schleife, deren Position die Information über die Frau trägt. Wenn es rechts verbindet ist, heißt das, dass die Frau einen Partner hat. Die linke Platzierung zeigt das Gegenteil. Für Herren sind typisch eine Lederhose mit dem Hosenträger und ein Hemd. Ähnlich wie bei Frauen können eine Trachtenjacke oder Weste und spezielle Schuhe zugefügt werden. Die gestrickten Strümpfen und ein Hut gehören auch zu den wichtigen Teilen einer kompletten Tracht.<sup>132</sup>

### 5.2.2 Die Beeinflussung der Mode

Ein von den Einflüssen, der heutzutage ganz markant ist, heißt die Globalisierung. Die Auswirkungen der Globalisierung können wir in heutiger Welt nicht nur im Modebereich fühlen. Alles ist schneller und digitalisiert, wir können uns die Produkte aus dem fernliegenden Land leisten und das Reisen wurde viel leichter und erreichbarer. Das alles spiegelt sich auch auf die einzelnen Kulturen wider. Sie werden miteinander mehr und mehr vernetzt, auch wegen der wachsenden Migration und Verschiebung der Bewohner. Das Phänomen der Globalisierung bringt uns neue Möglichkeiten, aber auch neue Bedrohungen, wie zum Beispiel der Untergang von ursprünglichen Kulturen und andere. Deshalb ist es sehr wichtig, die lokalen Traditionen und Bräuche zu schützen und behalten.<sup>133</sup>

Die Mode wird auch von den Faktoren wie Frauen- und Männlichkeit beeinflusst.<sup>134</sup> Die beiden Elementen werden in der Mode vermischt. Die Übertragung der männlichen Prinzipie begann schon am Anfang des 20. Jahrhunderts, als die Frauen von dem Überflüssigen und Unbequemen

---

<sup>132</sup>Vgl. WINKLER TRACHT- & LANDHAUSMODE ONLINE E.K, [kein Datum]. *Der große Trachten-Guide* [online]. *Alles, was sie über Dirndl und Lederhosen wissen müssen*. Lippstadt: Winkler Tracht- & Landhausmode online e.K. [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.alpenclassics.de/trachten-guide/das-dirndl.html#dirndl>

<sup>133</sup>Vgl. EBNER, Claudia C., 2007. *Kleidung verändert* [online]. *Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-618-2. Verfügbar unter: <https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/40/be/98/oa9783839406182.pdf> S. 42-51

<sup>134</sup>Vgl. GÜRTLER, Christa und andere, 2015. *Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaft*. Bielefeld: transcript Verlag. ISBN 978-3-8376-2819-7. S. 25

befreit wurden. Die Androgynität spielt heute eine ganz wichtige Rolle, wenn die Identität des Menschen anders wahrgenommen wird. Diese Wahrnehmung entwickelt sich aufgrund des aktuellen Zustands der Gesellschaft. Früher wurde nicht so großer Druck auf das Individuum gemacht. Heute müssen wir viele Rollen, Pflichten und Aufgaben bewältigen, dass viele Menschen die eigene Identität verlieren, denn es zu viel zerspalten bekommt.

## 6 Die Nachhaltigkeit

Heutzutage leben wir in einer Zeit des Überflusses. Was wir uns vornehmen, können wir bekommen. Das betrifft alle Bereiche, beginnend mit Lebensmittel, endend mit der Mode. Diese Stellung hat sich hauptsächlich im 21. Jahrhundert entwickelt. Es wird Unmengen von Materialien, Rohstoffen, Lebensmitteln und Kleidung hergestellt und wir sind nicht in der Lage das alles aufzubrechen. Deswegen wird damit viel verschwendet, anstatt besser reguliert zu werden. Es geht nicht nur um die wachsende Anzahl von Deponien, sondern auch um die Verschwendung von natürlichen Ressourcen. Die sind nicht unerschöpflich und sollten vorsichtig behandelt werden.

In der letzten Zeit gehört die Nachhaltigkeit zu den meist diskutierten Themen in vielen Ländern. Die Grenzen wurden überschritten und es müssen Maßnahmen getroffen werden, die unserem Planeten Erde helfen könnten, weil die Verschmutzung von Wasser, Boden und Luft ziemlich hoch ist und die globale Erwärmung steigt. Die Anzahl der natürlichen Katastrophen steigt gerade so und es ist wichtig diesen Tatsachen unsere Aufmerksamkeit zu schenken.

Zu den größten Umweltverschmutzern gehört zum Beispiel die Produktion von Fleisch, der Verkehr oder die Schwerindustrie. Die Modeindustrie gehört auch zu denen, obwohl es vielleicht nicht so auf dem ersten Blick scheint. Beim Einkaufen von Kleidung merken wir das nicht. Aber die Realität versteckt sich in Ländern, wo die Kleidung genäht und produziert wird.

In vielen Bereichen unserer Leben haben wir speziell während der letzten Jahre einige Veränderungen gemacht. Es wächst die Anzahl der Vegetarier und Veganer, hauptsächlich unter jungen Menschen. Das Verlangen nach hochwertigen Bio-Lebensmitteln, die lokal und saisonal sind, gehört zum Alltag immer mehrerer Menschen. Wir versuchen die alten Sachen wieder zum Leben zu bringen. Die Verwendung von Kunststoffen wird auf verschiedenen Weisen reduziert. Die Naturkosmetik hat auch einen großen Boom erlebt. Es wird auch der Verkauf von Elektroautos gefördert und das Bewusstsein über die Umweltschonung wird verbreitet. Warum könnten wir eine solche Einstellung nicht zur Mode haben?

## 6.1 Nachhaltigkeit in Deutschland

Die Deutschen gehören zusammen mit skandinavischen Ländern oder Österreich zu den Fachmännern was die Nachhaltigkeit betrifft. Ökologische Haushalte, Elektroautos, Bio-Lebensmittel, Reduktion von Kunststoff. Das alles sind die wichtigen nachhaltigen Schritte, die in genannten Ländern praktiziert werden und unsere Umwelt beträchtlich entlasten. Andere europäische Länder beginnen sich langsam zu inspirieren lassen. Es ist vor allem nötig, sich dieser Problematik bewusst zu werden und im Fall der Deutschen können wir über ein hohes Bewusstsein für die Nachhaltigkeit sprechen.

Da Deutschland am Wohl unseres Planeten teilnehmen will, wurde im Jahr 2016 eine Nachhaltigkeitsstrategie ausgefertigt.<sup>135</sup> Diese Strategie wird jede zwei Jahre ergänzt und erneuert.<sup>136</sup> Im Rahmen der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie ist unter anderem eine Erweiterung der ökologischen Landwirtschaft, eine Senkung von Kohlendioxid-Emissionen oder eine höhere Verwendung der erneuerbaren Energie geplant.<sup>137</sup>

In einer Bevölkerungsumfrage mit dem Namen „Umweltbewusstsein in Deutschland“ ist seit dem Jahr 1996 jede zwei Jahre das Umweltbewusstsein der deutschen Bevölkerung untersucht und verglichen. Die letzte Umfrage wurde im Jahr 2018 durchgeführt. Die befragten Themen haben sich zu verschiedenen Bereichen bezogen. Nach den Ergebnissen ist zu erkennen, dass die Mehrheit von Deutschen sich für die Umwelt- und Klimaschutz immer mehr interessiert und deswegen fordert sie auch ein intensiveres Engagement der Politiker. Die Energieeinsparung und andere sparsame ökonomische Maßnahmen halten die Respondenten auch für wichtig. Aufgrund der Wichtigkeit von Umwelt- und Klimaschutz fassen viele von

---

<sup>135</sup>Vgl. PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DER BUNDESREGIERUNG, 2018. *Aktualisierung der Strategie beschlossen* [online]. Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 07.11.2018 [Zugriff am 23.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/aktualisierung-der-strategie-beschlossen-1546128>

<sup>136</sup>Vgl. ebd.

<sup>137</sup>Vgl. PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DER BUNDESREGIERUNG, 2018. *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie* [online]. *Aktualisierung 2018*. Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 15.10.2018 [Zugriff am 23.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1546450/65089964ed4a2ab07ca8a4919e09e0af/2018-11-07-aktualisierung-dns-2018-data.pdf?download=1> S. 38

den Befragten einen ökologischen und umweltfreundlichen Landbau als bedeutend. Es kommt auf das Alter und soziales Milieu an, aber im Allgemeinen hat die deutsche Bevölkerung kein Problem damit, ihr alltägliches Leben umweltfreundlicher zu führen.<sup>138</sup>

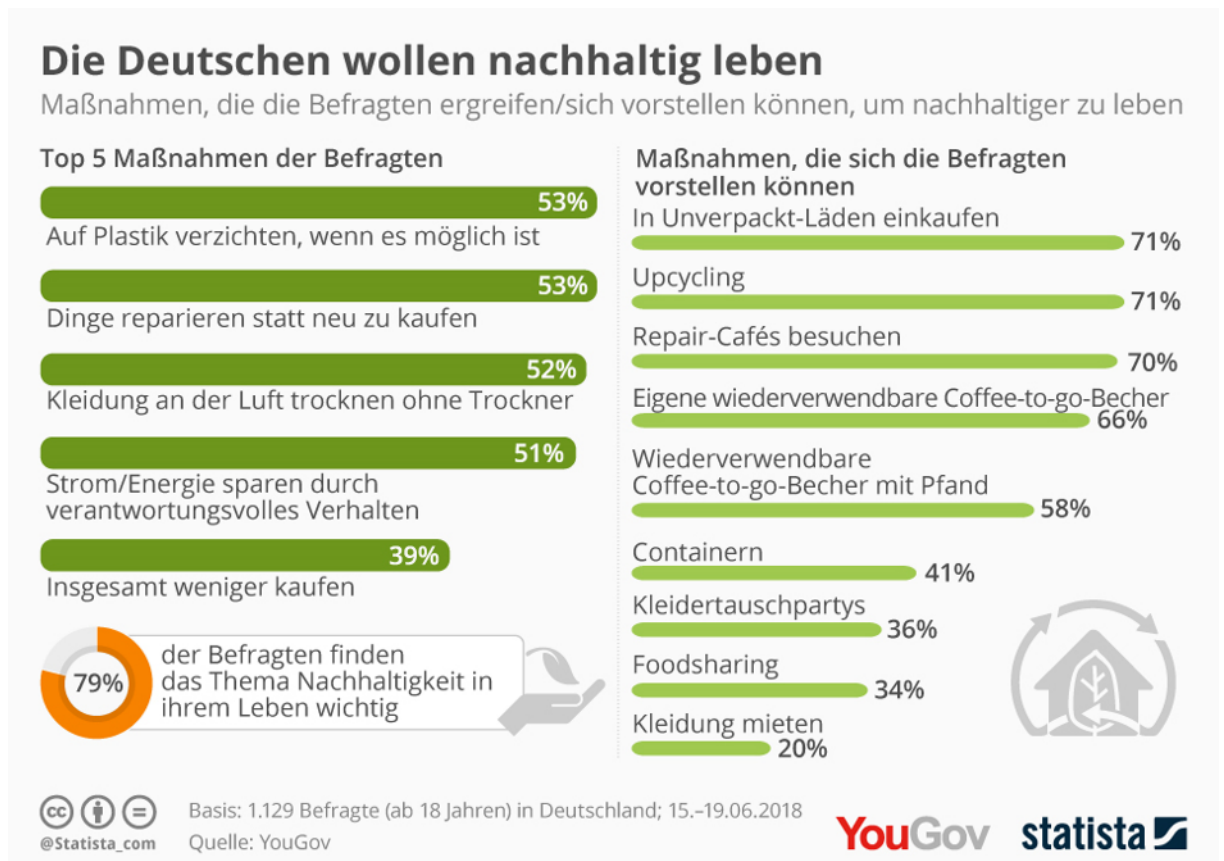


Bild Nr. 1 6-1<sup>139</sup>

<sup>138</sup>Vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND NUKLEARE SICHERHEIT, 2019. *Umweltbewusstsein in Deutschland 2018* [online]. *Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Berlin: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. [Zugriff am 24.02.2020]. Verfügbar unter: [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/ubs2018\\_-\\_m\\_3.3\\_basisdatenbroschuere\\_barrierefrei-02\\_cps\\_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/ubs2018_-_m_3.3_basisdatenbroschuere_barrierefrei-02_cps_bf.pdf)

<sup>139</sup>NIER, Heda, 2018. *Die Deutschen wollen nachhaltig leben* [online]. Hamburg: Statista GmbH, 22.06.2018 [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/14379/yougov-statista-umfrage-zum-thema-nachhaltigkeit/>

## 6.2 Der Begriff und seiner Entwicklung

Über die Nachhaltigkeit hat man schon mehrmals gehört. Jeder kann sich eigene Definition dieses Begriffs vorstellen. Allgemein gesagt, gilt die Nachhaltigkeit als eine Form des Handels und des Lebens, die sowohl die natürlichen Ressourcen wie Wasser oder Rohstoffe als auch die Umwelt berücksichtigt.<sup>140</sup> Daraus ergibt sich ein ökologisches Verhalten. Es handelt sich um eine verantwortliche und bewusste Einstellung zum alltäglichen Leben.

Der Ursprung des Wortes Nachhaltigkeit kommt schon aus dem 18. Jahrhundert. Es wurde in einem Werk von dem ehemaligen sächsischen Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz erwähnt. Er forderte eine nachhaltige Verwendung des Holzes. Das Prinzip bestand darin, dass es nur so viel Holz abgeholzt wird, wie viel wieder wachsen kann.<sup>141</sup> Ein solches Prinzip gilt bis heute. Alle Ressourcen müssen so behandelt werden, dass sie wieder fähig zu erneuern sind und für die nächste Generation verwendbar bleiben. Die Nachhaltigkeit bilden vier Grundsätze, und zwar die Langfristigkeit, Sozialpflichtigkeit, Ökonomie und Verwendung.<sup>142</sup> Während des 19. Jahrhunderts wurde der Begriff Nachhaltigkeit und seine Formen in andere Sprachen übertragen, und zwar ins Englische und Französische.<sup>143</sup> Während des 20. Jahrhunderts haben dann viele Konferenzen stattgefunden, die sich mit diesem Thema befasst haben. Die wichtigste Konferenz, die die Idee der Nachhaltigkeit wirklich verankert hat, wurde im Jahr 1992 in Rio de Janeiro stattgefunden.<sup>144</sup> Nach den 90er Jahren stand aber die Nachhaltigkeit eher im

---

<sup>140</sup>Vgl. INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Nachhaltigkeit Definition*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/definitionen\\_1382.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/definitionen_1382.htm)

<sup>141</sup>Vgl. SPINDLER, Edmund A, [kein Datum]. *Geschichte der Nachhaltigkeit* [online]. *Vom Werden und Wirken eines beliebten Begriffes*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.nachhaltigkeit.info/media/1326279587phpeJPYvC.pdf> S. 3

<sup>142</sup>Vgl. ebd. S. 3-4

<sup>143</sup>Vgl. INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Übersetzung ins Englische und Französische*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/uebersetzung\\_ins\\_englische\\_und\\_franzoesische\\_1726.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/uebersetzung_ins_englische_und_franzoesische_1726.htm)

<sup>144</sup>Vgl. INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Geschichte*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/geschichte\\_748.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/geschichte_748.htm)

Hintergrund. Die neusten Maßnahmen der Europäischen Union wurden im Jahr 2015 erlassen. Im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung hat sich die Europäische Union siebzehn Ziele gestellt, die bis 2030 erfüllt werden sollen.<sup>145</sup> Die Ziele betreffen Bereiche wie Reduktion von Armut und Hunger, Geschlechtergleichberechtigung, nachhaltige Städte, Sauberkeit von Ozeanen oder Sicherung des reinen Wassers für alle.<sup>146</sup>

### 6.3 Entwicklung der nachhaltigen Mode

Wenn wir von Gegenwart abschweifen und einen Einblick in die vergangene Geschichte werfen, können wir feststellen, dass die Menschen sich schon in Zeit der Antike nachhaltig benommen hatten.<sup>147</sup> Sie hatten keine andere Möglichkeit, weil es nur ein paar Materialien gab und die enge Beziehung zur Natur war deutlich. Zwar wurde damals der Begriff Nachhaltigkeit noch nicht definiert, sind hier die ersten Keime dieser Philosophie geboren.

Wenn wir aber zurück in das 20. Jahrhundert kommen, hat sich die nachhaltige Mode im Laufe der drei Hauptphasen entwickelt. Die erste Phase heißt „Müsli-Look-Phase“ und hat ungefähr in den 80er Jahren begonnen. Während dieser Ära wurden Kulturwerte und Konsum viel kritisiert. Die während der 90er Jahre verlaufende Phase, heißt die „Eco-goes-Fashion-Phase“ und damals wurde die Ökologie als eine Form des Luxus wahrgenommen. Die letzte und gleichzeitig gegenwärtige Phase hat im Jahr 2000 begonnen und trägt den Namen „High-Eco-Fashion-Phase“. Die Vertreter dieser Periode werden „LOHAS“ genannt, was eine Abkürzung für die „Lifestyle of Health and Sustainability“ ist. Zu den Hauptwerten dieser Gruppe gehört vor allem die soziale Verantwortung, Solidarität, Individualität und Kreativität. Die ersten zwei

---

<sup>145</sup>Vgl. EUROPÄISCHE KOMMISSION, [kein Datum]. *Konzept der EU für nachhaltige Entwicklung* [online]. Brüssel: Europäische Kommission [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: [https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development\\_de](https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_de)

<sup>146</sup>Vgl. UNITED NATIONS, [kein Datum]. *Sustainable development goals* [online]. New York: United Nations [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

<sup>147</sup>Vgl. DÖRR, Luisa, 2013. *Eco Fashion heute* [online]. *Und wie sieht es heute mit der Eco Fashion?* Winterlingen: Earthback GmbH, 13.11.2013 [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: <http://earthback.com/blog/category/geschichte-der-eco-fashion/>

Phasen hatten keinen großen Erfolg, weil das Aussehen und die Verwendung von Materialien nicht gut überlegt wurden und die Idee der Nachhaltigkeit sich nicht genug durchgesetzt hat. Obwohl wir den Einfluss der gegenwärtigen Phase erst in den letzten Jahren wirklich empfinden, gilt sie als die erfolgreichste und die meist modische.<sup>148</sup>

### 6.3.1 Deutsche nachhaltige Mode

Die Deutsche versuchen unter anderem die ökologischen Maßnahmen auch im Bereich der Mode einzuführen. Zweimal pro Jahr findet in Berlin eine Modewoche statt, wo auf nachhaltige Mode nicht vergessen wird. Die Problematik der Nachhaltigkeit und Zukunft unseres Planeten ist den Organisatoren nicht gleichgültig. Im Rahmen der Veranstaltung bemühen sie sich um eine beschränkte Produktion von Abfall und Plastik. Die nachhaltigen Marken werden viel gefördert. Im Rahmen der Fashion Week können die Besucher an verschiedenen Messen und Konferenzen teilnehmen. Eine der interessantesten Konferenzen heißt Fashiontech, wo inspirierende Vertreter der erfolgreichen Modemarken einen Vortrag halten. Hier wird die Grüne Mode und Materialien auch viel geachtet.<sup>149</sup>

Die Besucher werden sogar zur umweltfreundlicheren Wahl des Transports aufgefordert. Man kann entweder Fahrrad, Bus oder E-Scooter benutzen. Wer kein eigenes Transportmittel hat, kann sich das leihen. Vor allem geht es um einen niedrigeren Kohlendioxid-Ausstoß.<sup>150</sup> Die Innovationen, nachhaltige Gesinnung, neue Materialien. Das alles gehört zu den Hauptthemen, die während dieser Woche regelmäßig präsentiert werden. Der nachhaltigen Mode widmet sich

---

<sup>148</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 10-17

<sup>149</sup>Vgl. BERLIN PARTNER FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE GMBH, 2019. *Wie nachhaltig ist die Berlin Fashion Week wirklich?* [online]. Berlin: Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, 28.06.2019 [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://fashion-week-berlin.com/blog/single-news/wie-nachhaltig-ist-die-berlin-fashion-week-wirklich.html>

<sup>150</sup>Vgl. BERLIN PARTNER FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE GMBH, 2019. *Der nachhaltige Fashion Week Traveller's Guide* [online]. Berlin: Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, 13.06.2019 [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://fashion-week-berlin.com/blog/single-news/der-nachhaltige-fashion-week-travellers-guide.html>



ein wesentlicher Teil der Fashion Week. Mit solchen Bestrebungen, die Nachhaltigkeit in Vordergrund durchzusetzen, gehört die Berliner Modewoche zu den meist nachhaltigen.

Die Anzahl von nachhaltigen Marken steigt weltweit. In Deutschland ist der Anteil solcher Marken auch hoch. Hiermit möchte ich einige der erfolgreichsten erwähnen.

- Hessnatur
- Feuerwear
- HempAge
- Slowmo
- Julia Starp
- Bleed
- ThokkThokk
- Lanius
- Armedangels
- Derbe Hamburg<sup>151 152</sup>

Die Öko-Mode kann man sehr gut auch online einkaufen. Hier werden die besten deutschen Online-Shops aufgelistet.

- Avocadostore
- Grüne Erde
- Greenality
- Loveco
- Marolwe nature
- Kleidungsladen
- Vegamina

---

<sup>151</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 23-37

<sup>152</sup>Vgl. VISUAL META GMBH, [kein Datum]. *Die 10 Marken stehen für faire Kleidung* [online]. Berlin: Visual Meta GmbH [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.ladenzeile.de/inspiration/modewelt/nachhaltige-mode-marken/>

- Fairtragen<sup>153</sup>

Als eine wichtige Institution der deutschen Modeindustrie gilt der Gesamtverband Textil + Mode. Der Verband vereinigt kleinere Landes- und Fachverbände, die in der Textilindustrie tätig sind. Die Hauptkonzentration ist auf die Forschung der Textilien gezielt, weil sie in vielen verschiedenen Branchen, beginnend mit Architektur endend mit menschlicher Gesundheit, benutzt werden können. Die Zukunft besteht in der Nachhaltigkeit, deswegen gehört es zu den Hauptforschungsthemen.<sup>154</sup>

Es ist allgemein bekannt, dass die deutschen Produkte für erstklassige Qualität und Langlebigkeit stehen. Laut einer Studie, die der Verband durchgeführt hat, gilt dasselbe für die deutsche Textil- und Modeindustrie. Darüber hinaus wird viel Geld und Zeit in Weiterentwicklung von neuen Materialien und Textilinnovationen investiert.<sup>155</sup>

## 6.4 Fast Fashion X Slow Fashion

Der Begriff „Fast Fashion“ ist ein Synonym für den gegenwärtigen Zustand der Mode. Es bedeutet, dass die ganze Modeindustrie sich viel beschleunigt hat. Ein solches Tempo beginnt unerträglich zu sein, weil riesige Mengen von Kleidung auf Deponien enden.

Laut einer Umfrage von Greenpeace, die im Jahr 2015 durchgeführt wurde und das Kaufverhalten in Bezug auf Mode in Deutschland untersuchte, haben die Deutsche etwa 5,2 Milliarden Kleidungsstücke in ihren Schränken gehabt. Davon wurde eine Milliarde nie und eine Milliarde nur selten getragen. Viel von der Kleidung wurde weggeworfen, weil es maximal drei Saisons ausgehalten hat oder einfach nicht mehr modisch war. Es ging hauptsächlich um

---

<sup>153</sup>Vgl. UTOPIA GMBH, [kein Datum]. *Die besten nachhaltigen Mode-Shops* [online]. München: Utopia GmbH [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://utopia.de/bestenlisten/mode-shops-nachhaltige-mode/>

<sup>154</sup>Vgl. GESAMTVERBAND DER DEUTSCHEN TEXTIL- UND MODEINDUSTRIE E.V., [kein Datum]. *Forschung* [online]. Berlin: Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. [Zugriff am 12.02.2020]. Verfügbar unter: <https://textil-mode.de/de/>

<sup>155</sup>Vgl. ebd.

die Frauen, weil sie im Allgemeinen viel mehr Kleidung als Männer besitzen und einkaufen. Ein Paradox ist, dass viele Respondenten eine höhere Qualität und Langlebigkeit von Kleidung bevorzugen würden. Doch niedriger Preis und schönes Design mehrmals vorwiegen.<sup>156</sup>

Die Wortverbindung Fast Fashion wird international verwendet und oft auch mit dem Begriff „Fast Food“ verglichen.<sup>157</sup> Solche Produkte sind billig, leicht erreichbar, aber weder für die Umwelt noch für die menschliche Gesundheit nutzbringend. Dies hängt viel mit dem großen Konsum zusammen, der als eine Tendenz heutiger Welt gilt. Die Schlussverkäufe und gezielte Ermäßigungen wecken immer unsere Aufmerksamkeit auf. Viele Leute nehmen das Einkaufen als eine Form der Relaxation, also es ist manchmal schwer zu widerstehen. Wir befinden uns dann in einem Konsumkarussell.<sup>158</sup> Als schon angegeben wurde, ist mit den natürlichen Ressourcen schlimm behandelt. Wasser gehört zu den meist benutzten Quellen für die Herstellung von Kleidung. Nur für eine Jeans wird etwa 8 000 Liter Wasser verbraucht.<sup>159</sup> Das ist ziemlich viel, wenn innerhalb eines Jahres zwei bis drei Milliarden Jeans in der Welt verkauft werden.<sup>160</sup> Die Herstellung wird meistens von Frauen durchgeführt, die für ein niedriges Gehalt überarbeiten. Oft sind die Bedingungen auf dem Arbeitsplatz ungenügend.<sup>161</sup>

Wir wissen von eigener Erfahrung, dass die billige Konfektion nach ein paar Saisons kaputtgeht und wir sind meistens daran gewöhnt, neue Kleidung einzukaufen anstatt einige Reparaturen zu machen. Mit dieser Weiterverarbeitung von Kleidung steht die Gegenphilosophie zur Fast Fashion im Zusammenhang. Die Öko-Mode, die Grüne-Mode oder die nachhaltige Mode. Das

---

<sup>156</sup>Vgl. WAHNBAECK, Carolin und Hanno GROTH, 2015. *Wegwerfware Kleidung* [online]. *Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode*. Hamburg: Greenpeace e.V. [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: [https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123\\_greenpeace\\_modekonsum\\_flyer.pdf](https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf)

<sup>157</sup>Vgl. BURCKHARDT, Gisela und Swantje STEINBRINK, 2014. *Todschick* [online]. *Edle Labels, billige Modemenschlich produziert*. München: Wilhelm Heyne Verlag [Zugriff am 31.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-641-14521-7. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/EinfacheSuche?search=todschick&top=y&detail=0> S. 312

<sup>158</sup>Vgl. ebd. S. 317

<sup>159</sup>Vgl. DETERING, Michael, 2010. 8000 Liter Wasser für eine Jeans. In: *Süddeutsche Zeitung* [online]. 10.05.2010 [Zugriff am 31.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/wissen/wasserverbrauch-8000-liter-wasser-fuer-eine-jeans-1.611559>

<sup>160</sup>Vgl. HOLDINGHAUSEN, Heike, 2015. *Dreimal anziehen, weg damit* [online]. *Was ist der wirkliche Preis für T-Shirts, Jeans und Co?* Frankfurt am Main: Westend Verlag GmbH [Zugriff am 31.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-86489-592-0. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/EinfacheSuche?search=dreimal+anziehen+weg+damit&top=y&detail=0> S. 16

<sup>161</sup>Vgl. ebd. S. 70

alles sind Synonyme für den Begriff „Slow Fashion“. Die Hauptidee besteht darin, dass Qualität über Quantität steht. Darunter gehört auch die Umgestaltung von alten Kleidungsstücken, die eine neue Form mithilfe von Recycling bekommen.<sup>162</sup> Slow Fashion bemüht sich um eine verantwortliche Einstellung zur Mode. Es fördert keine große Modeketten, sondern Second-Hand-Läden und nachhaltige Marken. Der Kauf von Kleidung aus zweiter Hand ist zwar nicht so beliebt, aber es wird immer häufiger propagiert. Man kann oft unter solcher Kleidung echt schicke Stücke für einen Schnäppchenpreis kaufen. Das heißt nicht, dass wir keine neue Kleidung mehr kaufen können. Es geht mehr darum, dass unsere Schränke nicht mit ungetragener Kleidung überquellen. Ein Jahrhundert früher wurde dieses Phänomen von Fast Fashion selten erscheinen, weil die Tradition von Nähen oder Häkeln eigener Bekleidung üblich war und das Angebot von Kleidung beträchtlich niedriger war.

## 6.5 Vorteile und Nachteile der nachhaltigen Mode

Als schon angedeutet wurde, gehört die Schonung von natürlichen Ressourcen zu den größten Vorteilen der nachhaltigen Mode. Es handelt sich hauptsächlich um das Wassersparen und niedrigere oder am besten keine Verschmutzung durch die giftigen Chemikalien. Die Philosophie enthält eine Verwendung von hochwertigen Materialien, die bei der richtigen Behandlung eine lange Zeit aushalten können. Der andere Vorteil besteht also in der besseren Qualität von Kleidung.

Die einzelnen Kleidungsstücke werden in den Fabriken mit chemischen Farben gefärbt. Wir wissen nicht genau, welcher Einfluss das auf unsere Haut hat. Jeden Tag tragen wir solche Kleidung, die vielleicht negativ unsere Gesundheit beeinflusst. Die nachhaltige Mode vertritt das Vorfahren, dass die Kleidung auf natürlicher Weise gefärbt wird. Es nimmt eine Rücksicht sowohl auf die Natur als auch auf die menschliche Gesundheit. Ein der wichtigsten Vorteile besteht in den fairen Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter. Es kommt auf annehmbare

---

<sup>162</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 44

Lohnbedingungen, menschlichen Zutritt, sichere Arbeitsumwelt und akzeptable Arbeitszeiten.<sup>163</sup> Der letzte aber auf keinen Fall weniger wichtige Vorteil, ist der Tierschutz. Es wird kein Leder oder Pelz der lebendigen Tiere benutzt.

Ein Negativum von nachhaltiger Mode ist die bisherige ungenügende Zugänglichkeit in Geschäften. Dies macht davon etwas Unerreichbares. Die bessere Situation betrifft die Online-Shops, wo die nachhaltigen Marken hauptsächlich verkauft werden. Es wäre wirklich nutzbringend, wenn die nachhaltige Kleidung sich neben der zugänglichen Konfektion befinden würde, weil die Beliebtheit des Einkaufens in Geschäften immer hoch ist. Der nächste Nachteil betrifft die ziemlich hohen Preise, die die Mehrheit von Menschen entmutigt. Aber wenn man den Fakt in Erwägung zieht, ob es nicht besser ist, ein bisschen mehr Geld für ein langlebiges Kleidungsstück auszugeben, als immer wieder die Kleidung der schlechten Qualität einzukaufen? Das muss sich jeder für sich bestimmen. Auf der anderen Seite, zum Beispiel die Jugendlichen, die noch studieren und kein festes Gehalt bekommen, können sich das oft nicht leisten. Jedoch kann der Preis aus mehreren Gründen nicht niedrig werden. Es nimmt viel Zeit und Mühe, die richtigen Materialien, Produktionsverfahren und Arbeitskraft zu besorgen. Das alles muss sich auf den Preis auswirken.

## 6.6 Wie kann man sich im Rahmen der Mode nachhaltig verhalten?

Es gibt mehrere Möglichkeiten, wie man sich als Konsument der Mode verantwortlich benehmen kann. Die erste Sache, die jeder im Geschäft machen soll, ist über seinen Einkauf nachzudenken. Das betrifft nicht nur die Mode, solchen Entscheidungen begegnen wir im Alltagsleben, wenn wir zum Beispiel Lebensmittel einkaufen. Wir haben immer eine lange Liste von Artikeln, aber wievielmals ist es geschehen, dass wir etwas Unnötiges gekauft haben. Dasselbe betrifft die Kleidung. Wir kaufen sehr viel ein, was wir nicht brauchen und tragen

---

<sup>163</sup>Vgl. BURCKHARDT, Gisela und Swantje STEINBRINK, 2014. *Todschick* [online]. *Edle Labels, billige Mode-unmenschlich produziert*. München: Wilhelm Heyne Verlag [Zugriff am 30.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-641-14521-7. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/EinfacheSuche?search=todschick&top=y&detail=0> S. 18

davon etwa 40 %.<sup>164</sup> Der erste Schritt, der unserer Umwelt helfen würde, ist ganz einfach und zwar weniger einkaufen. Das ist leichter zu sagen, aber schwerer zu tun. Eine gute Motivation dazu könnte sein, dass es sowohl unsere Zeit, als auch Geldtasche spart. Wenn wir schon zu viel Kleidung in unserem Schrank haben, können wir davon neue Kombinationen ausdenken. Heutzutage gibt es viel Inspiration im Internet. Unsere Kleidung braucht auch eine gute Pflege. Deshalb sollen wir es auf niedrige Temperatur waschen und am besten draußen trocken lassen. Wenn man die alte Kleidung nicht mehr tragen will, kann es weiterverkauft oder gespendet werden. In ganz Deutschland funktioniert regelmäßig ein Kleidertausch. Dieses Projekt wird von Greenpeace veranstaltet und ermöglicht den Menschen ihre Kleiderschränke aufzuräumen.<sup>165</sup> Die Kleidung landet dann nicht auf der Deponie und es kann gleichzeitig jemanden glücklich machen. Die verschiedenen Risse oder Beschädigungen der Stoff können oft leicht repariert werden. Man muss nicht automatisch ein neues Stück kaufen. Die Förderung von kleinen Boutiquen oder beginnenden Designer ist auch eine gute Art von nachhaltigem Verhalten.

## 6.7 Natürliche Materialien

Neue Materialien und Textilien werden im gegenwärtigen Jahrhundert entwickelt und erforscht. Was die Mode angeht, ist die Modeindustrie in jüngster Zeit auf natürliche und nachhaltige Fasern konzentriert. Im Zusammenhang mit der Entwicklung von nachhaltiger Mode werden auch verschiedene neue Färbemethoden versucht. Zu den besten Färbemitteln natürlicher Art gehören zum Beispiel rote Rübe, Kurkuma, Avocado-Kerne oder Indigo. Diese können wir ohne unnötige Belastung direkt von Natur gewinnen. Die künstlichen Materialien und ihre chemische Färbung stellen dagegen eine hohe Belastung der Umwelt dar. Deswegen ist es

---

<sup>164</sup>Vgl. BURCKHARDT, Gisela und Swantje STEINBRINK, 2014. *Todschick* [online]. *Edle Labels, billige Mode- un menschlich produziert*. München: Wilhelm Heyne Verlag [Zugriff am 30.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-641-14521-7. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/EinfacheSuche?search=todschick&top=y&detail=0> S. 312

<sup>165</sup>Vgl. GREENPEACE E.V., [kein Datum]. *KleiderTausch* [online]. Hamburg: Greenpeace e.V. [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.kleidertausch.de/>

wichtig, dass die Forschung von Materialien natürlicher Herkunft weiter fortsetzt. Hier werden einige von den oft benutzten angeführt.

Allgemein gilt die Baumwolle wegen ihrer Eigenschaften und Vielseitigkeit weltweit als das meist verarbeitete und benutzte Material. Der größte Baumwollproduzent ist China, dann folgt Indien und USA. Dieser beliebte Rohstoff verursacht aber auch viele ökologische Probleme, weil sie beim Anbau viel künstlich bewässert und mit schädlichen Schutzmitteln besprengt sein muss. Demgegenüber spart der Anbau von Biobaumwolle viel Wasser und hinterlässt den Boden wegen keiner Anwendung von Pestiziden oder ähnlicher Schutzmittel wiederverwendbar und fruchtbar. Gegen Schädlinge werden verschiedene auf dem Feld wachsende Pflanzen benutzt. Manchmal werden auf denselben Feldern auch Getreide oder Gemüse gepflanzt, um den Boden zu entlasten.<sup>166</sup>

Da die Baumwolle ziemlich hohe Temperaturen zum Wachsen braucht, wird es meistens in den Entwicklungsländern angebaut und mit der Hand gesammelt. Die Biobaumwolle wird oft von kleinen Bauern produziert und es wird mehr auf faire Löhne und Arbeitsbedingungen geachtet.<sup>167</sup> Als ein wichtiger deutscher Hersteller von Baumwollfasern gilt das Familienunternehmen Gebrüder Otto, das eine lange Tradition hat. Die Firma spezialisiert sich auf die Herstellung von Garnen, die dort auch gefärbt werden können. Sie bemühen sich um neue Innovationen und verfügen über viele Bio-Zertifizierungen.<sup>168</sup> Ein anderer deutscher Hersteller, in diesem Fall ein Hersteller von schon fertigen Stoffen, heißt Lebenskleidung. Dieses Berliner Unternehmen bietet ein sehr breites Angebot von Materialien, die aus Bio-Rohstoffe hergestellt werden. Die Nachhaltigkeit spielt in diesem Unternehmen eine zentrale Rolle.<sup>169</sup>

---

<sup>166</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 55-62

<sup>167</sup>Vgl. UMWELTINSTITUT MÜNCHEN E.V., 2016. *Anbau von Baumwolle* [online]. München: Umweltinstitut München e.V. [Zugriff am 05.02.2020]. Verfügbar unter: <http://www.umweltinstitut.org/fragen-und-antworten/bekleidung/anbau-von-baumwolle.html>

<sup>168</sup>Vgl. GEBRÜDER OTTO GMBH & CO. KG, 2019. *Otto Garne* [online]. Dietenheim: Gebrüder Otto GmbH & Co. KG [Zugriff am 05.02.2020]. Verfügbar unter: <http://www.otto-garne.de/>

<sup>169</sup>Vgl. ITTER, Benjamin, Enrico RIMA und Christoph MALKOWSKI GBR, 2019. *Lebenskleidung* [online]. Berlin: Benjamin Itter, Enrico Rima und Christoph Malkowski GbR [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.lebenskleidung.com/de/>

Ein sehr resistentes und anspruchsloses Material ist Hanf. Trotzdem ist es hauptsächlich als Droge wahrgenommen, kann die Pflanze auch andere Anwendungen haben. Es braucht sogar keine heißen Temperaturen und weniger Wasser als Baumwolle. Der Wuchs ist ganz schnell und die Fasern dehnbar. Verwendung von Pestiziden oder chemischen Schutzmitteln ist nicht benötigt, weil die Schädlinge die Pflanze vermeiden. Eine ähnliche grüne Pflanze, die richtige Eigenschaften für die Herstellung des Garns hat, heißt die Brennnessel. Sie braucht keine spezielle Pflege und nimmt die Feuchtigkeit gut auf. Die Heilwirkungen dieser Pflanze sind auch außergewöhnlich und meiner Meinung nach wird sie viel unterschätzt. Im Sommer bevorzugen wir luftige und leichte Kleidung. Ein Bonus ist, wenn uns die Kleidung noch ein bisschen kühlen kann. Solche Möglichkeit bietet das Leinen an. Leinenhemd oder Leinenhose sind in letzter Saison ein Hit geworden. Das Leinen wird vom Flachs gewonnen und besteht größtenteils aus Zellulose. Die Fasern sind langlebig, aber zerknittern sich ziemlich schnell. Für die gut anwendbare Fasern werden auch die Kokos- oder sogar Kürbisfasern gehalten. Von den Naturmaterialien, die aus Tiere stammen, verdienen Schafwolle, Kaschmir und Seide die Erwähnung. Wolle und Kaschmir werden aus dem Tierfell gewonnen, während die Seide aus dem Kokon des Seidenspinners stammt. Die reine Schafwolle kann uns kratzen, dafür im Winter angenehm erwärmt. Kaschmir und Seide gehören zu den teuren Materialien, weil der Prozess der Verarbeitung anspruchsvoller ist.<sup>170</sup>

---

<sup>170</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 84-87



### 6.7.1 Zertifizierungen

Um die Herkunft der natürlichen Materialien nachweisen zu können, gibt es mehrere Zertifizierungen dafür. Solche Bezeichnung bezieht sich dann auch auf das Produkt, das von zertifizierten Materialien hergestellt wird. Hier werden einige von den wichtigsten aufgelistet.

„Fairtrade Certified Cotton“ bezeichnet eine Zertifizierung von Baumwolle. In Deutschland wurde es im Jahr 2007 eingeführt. Dieser Standard legt einen großen Wert auf gerechte Arbeits- und Handelsbedingungen, faire Löhne der Mitarbeiter und es garantiert, dass die kleinen Bauer in den Entwicklungsländern nicht ausgebeutet werden.

„Global Organic Textile Standards“ oder auch „GOTS“ wird ein anderer bekannte und gleichzeitig meist verbreitete Standard genannt. Solche Zertifizierung bekommen die Produkte, die mindestens 70 % der Bio-Materialien enthalten. Es werden regelmäßige Kontrollen durchgeführt, ob alle Verordnungen beachtet werden. GOTS fokussiert sich nicht nur auf die Textilien, sondern auch auf den gesamten fairen Prozess der Materialbeschaffung.

Was die Produktion der aus Holz gewinnenden Materialien angeht, ist es nötig, die Wälder auch zu schützen. Darauf konzentriert ihre Tätigkeit die Organisation „FSC“, was die Abkürzung für „Forest Stewardship Council“ ist. Ein schonender Umgang mit den Wäldern gehört zu den Hauptprioritäten der Zukunft.

Die Sicherung möglichst niedrigster Umweltbelastung der Produktion von Textilien und Leder fällt in Kompetenz von „Naturleder IVN“ und „Naturtextil IVN“.<sup>171</sup>

---

<sup>171</sup>Vgl. DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1. S. 123-125

## 6.8 Die Zukunft der nachhaltigen Mode im Kontext deutscher Marken

Die nachhaltige Mode nimmt in der letzten Zeit eine neue Richtung an. Modedesigner bemühen sich auch um moderne und innovative Designs zu entwerfen, um die möglichst breiteste Gruppe von Kunden anzusprechen. Die Resten von Stoffen, die bei der Produktion entstehen, versuchen sie für das nächste Modell wieder zu benutzen und eine neue Zusammensetzung davon mit neuen Materialien zu schaffen.

Viele Bestrebungen geschehen gegenwärtig in vielen Staaten des Europas. In China, Russland oder in den Vereinigten Staaten gehört die Nachhaltigkeit bis jetzt nicht zu den Hauptprioritäten. Und wenn wir in Erwägung ziehen, dass diese drei Staaten eine beträchtliche Fläche einnehmen und in der Zukunft vielleicht noch expandieren wollen, gelten sie als größere Verschmutzer als das ganze Europa.

Die Zukunft der nachhaltigen Mode hängt nicht nur von den einzelnen Designern ab, sondern auch von den größten Modekonzernen wie zum Beispiel H&M, Zara, Mango oder dem ziemlich neuen Internet-Geschäft Zalando. Der schwedische Konzern H&M wurde schon mehrmals kritisiert, und zwar wegen der unethischen Bedingungen der Mitarbeiter oder wegen der Produkte minderer Qualität. Deswegen versucht dieses Unternehmen Veränderungen in mehreren Bereichen einzuführen. Das umfasst eine ethische und klimaschonende Behandlung oder ein verantwortliches Umgehen mit natürlichen Ressourcen.<sup>172</sup> H&M hat sich auch bis 2020 zur Verwendung von Biobaumwolle verpflichtet.<sup>173</sup>

Der Berliner Online-Shop Zalando ist heute sehr beliebt geworden und deswegen ist an dem heutigen Modekonsum auch engagiert. Es wurden bisher schon ein paar nachhaltige Schritte gemacht, wie zum Beispiel Verwendung der aus 80 % recycelten Kunststoff bestehenden

---

<sup>172</sup>Vgl. BURCKHARDT, Gisela und Swantje STEINBRINK, 2014. *Todschick* [online]. *Edle Labels, billige Mode-unmenschlich produziert*. München: Wilhelm Heyne Verlag [Zugriff am 29.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-641-14521-7. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/Einfache-Suche?search=todschick&top=y&detail=0> S. 249

<sup>173</sup>Vgl. GEDDA, Anna, [kein Datum]. *Goals and ambitions* [online]. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://hmgroup.com/sustainability/vision-and-strategy/goalsandambitions.html>

Versandtaschen.<sup>174</sup> Das Unternehmen will aber den aktuellen Herausforderungen standhalten, deswegen setzt es mit neuen innovativen Ideen fort. Bis 2023 wollen sie den Abfall bei Verpackungen minimalisieren und die fairen Partnerschaften schließen. Etwa 90 % der Energie, die auf ihren Standorten benutzt wird, ist erneuerbar.<sup>175</sup> Die Kunden können in dem Online-Shop ein breites Angebot der nachhaltigen Marken finden.<sup>176</sup> Im Jahr 2019 wurde auch eine Plattform gegründet, dank der die gebrauchte Kleidung einen neuen Besitzer finden kann.<sup>177</sup> Die Metzinger Firma Hugo Boss widmet der Nachhaltigkeit auch viel Aufmerksamkeit. Sie konzentrieren sich auf Bereiche wie Logistik oder Energieeinsparung. Einige von den Hauptprioritäten bilden die zufriedenen Mitarbeiter und fairen Handelspartnerschaften. Ihr Ziel ist auch, die möglichst umweltschonende und hochwertige Produkte mithilfe der innovativen Technologien herzustellen.<sup>178</sup> Die Berücksichtigung von Tierwohl und Eingliederung von nachhaltigen Materialien gehört zu den Hauptprioritäten des Betriebs.<sup>179</sup> Der deutsche Gigant Adidas bemüht sich auch um einen besseren Umgang mit unserer Umwelt. Die positive Veränderung betrifft die Verarbeitung von Plastik, die jährlich in riesigen Mengen in Ozeanen enden. Die Zusammenarbeit mit der Umweltorganisation Parley hat neue Sportschuhe als auch Sportkleidung gebracht, die mindestens von 75 % recycelten Plastikmüll bestehen.<sup>180</sup> Es zeigt sich, dass man vom Kunststoff benutzbare Fasern für die Herstellung der Bekleidung verwenden kann. Eine solche Initiative ist meiner Meinung nach sehr wichtig, weil die Plastikbelastung zu den größten Herausforderungen heutiger Zeit gehört.

---

<sup>174</sup>Vgl. ZALANDO SE, [kein Datum]. *do.MORE* [online]. *Unsere Strategie für Nachhaltigkeit Zalando*. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/do-more>

<sup>175</sup>Vgl. ZALANDO SE, [kein Datum]. *Take a Stand* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/take-a-stand>

<sup>176</sup>Vgl. ZALANDO SE, [kein Datum]. *Style with Care* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/style-with-care>

<sup>177</sup>Vgl. ZALANDO SE, [kein Datum]. *Shape Our Future* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/verantwortung/shape-our-future>

<sup>178</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Handlungsfelder & Ziele* [online]. Metzingen: Hugo Boss AG [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/verantwortung/we-vision-strategie/handlungsfelder-ziele>

<sup>179</sup>Vgl. HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Ideen für morgen* [online]. Metzingen: Hugo Boss AG [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/verantwortung/produkt>

<sup>180</sup>Vgl. ADIDAS AG, 2019. *Die Ozeane* [online]. *Tod durch Plastikverschmutzung*. Herzogenaurach: adidas AG [Zugriff am 12.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.adidas.de/blog/361051>

Die Konzerne haben viele Ziele und Visionen festgesetzt, um die bisherige Produktion zu regulieren und nachhaltiger zu machen. Es wird keine kurze Zeit dauern, die Modeindustrie zu transformieren, aber mindestens wird darüber schon global gesprochen und die ersten realen Maßnahmen gemacht. Als das wichtigste Element der Modekette bleibt aber stets der Verbraucher. Ökonomisches Verhalten und Interesse des Verbrauchers sind entscheidend. Wenn die Öko-Kleidung erreichbar in Geschäften würde, hätten wir eine bessere Möglichkeit mit dieser Kleidung kennenzulernen. Es ist nur eine Frage der Zeit, wenn die Mehrheit von Population ihre Gewohnheiten verändert und mehr über ihre Einkaufswahlen nachdenken wird. Ein unangenehmes Problem betrifft auch den Preis. Es kommt auf der Stellung von Verbraucher an, ob er für eine bessere Qualität und ethische Produktion mehr Geld bezahlen würde.

## 7 Zusammenfassung

Die Deutsche gehören zwar nicht zu den Nationen, die die Mode in ihrer DNA, wie zum Beispiel die Franzosen oder Italiener, haben. Trotzdem spielt die deutsche Modeindustrie weltweit eine wichtige Rolle. Viele Modeschöpfer deutscher Herkunft haben sich vielleicht mehr in anderen Ländern durchgesetzt, aber ihre Heimat leugnen sie nicht. Jil Sanders minimalistische Philosophie und Karl Lagerfelds außergewöhnliches Talent haben eine unauslöschliche Spur in der Modewelt hinterlassen. Die Modegeschichte würde ganz anders ohne berühmte deutsche Marken wie Hugo Boss oder Adidas aussehen.

Mithilfe von Kleidung werden nicht nur unsere Gefühle, Werte sondern auch unser Charakter geäußert. Die Bekleidung reflektiert auch, was in der Gesellschaft geschieht und was für Traditionen oder Stellungen jede bestimmte Kultur vertritt. Der kulturelle Hintergrund beeinflusst unsere Wahrnehmung in vielen Hinsichten. Im 20. Jahrhundert haben die historischen Ereignisse nicht nur die deutsche Mode beeinflusst. In der ersten Hälfte musste sich die Mode vor allem an den Krieg anpassen. In der Nachkriegszeit haben sich neue Stile geformt, die allmählich mehr Freiheit gewonnen haben. Das 21. Jahrhundert brachte dagegen eine Digitalisierung, Beschleunigung und große Zugänglichkeit. Infolge der Globalisierung werden die einzelnen Kulturen miteinander gemischt und das führt auch zur anderen Auffassung der Mode selbst.

Solche Faktoren des gegenwärtigen Jahrhunderts haben uns zum Konsumverhalten gebracht. Die Mengen von Abfall verschiedener Art sind riesig. Unsere Umwelt ist viel belastet und die natürlichen Ressourcen sind unangemessen ausgenutzt. Die Modeindustrie gehört zu den größten Umweltverschmutzern, deswegen wurde der nachhaltigen Mode in dieser Arbeit die Aufmerksamkeit geschenkt. Es wurden die verschiedenen Aspekte der Grüner Mode angegeben. Folgend habe ich mich auf die konkreten Maßnahmen konzentriert, die die Deutsche im Kontext der Nachhaltigkeit selbst und nachhaltiger Mode treffen.

Die Zukunft von Öko-Mode sieht nach in der Arbeit erwähnten Bestrebungen ziemlich positiv aus. Die einzelnen Modemarken beginnen dieses Phänomen ernst zu nehmen. Wichtig ist aber auch das Verhalten des Verbrauchers. Die Deutsche können als ein gutes Beispiel für aktive Teilnahme an dieser Problematik gelten. Die Veränderungen werden zwar Schritt für Schritt realisiert werden, aber man soll daran denken, dass jede Kleinigkeit, die jeder von uns zur besseren Umwelt macht, zählt.

## 8 Resumé

Němci sice nepatří k národům, které mají módu zakořeněnou ve svém DNA jako například Italové nebo Francouzi. Přesto hraje ve světě německý módní průmysl důležitou roli. Mnozí módní návrháři německého původu se sice více prosadili v zahraničí, avšak svoji rodnou zemi nezapřou. Nesmazatelnou stopu v módním světě zanechala například minimalistická filozofie Jil Sander či výjimečný talent Karla Lagerfelda. Historie módy by vypadala úplně jinak bez známých německých značek jako je Adidas či Hugo Boss.

Pomocí oblečení lze vyjádřit nejenom naše pocity a hodnoty, ale také charakter. Móda reflektuje také to, co se aktuálně děje ve společnosti, stejně jako tradice a postoje určité kultury. Kultura ovlivňuje naše vnímání v mnoha ohledech. Ve 20. století se vliv historických událostí promítl nejen na německé módě. V první polovině tohoto století se móda musela přizpůsobit především válce. Později se začaly objevovat nové styly, které se postupně stávaly svobodnějšími. 21. století oproti tomu přineslo digitalizaci, zrychlení i velkou dostupnost. V důsledku globalizace dochází k propojování jednotlivých kultur, což poté vede k odlišnému vnímání módy samotné.

Tyto faktory současného století nás dovedly až ke konzumní společnosti. Množství odpadu je obrovské. Zatížení našeho životního prostředí je nemalé, zacházení s přírodními zdroji je nevhodné. Módní průmysl patří k největším znečišťovatelům životního prostředí, z toho důvodu byla v této práci věnována pozornost udržitelné módě. Byla také uvedena různá hlediska tohoto druhu módy. Poté jsem se soustředila na opatření, která Němci zavádějí v rámci udržitelné módy a udržitelnosti samotné.

Budoucnost ekologické módy se vyvíjí podle v práci zmíněných opatření poměrně pozitivně. Jednotlivé módní značky si začínají tento fenomén uvědomovat. Důležité je však také chování samotného spotřebitele. Němci mohou s jejich aktivní iniciativou na této problematice platit jako dobrý příklad. Změny jsou sice realizovány krok po kroku, ale měli bychom myslet na to, že každá maličkost, kterou kdokoliv z nás učiní, se počítá.

## 9 Quellen

### 9.1 Literaturverzeichnis

BUXBAUM, Gerda und andere, 1999. *MODE! Das 20. Jahrhundert*. München: Prestel Verlag. ISBN 3-7913-2191-9

COXOVÁ Barbara, Carolyn S. JONESOVÁ, David a Caroline STAFFORDOVI, 2013. *Ve jménu módy: Ilustrované dějiny bizarnosti a krásy*. Praha: Mladá fronta. ISBN: 978-80-204-2928-5

DIEKAMP, Kirsten und Werner KOCH, 2010. *Eco Fashion: Top-Labels entdecken die Grüne Mode*. München: Stiebner Verlag. ISBN 978-3-8307-0868-1

GÜRTLER, Christa und andere, 2015. *Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaft*. Bielefeld: transcript Verlag. ISBN 978-3-8376-2819-7

MACKENZIEOVÁ, Mairi, 2010. *...ismy: Jak chápat módu*. Praha: Slovart. ISBN 978-80-7391-399-1

SPÖCKER, Christoph, 2019. *Karl Lagerfeld: Kleine Anekdoten aus dem Leben eines großen Modeschöpfers*. 3. München: riva Verlag. ISBN 978-3-7423-0001-0



## 9.2 Internetquellen

ADIDAS AG, 2019. *Die Ozeane* [online]. *Tod durch Plastikverschmutzung*. Herzogenaurach: adidas AG [Zugriff am 12.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.adidas.de/blog/361051>

ADIDAS AG, [kein Datum]. *Geschichte* [online]. Herzogenaurach: ADIDAS AG [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.adidas-group.com/de/unternehmen/geschichte/>

BERLIN PARTNER FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE GMBH, 2019. *Der nachhaltige Fashion Week Traveller's Guide* [online]. Berlin: Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, 13.06.2019 [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://fashion-week-berlin.com/blog/single-news/der-nachhaltige-fashion-week-travellers-guide.html>

BERLIN PARTNER FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE GMBH, 2019. *Wie nachhaltig ist die Berlin Fashion Week wirklich?* [online]. Berlin: Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH, 28.06.2019 [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://fashion-week-berlin.com/blog/single-news/wie-nachhaltig-ist-die-berlin-fashion-week-wirklich.html>

BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND NUKLEARE SICHERHEIT, 2019. *Umweltbewusstsein in Deutschland 2018* [online]. *Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Berlin: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. [Zugriff am 24.02.2020]. Verfügbar unter: [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/ubs2018\\_-\\_m\\_3.3\\_basisdatenbroschuere\\_barrierefrei-02\\_cps\\_bf.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/ubs2018_-_m_3.3_basisdatenbroschuere_barrierefrei-02_cps_bf.pdf)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 30er Jahre* [online]. *Die neu entdeckte Weiblichkeit*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 11.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_30er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_30er_jahre.html)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 40er Jahre* [online]. *Die Mode wurde zur Nebensache*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_40er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_40er_jahre.html)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 50er Jahre Kleidung* [online]. *Schwingende Röcke, heitere Mode*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_50er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_50er_jahre.html)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 60er Jahre Kleidung* [online]. *Knabenhaft wie Twiggy*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_60er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_60er_jahre.html)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 70er Jahre Kleidung* [online]. *Vielfalt und Aufbegehren*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_70er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_70er_jahre.html)

BÜRKLIN, Michael, [kein Datum]. *Die Mode der 80er Jahre* [online]. *Outfit – Jeans und bequeme Ergänzungen*. Altensteig: Michael Bürklin [Zugriff am 17.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.was-war-wann.de/mode/mode\\_der\\_80er\\_jahre.html](https://www.was-war-wann.de/mode/mode_der_80er_jahre.html)

COLE, Rachel, [kein Datum]. *Jil Sander* [online]. *German fashion designer*. London: EU Representative and Data Protection Officer [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.britannica.com/biography/Jil-Sander>

DETERING, Michael, 2010. 8000 Liter Wasser für eine Jeans. In: *Süddeutsche Zeitung* [online]. 10.05.2010 [Zugriff am 31.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/wissen/wasserverbrauch-8000-liter-wasser-fuer-eine-jeans-1.611559>

DÖRPMUND, Tim, 2019. *Prada for Adidas* [online]. *So sieht's aus*. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag GmbH, 25.11.2019 [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.textilwirtschaft.de/business/sports/erstes-produkt-aus-der-zusammenarbeit-so-sehen-die-ersten-gemeinsamen-styles-von-prada-und-adidas-aus-222687>

DÖRR, Luisa, 2013. *Eco Fashion heute* [online]. *Und wie sieht es heute mit der Eco Fashion?* Winterlingen: Earthback GmbH, 13.11.2013 [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: <http://earthback.com/blog/category/geschichte-der-eco-fashion/>

DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 30er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 11.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-30er.html>

DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 60er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-60er.html>

DRESSMO GMBH, [kein Datum]. *Modestile des 20. Jahrhunderts* [online]. *Mode und Trends der 70er Jahre*. Wadern: Dressmo GmbH [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.modeopfer110.de/mode-know-how/modetrends-der-20er-80er/die-mode-der-70er.html>

EHI REATIL INSTITUTE GMBH, 2014-2015. *Nettoumsatz der führenden Modemarken* [online]. *Anbieter in Deutschland in den Jahren 2014 und 2015 (in Millionen Euro)*. Köln: EHI Retail Institute GmbH [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.handelsdaten.de/konsumgueterindustrie/umsatz-der-groessten-deutschen-modemarken-anbieter-jahresvergleich>

EUROPÄISCHE KOMMISSION, [kein Datum]. *Konzept der EU für nachhaltige Entwicklung* [online]. Brüssel: Europäische Kommission [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: [https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development\\_de](https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_de)

FW GBR, [kein Datum]. *1945 – 1961. Bundesrepublik I* [online]. *Was sind "Halbstarke?"* Ebringen: FW GbR [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.zeitclicks.de/brd/zeitclicks/zeit/alltag/frag-doch-mal-2/was-sind-halbstarke/>

GEBRÜDER OTTO GMBH & CO. KG, 2019. *Otto Garne* [online]. Dietenheim: Gebrüder Otto GmbH & Co. KG [Zugriff am 05.02.2020]. Verfügbar unter: <http://www.otto-garne.de/>

GEDDA, Anna, [kein Datum]. *Goals and ambitions* [online]. Stockholm: H & M Hennes & Mauritz AB [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://hmgroup.com/sustainability/vision-and-strategy/goalsandambitions.html>

GERRY WEBER INTERNATIONAL AG, [kein Datum]. *Historie* [online]. *Milestones*. Halle/Westfalen: GERRY WEBER International AG [Zugriff am 20.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.gerryweber.com/de/konzern/die-gerry-weber-gruppe/historie/>

GESAMTVERBAND DER DEUTSCHEN TEXTIL- UND MODEINDUSTRIE E.V., [kein Datum]. *Forschung* [online]. Berlin: Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. [Zugriff am 12.02.2020]. Verfügbar unter: <https://textil-mode.de/de/>

GOETHE-INSTITUT E.V., 2014. *Die besten deutschen Modedesigner* [online]. Wolfgang Joop. München: Goethe-Institut e.V. [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.goethe.de/de/kul/des/20406879.html>

GREENPEACE E.V., [kein Datum]. *KleiderTausch* [online]. Hamburg: Greenpeace e.V. [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.kleidertausch.de/>

GRETTER, Susanne, [kein Datum]. *Marlene Dietrich* [online]. *Biografie*. Hannover/Boston: Institut für Frauen-Biographieforschung Hannover/Boston [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <http://www.fembio.org/biographie.php/frau/biographie/marlene-dietrich/>

HASTINGS, Kasia, 2018. 25 Of Karl Lagerfeld's Most Iconic Muses. In: *VOGUE* [online]. 07.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/gallery/karl-lagerfeld-muses>

HERRMANN, Dr. Simone, 2019. Warum Wolfgang Joop wieder im Haus seiner Eltern wohnt. In *Architectural Digest* [online]. 30.10.2019 [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.ad-magazin.de/article/wolfgang-joop>

HOBBS, Julia, 2019. "Choupette": Dieses neue Buch zeigt ungesehene Bilder aus dem Leben der berühmten Modekatze-fotografiert von Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 25.11.2019 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/choupette-neuer-bildband>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Handlungsfelder & Ziele* [online]. Metzingen: Hugo Boss AG [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/verantwortung/we-vision-strategie/handlungsfelder-ziele>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Ideen für morgen* [online]. Metzingen: Hugo Boss AG [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/verantwortung/produkt>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Industrie 4.0 in der Praxis* [online]. *Smart factory*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019].

Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/unternehmen/stories/smart-factory-in-izmir>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Kultursponsoring* [online]. *Kultursponsoring bei Hugo Boss: Eine lange Tradition*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/sponsoring/kultursponsoring>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Sportsponsoring* [online]. *Präzision, Dynamik, Innovation*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/sponsoring/sportsponsoring>

HUGO BOSS AG, [kein Datum]. *Unternehmensgeschichte* [online]. *Studie zur Unternehmensgründung von Hugo Ferdinand Boss*. Metzingen: HUGO BOSS AG [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: <https://group.hugoboss.com/de/unternehmen/geschichte>

INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Geschichte*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/geschichte\\_748.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/geschichte_748.htm)

INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Nachhaltigkeit Definition*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/definitionen\\_1382.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/definitionen_1382.htm)

INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NÜRNBERG FÜR MITTELFRAANKEN, 2015. *Lexikon der Nachhaltigkeit* [online]. *Übersetzung ins Englische und Französische*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter:  
[https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/uebersetzung\\_ins\\_englische\\_und\\_franzoesische\\_1726.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/uebersetzung_ins_englische_und_franzoesische_1726.htm)

ITTER, Benjamin, Enrico RIMA und Christoph MALKOWSKI GBR, 2019. *Lebenskleidung* [online]. Berlin: Benjamin Itter, Enrico Rima und Christoph Malkowski GbR [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.lebenskleidung.com/de/>

KAMPP-WIRTZ, Manuela, [kein Datum]. *Jil Sander* [online]. *Designer-Portrait*. München: Manuela Kampp-Wirtz [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/designer/jil-sander>

KAMPP-WIRTZ, Manuela, [kein Datum]. *Stephan Schneider* [online]. *Konservative Avantgarde*. München: Manuela Kampp-Wirtz [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/designer/stephan-schneider>

KERNER, Patrick-Kilian, [kein Datum]. *Designed by Kilian Kerner* [online]. *Kilian*. Berlin: Patrick-Kilian Kerner [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.kilian-kerner.de/kilian>

KONRADIN MEDIEN GMBH, [kein Datum]. *Comeback der Trachtenmode* [online]. *Was steckt hinter Dirndl, Lederhose & Co?* Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.wissen.de/comeback-der-trachtenmode-was-steckt-hinter-dirndl-lederhose-co>

KONRADIN MEDIEN GMBH, [kein Datum]. *Die Geschichte der Volkstrachten in Deutschland* [online]. Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.wissen.de/die-geschichte-der-volkstrachten-deutschland>

KÖSTER, Roman, [kein Datum]. *Hugo Boss, 1924-1945. Eine Kleiderfabrik zwischen Weimarer Republik und "Drittem Reich": Kurzfassung* [online]. [Zugriff am 13.12.2019]. Verfügbar unter: [https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS\\_Kurzfassung\\_Unternehmensstudie\\_d\\_final.pdf](https://group.hugoboss.com/fileadmin/media/pdf/corporate/HUGO-BOSS_Kurzfassung_Unternehmensstudie_d_final.pdf)

LA MAISON DIOR, [kein Datum]. *The Story of Dior* [online]. *The New Look Revolution*. [Zugriff am 15.11.2019]. Verfügbar unter: [https://www.dior.com/couture/en\\_int/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution](https://www.dior.com/couture/en_int/the-house-of-dior/the-story-of-dior/the-new-look-revolution)

LEIPRECHT, Rudolf, 2004. *Kultur* [online]. *Was ist das eigentlich?* Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität Oldenburg [Zugriff am 22.01.2020]. Verfügbar unter: [https://uol.de/fileadmin/user\\_upload/paedagogik/personen/rudolf.leiprecht/Kulturtextveroeffentl..pdf](https://uol.de/fileadmin/user_upload/paedagogik/personen/rudolf.leiprecht/Kulturtextveroeffentl..pdf)

LEUZE, Julie, 2002. *Brustpanzer oder Reformkleid* [online]. Leinfelden-Echterdingen: Konradin Medien GmbH, 21.08.2002 [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.wissenschaft.de/magazin/weitere-themen/brustpanzer-oder-reformkleid/>

1&1 MAIL & MEDIA GMBH, [kein Datum]. *Guido Maria Kretschmer*. [online]. Karlsruhe: 1&1 Mail & Media GmbH [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://web.de/magazine/unterhaltung/thema/guido-maria-kretschmer>

NIER, Heda, 2018. *Die Deutschen wollen nachhaltig leben* [online]. Hamburg: Statista GmbH, 22.06.2018 [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/14379/yougov-statista-umfrage-zum-thema-nachhaltigkeit/>

PIEDAYESH, Leyla, 2017. Leyla Piedayesh: Creative Director & Founder of lala Berlin. Interview durch Corinna KRENZER. In: *She's Mercedes* [online]. 14.07.2017 [Zugriff am



08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.mercedes-benz.com/en/she/career-and-entrepreneurship/leyla-piedayesh-creative-director-founder-of-lala-berlin/>

PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DER BUNDESREGIERUNG, 2018. *Aktualisierung der Strategie beschlossen* [online]. Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 07.11.2018 [Zugriff am 23.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/aktualisierung-der-strategie-beschlossen-1546128>

PRESSE- UND INFORMATIONSAMT DER BUNDESREGIERUNG, 2018. *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie* [online]. *Aktualisierung 2018*. Berlin: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 15.10.2018 [Zugriff am 23.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1546450/65089964ed4a2ab07ca8a4919e09e0af/2018-11-07-aktualisierung-dns-2018-data.pdf?download=1>

PUMA SE, [kein Datum]. *PUMAS CHRONIK* [online]. *FOREVER FASTER SEIT TAG EINS*. Herzogenaurach: PUMA SE [Zugriff am 02.12.2019]. Verfügbar unter: <https://about.puma.com/de-de/this-is-puma/history>

REEDER, Jan Glier, [kein Datum]. *Jeanne Paquin* [online]. Burlingame: LoveToKnow Corp. [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-clothing-industry/fashion-designers/jeanne-paquin>

RIEDL, Ann-Kathrin, 2019. Cara Delevingne, Diane Kruger, Kate Moss und Co. haben eine Kollektion in Erinnerung an Karl Lagerfeld entworfen. In: *VOGUE* [online]. 26.09.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/karl-lagerfeld-tributkollektion-weisses-hemd>

RIEDL, Ann-Kathrin, 2019. Gedenkfeier für Karl Lagerfeld in Paris: So wurde an den großen Designer erinnert. In: *VOGUE* [online]. 20.06.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/karl-lagerfeld-trauerfeier>

SÄMANN, Lena, 2019. Wer ist Virginie Viard, die (temporäre) Nachfolgerin von Karl Lagerfeld bei Chanel? In: *VOGUE* [online]. 20.02.2019 [Zugriff am 21.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.de/mode/artikel/virginie-viard>

SPINDLER, Edmund A, [kein Datum]. *Geschichte der Nachhaltigkeit* [online]. *Vom Werden und Wirken eines beliebten Begriffes*. Nürnberg: Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken [Zugriff am 28.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.nachhaltigkeit.info/media/1326279587phpeJPyvC.pdf>

STOCKER, Naomi, [kein Datum]. *Porträt einer Stilikone* [online]. *Marlene Dietrich*. Zürich: Carpe Media GmbH [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.femelle.ch/money/marlene-dietrich-portrait-einer-stilikone-1172>

STRELLSON AG, [kein Datum]. *JOOP! Heritage* [online]. *Eine Zeitreise*. Kreuzlingen: Strellson AG [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: <https://joop.com/at/de/JoopWorldHeritage>

SURGES, Isabel, 2018. *Wie Jil Sander die Damenmode revolutionierte* [online]. Bonn: Deutsche Welle 27.11.2018 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.dw.com/de/wie-jil-sander-die-damenmode-revolutionierte/a-46387340>

UMWELTINSTITUT MÜNCHEN E.V., 2016. *Anbau von Baumwolle* [online]. München: Umweltinstitut München e.V. [Zugriff am 05.02.2020]. Verfügbar unter: <http://www.umweltinstitut.org/fragen-und-antworten/bekleidung/anbau-von-baumwolle.html>

UNITED NATIONS, [kein Datum]. *Sustainable development goals* [online]. New York: United Nations [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

UTOPIA GMBH, [kein Datum]. *Die besten nachhaltigen Mode-Shops* [online]. München: Utopia GmbH [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://utopia.de/bestenlisten/mode-shops-nachhaltige-mode/>

VISUAL META GMBH, [kein Datum]. *Die 10 Marken stehen für faire Kleidung* [online]. Berlin: Visual Meta GmbH [Zugriff am 07.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.ladenzeile.de/inspiration/modewelt/nachhaltige-mode-marken/>

WAHNBAECK, Carolin und Hanno GROTH, 2015. *Wegwerfware Kleidung* [online]. *Repräsentative Greenpeace-Umfrage zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode*. Hamburg: Greenpeace e.V. [Zugriff am 10.02.2020]. Verfügbar unter: [https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123\\_greenpeace\\_modekonsum\\_flyer.pdf](https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeace_modekonsum_flyer.pdf)

WIGHAM, Helen, 2011. Karl Lagerfeld. In: *VOGUE* [online]. 18.05.2011 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.vogue.co.uk/article/karl-lagerfeld>

WINKLER TRACHT- & LANDHAUSMODE ONLINE E.K, [kein Datum]. *Der große Trachten-Guide* [online]. *Alles, was sie über Dirndl und Lederhosen wissen müssen*. Lippstadt: Winkler Tracht- & Landhausmode online e.K. [Zugriff am 14.02.2020]. Verfügbar unter: <https://www.alpenclassics.de/trachten-guide/das-dirndl.html#dirndl>

2020. Wolfgang Joop. In: *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie* [online]. 14.02.2020 [Zugriff am 29.12.2019]. Verfügbar unter: [https://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang\\_Joop](https://de.wikipedia.org/wiki/Wolfgang_Joop)

ZAHN, Antonia, 2017. Lucie und Luke Meier werden neue Kreativdirektoren bei Jil Sander. In: *ELLE* [online]. 10.04.2017 [Zugriff am 08.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.elle.de/jil-sander-lucie-luke-meier>

ZALANDO SE, [kein Datum]. *do.MORE* [online]. *Unsere Strategie für Nachhaltigkeit Zalando*. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/do-more>

ZALANDO SE, [kein Datum]. *Shape Our Future* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/verantwortung/shape-our-future>

ZALANDO SE, [kein Datum]. *Style with Care* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/style-with-care>

ZALANDO SE, [kein Datum]. *Take a Stand* [online]. Berlin: Zalando SE [Zugriff am 29.01.2020]. Verfügbar unter: <https://corporate.zalando.com/de/corporate-responsibility/take-a-stand>

### 9.3 E-Books

BURCKHARDT, Gisela und Swantje STEINBRINK, 2014. *Todschick* [online]. *Edle Labels, billige Mode-unmenschlich produziert*. München: Wilhelm Heyne Verlag [Zugriff am 30.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-641-14521-7. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/Einfache-Suche?search=todschick&top=y&detail=0>

EBNER, Claudia C., 2007. *Kleidung verändert* [online]. *Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-618-2. Verfügbar unter: <https://www.transcript-verlag.de/media/pdf/40/be/98/oa9783839406182.pdf>

HOLDINGHAUSEN, Heike, 2015. *Dreimal anziehen, weg damit* [online]. *Was ist der wirkliche Preis für T-Shirts, Jeans und Co?* Frankfurt am Main: Westend Verlag GmbH [Zugriff am 31.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-86489-592-0. Verfügbar unter: <https://buechereien.wien.gv.at/Mediensuche/Einfache-Suche?search=dreimal+anziehen+weg+damit&top=y&detail=0>

MOEBIUS, Stephan, 2009. *Kultur* [online]. *Soziologische Themen. Themen der Soziologie*. Bielefeld: transcript Verlag [Zugriff am 22.01.2020]. PDF e-Book. ISBN 978-3-89942-697-7. Verfügbar unter: [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=0F9PBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=was+ist+kultur&ots=OVGITqM1ZB&sig=PvzBFkgNskIXNXyoH-DqgiBbONQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=was%20ist%20kultur&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=0F9PBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=was+ist+kultur&ots=OVGITqM1ZB&sig=PvzBFkgNskIXNXyoH-DqgiBbONQ&redir_esc=y#v=onepage&q=was%20ist%20kultur&f=false)

## 9.4 Filme

Duell der Brüder – Die Geschichte von Adidas und Puma. Oliver DOMMENGET. DE 2016.

## 9.5 Online-Videos

DEUTSCHE WELLE, 2011. Der deutsche Designer Guido Maria Kretschmer. In: *YouTube* [online]. 12.07.2011 [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE\\_GaD4E](https://www.youtube.com/watch?v=ZXvIE_GaD4E)

DEUTSCHE WELLE, 2018. Karl Lagerfeld – German fashion designer and icon. In: *YouTube* [online]. 09.09.2018 [Zugriff am 20.01.2020]. Verfügbar unter: [https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwHM\\_o](https://www.youtube.com/watch?v=XPt1dAwHM_o)

GUIDO MARIA KRETSCHMER OFFICIAL, 2017. Drei Fragen an Guido Maria Kretschmer | Nachhaltigkeit. In: *YouTube* [online]. 19.12.2017 [Zugriff am 15.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=fzORqL1p5Hk>

## 9.6 Akademische Arbeiten

GERM, Johannes, 2006. *Was ist Kultur? Definition und Grundlagen des Kulturbegriffes* [online]. [Zugriff am 22.01.2020]. Verfügbar unter: <https://www.grin.com/document/284682>.  
Akademische Arbeit. Universität Hamburg

## 10 Bilderverzeichnis

Bild Nr. 1 6-1 .....	45
----------------------	----

## 11 Terminologie

*Der/die Couturiere:* der Modeschöpfer/in, der die Haute Couture Mode kreiert

*Die Kleiderordnung:* bestimmte Regeln der Bekleidung für spezielle Gelegenheiten

*Die Haute Couture:* höchste Schneiderkunst, die nur hochwertige Materialien benutzt

*Die Pret-a-Porter:* die Massenmode; die Konfektion, die der Öffentlichkeit in Geschäften zugänglich ist

*Die Modewoche:* die Fashion Week; im Rahmen dieser Woche werden sowohl die besten, als auch die neuen ModeschöpferInnen und ihr Schaffen vorgestellt

*Fast Fashion:* die zugängliche Mode, die über schlechte Qualität und niedrigen Preis verfügt

*Slow Fashion:* die weniger zugängliche Mode, die über bessere Qualität und höheren Preis verfügt

*Recycling:* die Materialien und alte Kleidungsstücke werden wieder bei der Produktion verwendet