

Technische Hochschule Ostwestfalen Lippe

Fachbereich 2 – Medienproduktion

Bachelorarbeit

Mode als Spiegel gesellschaftlicher Transformationen

Vorgelegt durch:

Luis Peitsch

Matrikelnummer: 15462047

Fachsemester: 11

Abgabedatum: 03.09.2025

Betreuer: Dipl. Ing. Dirk Schelpmeier

Inhalt

1. Aufbau der Arbeit.....	1
2. Mode.....	1 - 9
2.1 Begriff und Definition.....	1 - 3
2.2 Abgrenzungen.....	3 - 5
2.3 Theorien zur Mode.....	5 - 9
2.3.1 Immitationstheorie nach Simmel.....	5 - 6
2.3.2 Distinktionstheorie nach Bourdieu.....	6 - 7
2.3.3 Mode als System nach Barthes.....	7 - 8
2.3.4 Mode als Ritual und Kommunikation nach Davis.....	8 - 9
3. Fotografie.....	9 - 17
3.1 Entstehung von künstlichem Licht.....	9 - 10
3.2 Gestaltung von Licht.....	10 - 12
3.3 Entstehung von Aufnahmen.....	12 - 13
3.4 Entwicklung der Technik.....	13 - 17
3.4.1 Kleinformat.....	13 - 14
3.4.2 Mittelformat.....	14 - 15
3.4.3 Vollformat.....	15
3.4.4 Einführung des Farbfilms.....	15 - 16
3.4.5 Autofokus.....	16
3.4.6 Nachbearbeitung.....	17

4. Modefotografie.....	17 - 20
4.1 Definition und Merkmale.....	17 - 18
4.2 Verbreitung.....	19
4.3 Mode im Auge der Fotografie.....	19 - 20
5. Fotoreihe.....	20 - 38
5.1 Vorwort.....	20 - 22
5.2 Konzept & Planung.....	22 - 29
5.3 Fotos & Einordnung.....	29 - 38
6. Das Medium Modemagazin.....	38 - 42
6.1 Begriff & Definition.....	38 - 39
6.2 Vergleich: Alt zu Neu.....	39 - 41
6.3 Zukunftsaussichten.....	41 - 42
7. Interview mit Frank W. Ockenfels III.....	42 - 45
7.1 Exkurs.....	42 - 43
7.2 Interview.....	43 - 45
8. Fazit.....	45 - 47
8.1 Ausblick auf die zukünftige Mode.....	45 - 46
8.2 Schlusswort.....	46 - 47
9. Danksagung.....	48
10. Eidesstattliche Erklärung.....	49
11. Literaturverzeichnis.....	50 - 51

1. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit untersucht die Mode als Spiegel gesellschaftlicher Transformationen. Ziel ist es, mittels einer Fotoreihe historischer Ereignisse dazulegen, wie gesellschaftliche Prozesse der Transformation sich in der Mode widerspiegeln und Kleidung als Ausdrucksmittel sozialer und kultureller Veränderungen dient. Die Arbeit gliedert sich zur Bearbeitung der Fragestellung in mehrere Teile. Zunächst wird der theoretische Rahmen des Begriffes Mode anhand von soziologischen und kulturwissenschaftlichen Theorien nach Georg Simmel, Pierre Bourdieu, Roland Barthes und Fred Davis geklärt. Des Weiteren wird in die Grundprinzipien der Thematik von künstlichem Licht und Kamera eingeführt. Infolgedessen wird auf Grundlage der zuvor erlangten Informationen die Mode im Auge der Fotografie betrachten und ihre Definition und Entwicklung thematisch untersucht. Nachdem der Großteil von theoretischem Inhalt verfasst wurde, wird auf die bearbeitete und eigens konzipierte Fotoreihe zum Thema der Arbeit und ihre Verbindung zu den gewählten gesellschaftlichen Transformationen eingegangen und Bild für Bild erläutert. Dabei ist wichtig zu nennen, dass die zusehenden Models Outfits tragen, welche dieses Ereignis symbolisch repräsentieren sollen. Für einen leitenden Ansatz der Absolvierung für die Reihe der Fotos wurde der Aufbau und die Planung bildlich aufgezeichnet. Nachdem der praktische Teil der Arbeit bearbeitet wurde, wird das Medium Modemagazin als Beispielmmedium der Arbeit verwendet. Dabei wurden zunächst kontextbezogene Magazine festgelegt und im weiteren Verlauf untersucht und miteinander verglichen. Zum Ende der Arbeit ergab sich außerdem die Möglichkeit eines Interviews mit dem amerikanischen Fotografen und Regisseur Frank W. Ockenfels III. In welchem auf Fragen basierend zum Thema geantwortet wurde. Um die Arbeit abzuschließen, ergibt sich schlussendlich eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse aus Theorie und Praxis, sowie ein Ausblick auf die Zukunftsvision von Mode.

2. Mode

2.1 Begriff und Definition

Die Mode wie wir sie heutzutage kennen, lässt sich allgemein betrachtet nicht auf einen Begriff herunterbrechen, sondern weist eine große Anzahl an Betrachtungsmöglichkeiten auf. Vielmehr ist der Begriff Mode eine Form des individuellen Ausdrucks und beschreibt im Zuge dessen, wie die Gesellschaft ihre Zugehörigkeit in einer Gemeinschaft darstellt. Vergänglichkeit spielt im Bereich der Mode eine tragende Rolle: Was heute modern ist, kann schon morgen überholt wirken. Durch diesen ständigen Wandel von Zyklen macht den Begriff Mode zu einem Spiegel des gesellschaftlichen Zeitgeistes und zugleich zu einem Medium sozialer Kommunikation. Die italienische Modedesignerin Miuccia Prada sagte einmal - „**Fashion is instant language.**“ Was bedeuten soll, dass Mode ein direktes Kommunikationsmittel ist. Schon der erste Blick auf ein Outfit sendet eine Botschaft, ohne dass dafür Worte nötig wären. Zum anderen lebt die Mode sehr stark von dem Ausdruck jedes Individuum und versteift sich dabei nicht auf eine festgelegte Regel, sondern kann in der Lage sein, ganze Identitäten zu formen. Im Allgemeinen lassen sich zwar klar erkennbare Normen der Mode definieren, jedoch muss man dabei beachten, möchte man diese bewusst an sich selbst anpassen oder geht man gezielt den Weg der Abgrenzung und sprengt die von der Gesellschaft niedergelegten Normen durch seinen individuellen Charakter. Ein passendes Zitat dazu kommt von einem weiteren Modedesigner namens Yves Saint Laurent, mit den Worten - „**Fashion fade, style is eternal.**“ Dieses Zitat hebt den Unterschied zwischen kurzlebigen Trends und zeitlosem Stil hervor. Es geht darum, einen individuellen und beständigen Ausdruck zu schätzen, der sich nicht dem ständigen Wandel der Mode unterwirft. Neben der Individuellen Ausdrucksweise besitzt die Mode jedoch noch weitere prägende Begrifflichkeiten, wie zum Beispiel der Ökonomische und Kulturelle Gedanke. Zum einen stellt die Mode einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor da, welcher ganze Industrien wie Textilproduktion, Werbung und Medien prägt. Zum anderen geht der Begriff „Trend“ mit der Mode einher und ist für die Erzeugung von Nachfrage und Konsumzyklen verantwortlich. Der Kulturelle Gedanke von Mode lässt sich wie folgt als eine Art Instrument der Selbstdarstellung wiedergeben, das zudem Begriffe wie Werte, Normen und Zeitgeist widerspiegelt. Die Mode ist außerdem in der Lage, politischen und künstlerischen Ausdrucksformen ein Gesicht zu geben und gesehen zu werden.

Mode bietet jedem Individuum die Möglichkeit, ein Idealbild ihrer selbst zu präsentieren. Ein Idealbild ist dabei eine Vorstellung oder Repräsentation, die als perfekt oder wünschenswert angesehen wird und oftmals bestimmte persönliche oder gesellschaftliche Erwartungen widerspiegelt. Jedes Individuum entscheidet dabei für sich selbst, welchen Eindruck es bei seinem Umfeld hinterlassen möchte. Diese Entscheidung beeinflusst maßgeblich, wie andere Personen einen wahrnehmen und interpretieren mögen. Dieses selbstgewählte Erscheinungsbild kann dem tatsächlichen Charakter des Trägers sehr nahekommen und eine authentische Darstellung der eigenen Persönlichkeit bedeuten. Aber auch weit von diesem entfernt sein. Die Selbstdarstellung ist ein Teil der nonverbalen Kommunikation und somit eine Form der Kommunikation (vgl. Justo 2005, 8).

Die Mode einer Person verrät außerdem, wofür sie sich einsetzt und welche Dinge ihr im Leben wichtig sind. Dazu zählen politische und religiöse Ansichten, aber auch Hobbys wie Sport oder die reine Freude an der Mode. Mode ist dazu noch in der Lage die eigene Lebenseinstellung zeigen zu können.

2.2 Abgrenzungen

Mode lässt sich von mehreren Begriffen und Phänomenen abgrenzen, die eng miteinander verbunden sind, aber dennoch nicht dasselbe meinen. Am eindeutigsten zeigt sich jedoch diese Abgrenzung gegenüber Kleidung. Man spricht in erster Linie bei der Kleidung von praktischen und funktionalen Zwecken. Zum einen schützt sie den Körper vor Kälte, Hitze oder Nässe und zum anderen dient sie der Bedeckung im Sinne gesellschaftlicher Schamgrenzen. Mode geht über diese Aspekte hinaus und verleiht der Kleidung einen ästhetischen, symbolischen und sozialen Wert. Der amerikanische Modedesigner Marc Jacobs betonte einmal - „Clothes mean nothing until someone lives in them.“ Durch dieses Zitat untermauert er den Standpunkt, dass erst durch die Persönlichkeit und das Leben der Trägerin oder des Trägers ein Kleidungsstück an Bedeutung gewinnt. So wird Mode zum Ausdruck von Individualität und Präsenz. Auch von Stil muss die Mode abgegrenzt werden. Mode verändert sich im Laufe der Zeit und ist nur eine begrenzte Erscheinung. Stil hingegen bezeichnet eine beständige Ausdrucksform. Ein

Individueller Stil bleibt über viele Jahre hinweg erhalten, wohin gehend die Mode vergänglich ist und durch den sich stetig verändernden Zeitgeist bestimmt wird. Ein persönlicher Stil entwickelt sich oft aus der Mischung individueller Vorlieben für Schnitte, Farben oder Materialien. Man kann sagen, der Stil ist wie ein persönlicher Code, der die eigene Identität widerspiegelt. In Bezug auf Uniformität und Tradition grenzt sich Mode zudem auch stark ab. Beispielsweise verfolgen traditionelle Trachten oder religiöse Bekleidungsformen festen Regeln und besitzen weitgehend einen zeitlosen Charakter. Das heißt im Folgenden, dass ihr Erscheinungsbild über einen langen Zeitraum hinweg konstant bleibt und mögliche Veränderungen nur sehr langsam verlaufen. Solche Formen der Kleidung verankern sich stark in bestimmten kulturellen Kontexten und symbolisieren die Zugehörigkeit zu einer Gruppe oder die Bewahrung von Bräuchen. Die Mode hingegen lebt vom ständigen Wechsel. Sie zeichnet sich durch Innovation aus, welche durch die Einführung neuer Ideen und Designs entsteht. Ein entscheidender Punkt ist dabei, dass diese Neuerungen sich oftmals vom Althergebrachten abgrenzen müssen, um zu funktionieren und wahrgenommen zu werden. Während die Tradition Stabilität und Beständigkeit einfordert, strebt die Mode nach fortlaufenden Veränderungen und der Einführung von Neuheiten. Dieser Prozess von Veränderung und Abgrenzung zu bestimmten Normen ist ein stark definiertes Merkmal der Mode. Des Weiteren grenzt sich die Mode zum Begriff Kultur dahingehend ab, dass sie zwar ein Teil dieser ist, jedoch bildet sie nur einen Ausschnitt daraus. Kultur umfasst das gesamte System menschlicher Lebensweisen, Traditionen und Werte, die die Gesellschaft prägen. Mode stellt in erster Linie ästhetische Ausdrucksformen dar, die oftmals durch Kleidung und das damit eingehende Erscheinungsbild gefestigt werden. Also lässt sich sagen, dass Mode ein kulturelles Phänomen ist, da sie von der menschlichen Gesellschaft geschaffen und getragen wird, aber nicht jede kulturelle Erscheinung ist zeitgleich auch Mode. Zum Ende hin betrachtet gibt die Mode auch eine klare Abgrenzung im Verhältnis zu Trend und Zeitgeist vor. Trends sind kurzfristige Erscheinungen oder Ereignisse, die auch außerhalb der Mode existieren können, beispielsweise in Technik oder Sprache. Diese Phänomene beeinflussen viele Bereiche des täglichen Lebens, von der Art, wie wir kommunizieren, bis hin zu den Geräten, die wir nutzen. Der Zeitgeist bezeichnet das Denken und Fühlen einer

Epoche. Er reflektiert Meinungen, Werte und Stimmungen einer Zeit und beeinflusst diverse Lebensbereiche, wie zum Beispiel das zu bearbeitende Thema Mode. Bereiche wie beispielsweise das Wohnen, die Ernährung oder Technologie sind auch deutlich vom Zeitgeist beeinflusst.

2.3 Theorien zur Mode

2.3.1 Imitationstheorie nach Simmel

Wenn man sich nun einmal die Theorie nach Georg Simmel anschaut, merkt man schnell, dass laut ihm, die Mode überwiegend einer sozialen Differenzierung dient. Die Unterschichten imitieren die Oberschichten, die sich wiederum durch neue Moden abgrenzen. Simmel meint, dass Mode durch eine menschliche Spannung entsteht. Menschen wollen einerseits nachahmen, aber sich auch abgrenzen. Diese Dualismen sind Verursacher von einer Kette sich wiederholender Aktionen und Reaktionen. Das Phänomen der Nachahmung und Absonderung vollzieht sich vor allem zwischen den Schichten, das heißt, die unteren Schichten versuchen die ökonomisch bessergestellten nachzuahmen (sozialer Aspekt), dadurch entsteht bei den höheren Schichten erneut das Bedürfnis sich abzugrenzen, sie suchen nach neuen Symbolen des Zusammenschlusses und der Abgrenzung und somit entsteht eine neue Mode (zeitlicher Aspekt) (Simmel, 1998: 43). Wenn man nun nach Simmel gehen möchte, ist Mode ein Produkt der Klassenunterschiede. Eine Gesellschaft ohne den Unterschied differenzierter Klassen entwickelt keine Mode. In kommunistischen oder egalitären Gesellschaften existieren keine Ängste hinsichtlich der Vermischung von Hierarchien, da dort alle Individuen als gleich gelten. Simmel meint, dass besser gestellte Personen Modetrends initiieren. Das ordnet ihn den Forschenden zu, die die „Trickle-Down-Theorie“ vertreten. Diese Theorie besagt kurz, dass Mode von höheren zu niedrigeren Schichten übertreten, beispielsweise durch die spätere Vermarktung eines hochpreisigen Mantels in einer kostengünstigeren Ausführung. Herbert Spencer etablierte diesen Ansatz 1888. Er diente lange als primäre Erklärung für Modephänomene (vgl. Müller, 2003). Dieser Prozess ist zwar auch zwischen den verschiedenen elitären Schichten zu erkennen, es muss jedoch ein Wunsch nach Abgrenzung und Zusammenschluss vorhanden

sein. Mode strebt kontinuierlich nach einem Ziel, das sie nicht erreichen kann. Die Nichterreichbarkeit dieses Ziels sichert ihren fortwährenden Antrieb. „Ihre Frage ist nicht Sein oder Nichtsein, sondern sie ist zugleich Sein und Nichtsein, sie steht immer auf der Wasserscheide von Vergangenheit und Zukunft und gibt und so, solange sie auf ihrer Höhe ist, ein so starkes Gegenwartsgefühl, wie wenige andere Erscheinungen“ (Simmel, 1998: 47).

2.3.2 Distinktionstheorie nach Bourdieu

Das Hauptaugenmerk bei dieser Theorie liegt dabei auf seiner schriftlichen Ausarbeitung einer umfassenden Studie, welche den Titel „Die feinen Unterschiede“ trägt (Bourdieu, 1982). Wenn man allerdings in der heutigen Zeit Stellung zu diesem Werk nehmen möchte, können die genannten Alltagsphänomene und sozialen Unterschiede historisch erholt sein. Bourdieu unterscheidet zwischen dem sozialen Raum und dem Raum der Lebensstile. Damit ist eine erste Differenz zwischen der Sozialstruktur und der Sphäre des Symbolischen oder des Sinnhaften angesprochen (Diaz-Bone, 2010). Bourdieu erklärt, wie der Habitus unterschiedlicher Kapitalien in Kultur umwandelt. Wer Kunst mag, grenzt sich von anderen ab, beispielsweise, ob jemand Schlager oder klassische Musik hört. Auch verschiedene körperliche Gewohnheiten, wie ein veganer Lebensstil oder ein funktionales Verhältnis zum Körper, festigen die eigene Stellung in der Gesellschaft. Möge man seiner Studie nachgehen, in der er den Geschmack und die kulturellen Präferenzen der Menschen in Frankreich analysiert, so stelle man relativ schnell fest, dass diese Äußerungen nicht mehr zeitgemäß erscheinen können. So stellte er fest, dass bestimmte Geschmacksrichtungen, beispielsweise von der Musik über die Einrichtung bis hin zu Essgewohnheiten, untrennbar mit dem sozialen Status und der kulturellen Herkunft verbunden sein müssen. Grundlegend gesagt, schreibt Bourdieu in seiner Studie, dass er „Geschmack klassifiziert“. Schließlich geht es ihm darum zu zeigen, dass kulturelle Praktiken und ästhetischen Vorlieben – für diesen oder jenen Film, diese Möbel, jene Kleidung – soziale Unterschiede nicht nur widerspiegelt, sondern auch festigen. Was ich esse, schön oder hässlich finde, weist einen demnach als Angehörige oder Angehörigen einer bestimmten sozialen Klasse

aus. Es drückt sich darin ein Habitus aus, der Personen miteinander verbindet, die über einen ähnlichen Bildungsgrad, eine ähnliche soziale Herkunft und ähnliche Existenzbedingungen verfügen. Zugleich ist die Definition dessen, was als gute oder schlechte Musik, Literatur oder Kunst gelten kann, selbst das Resultat von Klassenlagen und -konflikten. Auf Wohnen und Essen, Mode und Sport und damit auf die zentralen Arenen alltäglicher Lebensstilentscheidungen in den Massenkonsumgesellschaften des fortgeschrittenen 20. Jahrhunderts bezogen heißt das: Du bist, was Du trägst, isst und kaufst (Reinecke, 2017). Abschließend lässt sich sagen, dass Bourdieu erkennt, dass Bildung und „kulturelle Kompetenz“ eng miteinander verknüpft sind. Kulturelle Kompetenz bedeutet, dass Menschen Kulturgüter wie Musik, Malerei und Kleidung auf differenzierter Weise nutzen. Man kann zum Beispiel klassische Musik schätzen oder bestimmte Modetrends erkennen und tragen. Es geht nicht nur um reines Wissen – es ist eine tief verankerte Kenntnis und die Fähigkeit, kulturelle Ausdrucksformen im Zusammenhang zu verstehen. Die Bildung beeinflusst, wie Menschen ihre kulturellen Vorlieben entwickeln und zeigen. Das prägt soziale Interaktionen, weil es sich in vielen Bereichen des Alltags bemerkbar macht.

2.3.3 Mode als System nach Barthes

Roland Barthes beschreibt in seinem Buch „Das Modesystem“, Mode als eine Art Zeichensystem (Barthes, 1983). Barthes analysiert dabei, wie Mode über sprachliche und visuelle Codes kommuniziert wird und welche Botschaften diese Codes vermitteln. Er legt dar, dass die Mode, die wir in Zeitschriften oder Werbungen sehen, primär aus Beschreibungen und Bildern besteht, die eine bestimmte Ästhetik und Bedeutung mit sich bringt. Diese Konstruktion prägt unsere Wahrnehmung dessen, was als Mode gilt. Anhand dieser Abstraktionen ist Mode ein Spiegelbild der Gesellschaft. Angefangen mit dem physischen Kleidungsstück. Diese technologische Ebene besteht aus Stoff, der nach den Vorgaben des Designers und Herstellers zu einer bestimmten Form zusammengefügt wird. Nach seiner Fertigstellung erhält das reale Kleidungsstück einen Namen und eine Bedeutung. Dadurch erhält die Kleidung eine Sprache. Sobald ihr eine Sprache gegeben wurde,

verliert das Kleidungsstück seine besondere Bedeutung und die Bedeutung liegt nun in den Worten – dem „rhetorischen Code“. Geschriebene Kleidung hat eine Bedeutung, die über die des Realen oder des Bildes hinausgeht. Sobald ein semantischer Code zugewiesen wurde, wird das Kleidungsstück zu einem Symbol. Dieses Symbol, die Abstraktion der Mode, kann dann genutzt werden, um ein besseres Verständnis der Welt zu erlangen. Wenn der Kleidungscode durch den rhetorischen Code repräsentiert wird, geht es bei der Mode weniger um das Kleidungsstück selbst, sondern sie verwandelt sich in ein abstraktes Symbol der Welt (McNeil, 2015). Folglich lässt sich sagen, dass Mode ein komplexes Zeichensystem darstellt, welches Bedeutungen generiert ähnlich der Funktionsweise von Sprache. Dieses System übermittelt diverse Botschaften, die über die reine Körperbedeckung hinausgehen. Mode kommuniziert somit auf einer nonverbalen Ebene, indem sie Informationen über den Träger oder die Trägerin, die soziale Gruppe oder bestimmte kulturelle Kontexte vermittelt. Diese Kommunikation erfolgt subtil und unbewusst, beeinflusst jedoch maßgeblich unsere Wahrnehmung und unser Verständnis voneinander.

2.3.4 Mode als Ritual und Kommunikation nach Davis

Mode zeigt, wer wir sind oder sein möchten. Die getragene Kleidung sendet Signale über die Persönlichkeit, zum Beispiel ob man modern ist. Ist der Gedanke „in Mode“ zu sein universell oder nur in der westlichen Kultur verbreitet? Welche Veränderungen weist die Mode auf? Dies sind einige Aspekte, die der Autor Fred Davis zu der Mode äußert und weshalb sie als eine Art Kommunikation angesehen werden kann. Laut Davis spiegeln individuelle Vorlieben in Wirklichkeit tiefere soziale und kulturelle Kräfte wider. Der Mensch lebt in einer vielschichtigen sozialen Welt, die Spannungen zwischen Geschlechterrollen, sozialem Status und dem Ausdruck von Sexualität aufweist. Diese Spannungen entstehen oft durch gesellschaftliche Erwartungen und historisch gewachsene Normen. Diese Dynamiken führen zu komplexen Interaktionen, die das Zusammenleben ständig formen und verändern. Davis weist darauf hin, dass die Bedeutungen in seiner Theorie auf die Bilder, Gedanken, Gefühle und Empfindungen, die durch eine neue

oder alte Mode weitergetragen werden, verweisen. Außerdem sind die symbolischen Mittel, mit denen diese ausgelöst werden, von Bedeutung (vgl. Davis, 1925). Im Zyklus der Mode, der von der Erfindung bis zur Veralterung reicht, hängt der Erfolg oder Misserfolg der Mode von ihrer Fähigkeit ab, auf einen komplexen und meist unvorhersehbaren kulturellen Markt zu reagieren. Davis zeigt, dass vieles, was wir für individuelle Vorlieben halten, in Wirklichkeit tiefere soziale und kulturelle Kräfte widerspiegelt. Wir leben in einer ambivalenten sozialen Welt, die durch Spannungen in Bezug auf Geschlechterrollen, sozialen Status und die Ausdrucksformen von Sexualität gekennzeichnet ist. Die Vorhersage, was Menschen tragen werden, wird zu einem riskanten Glücksspiel, wenn die Verbindung zwischen dem privaten Selbst und der öffentlichen Person so instabil sein kann (Universität Chicago, 1992, Übers. d. Verf.). Allgemein gesagt stellt Mode ein kommunikatives Ritual da. Menschen äußern sich über soziale Rollen, Zugehörigkeit und den Wandel. Sie nutzen Kleidung und Accessoires, um Botschaften über ihre Identität und ihre soziale Position zu senden. Diese Rituale wie Davis es beschreibt, äußern sich über symbolische Bedeutungen oder wiederkehrende Handlungen. Außerdem bezieht er sich in seinen Texten auf von der Gesellschaft gegebene Normen und Erwartungen, welche am Ende dafür entscheidend sind, wie stark der Zusammenhalt oder die Abgrenzung innerhalb von Gruppen deutlich wird. Für Davis vermittelt Mode dabei Ambivalenzen, beispielsweise zwischen Individualität und Anpassung oder zwischen Moderne und Konvention. Der Reiz der Mode liegt dabei weniger in der reinen Funktionalität, sondern in ihrer Bedeutungsvielfalt und symbolischen Wirkung im sozialen Umfeld jedes Individuum.

3. Fotografie

3.1 Entstehung von künstlichem Licht

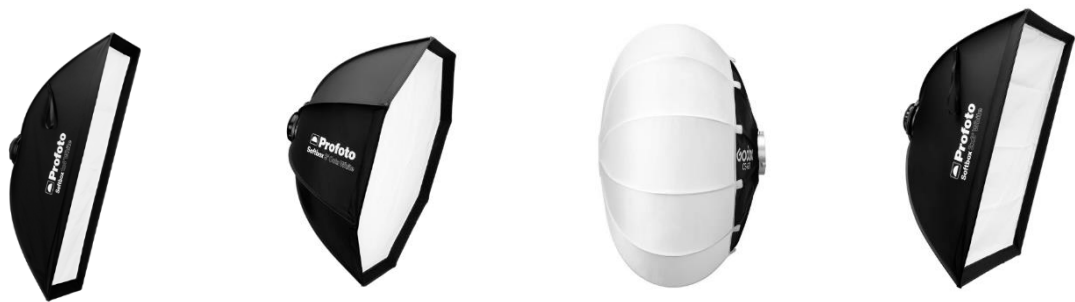
Zunächst unterscheidet man in der Fotografie zwischen dem Dauerlicht und Blitzlicht. Möchte man eher eine kontinuierliche Beleuchtung haben, beispielsweise für Videos oder Filme, greift man auf das Dauerlicht zurück. Für sehr helles und kurzes Licht benutzt man in dem Fall das Blitzlicht. Das Dauerlicht wird dabei durch LEDs, Halogenlampen oder fluoreszente Lampen erzeugt. Bei letzteres wird ein Gas

durch elektrischen Strom angeregt, welches UV-Licht erzeugt. Eine Phosphorbeschichtung wandelt dieses in sichtbares Licht um. Bei Halbleitern, auch LED genannt, werden Atome von elektrischem Strom durch Halbleitermaterialien angeregt. Bei der darauffolgenden Rückkehr in den Grundzustand wird Licht emittiert. Für die Lichterzeugung bei Blitzgeräten ist in der Regel eine Blitzröhre, gefüllt mit Xenon-Gas, zuständig, welche durch einen Hochspannungsimpuls sehr kurz und helles Licht erzeugt. Das Gas wird durch den freigesetzten Impuls hochenergetisch und emittiert so das Licht.

3.2 Gestaltung von Licht

Licht ist eins der wichtigsten Elemente im Bereich der Fotografie. Die Qualität, Richtung und Intensität des Lichts kann ausschlaggebend das Bild transformieren, Tiefe und Textur bringen und vor allem Emotionen innerhalb der Komposition erzeugen. Wenn es um die Gestaltung von künstlichem Licht geht, kommen mehrere Faktoren zusammen und bestimmen, wie das Licht wahrgenommen wird. Zum einen ist dabei die Farbe des Lichtes entscheidend für die Wirkung auf das menschliche Auge. Dabei unterscheidet man in Farbtemperaturen, welche in Kelvin (K) angegeben werden. 1000 bis etwa 3200K verweisen auf warmes Licht, beispielsweise von einer brennenden Kerze bis hin zum frühen Sonnenaufgang. Zwischen 3200 und 5000K liegen Lampen, wie man sie beispielsweise aus Wohnungen oder generellen Glühbirnen kennt. Alles über etwas 5500K wird als Tageslicht verstanden. Allgemein kann man also sagen, dass je höher die Kelvin zahl wird, desto kälter wirkt das Licht auf das menschliche Auge. Entscheidungsgebend ist bei der Lichtcharakteristika auch, wie hart oder weich das Licht erscheint. Dies ist abhängig von der Lichtgröße in Relation zum Motiv und Distanz. Hartes Licht, welches durch ein einfaches Blitzgerät ohne weitere Aufsätze gegeben ist, erzeugt starke Schatten und betont Strukturen. Das führt zu kontrastreichen und dramatischen Bildern. Man nutzt harte Lichtquellen, um Kanten und Texturen hervorzuheben. Die gezielte Anwendung kann die Tiefenwirkung in einem Foto verstärken. Ein harter Schatten entsteht, wenn das Licht von einem kleinen Punkt ausgeht und nicht gestreut wird. Das unterscheidet sich von weichen Schatten, die durch größere Lichtquellen entstehen.

Weiches Licht hingegen wird mittels Softboxen, Diffusoren oder indirekter Beleuchtung erzeugt. Um das weiche Licht direkt am Blitzgerät kontrollieren zu können, werden in der Regel Softboxen benutzt. Diese verfügen über eine große Anzahl an Form und Größe, um das Licht detailgenau auf die jeweils gewünschte Stimmung anpassen zu können. Im Folgenden werden diese in gezeigten Abbildungen veranschaulicht.



Des Weiteren werden im Bereich der Lichtgestaltung in bestimmten Situationen Gitter oder auch Waben genannt, an die weiße Fläche der Softbox befestigt, um das gestreute Licht noch konzentrierter auf das Objekt fallen zu lassen. Diffusoren stehen für sich, da sie zusammen mit natürlichem Licht funktionieren können, arbeiten jedoch auch Hand in Hand mit dem erzeugten Licht. Sie dienen dazu, das Licht weicher wirken zu lassen und verteilen das Licht weiter als beispielsweise bei Softboxen. Eine weitere Eigenschaft das Licht noch weicher wirken zu lassen, ist in Form von indirekter Beleuchtung. Bei dieser wird gezielt gegen die Richtung vom Objekt beleuchtet, um so eine weitere Quelle für weiches Licht zu erzeugen. Um weiter bei der Richtung des Lichts zu bleiben, spielt die Lichtführung eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung von Licht. Je nachdem, ob das Licht frontal, seitlich, von oben oder von hinten auf das Objekt fällt. Entstehen völlig unterschiedliche Bildcharakteristika. Das Frontallicht betont Details. Seitenlicht bringt Tiefe und Plastizität ins Bild, da es Strukturen hervorhebt. Licht von oben erzeugt eine dramatische Wirkung, während Gegenlicht Silhouetten und spannende Kontraste zwischen Licht und Schatten ermöglicht. Je nach Aufgabe kann eine einzelne Lichtquelle für die gewünschte Stimmung ausreichen. Wer jedoch gezielt Akzente setzen und eine ausbalancierte Lichtstimmung erzeugen will, wird auf

mehrere Lichtquellen zurückkommen. Dies ist besonders bei der Fotografie in einem Studio zu bemerken.

Im modernen Zeitalter der Lichtgestaltung finden Farbfolien immer häufiger ihren Nutzen in der Fotografie. Zum Teil, um dem Hintergrund einen bestimmten Charakter zu verleihen, Verbesserungen von Farben oder kreative Effekte zu erzeugen. Neben der erzeugten Stimmung im Bild, kann man mit dieser Modifikation auch den Weißabgleich der Kamera gezielt herausfordern oder ergänzen. Farbfolien geben dazu noch dem Fotografen weitere Freiheiten bezüglich der Bildstimmung und Wirkung. Außerdem setzen sie Akzente, wie beispielsweise leuchtende Randlichter oder farbige Schatten. Um eine letzte Kategorie von Modifikationen zu nennen, während da die Reflektoren. Wie der Name schon vorgibt, dienen diese dazu, das erzeugte Licht zu reflektieren. Dabei kommen zum einen Schirme mit entweder einer weißen oder silbernen Innenfläche zum Einsatz. In diese wird das Licht mithilfe eines Blitzgeräts oder einem Dauerlicht in den Schirm geschossen und reflektiert auf das gezielte Objekt zurückgegeben. Dabei ist bei der Wahl der Innenseite des Schirmes zu beachten, möchte man weiches Licht erzeugen, so greift man auf eine weiße Oberfläche zurück. Ist ein härteres Licht gewünscht, nimmt man einen Schirm mit silberner Innenseite. Grundlegend lässt sich festhalten, dass es im Bereich der Lichtgestaltung eine komplexe Bandbreite an Möglichkeiten gibt, das Bild mittels Lichts zu beeinflussen. Was der Fotograf am Ende damit erzeugt, ist sein eigenes Handwerk. Anders als beim natürlichen Licht, welches zwar einschätzbar, aber nicht beeinflussbar ist, lässt sich künstlich erzeugtes Licht ganz individuell beeinflussen. Dieses kann viele Aspekte im Bild ausmachen, beispielsweise die Farbe und Stimmung im Bild oder auf was der Fokus liegen soll.

3.3 Entstehung von Aufnahmen

Der berühmte französische Fotograf Henri Cartier-Bresson sagte einmal: „Fotografieren scheint leicht zu sein, in Wahrheit aber ist es ein variationsreicher und vielseitiger Prozess, und die, die sich damit befassen, haben nur eine einzige Gemeinsamkeit – das ist ihr Instrument.“ (Brian, 1983: 7). Doch was verstehen wir nun unter Fotografie? Sie ist eine sehr heterogene Gesamtheit von Bildern, denen

gemeinsam ist, dass sie durch Lichtwirkung auf eine lichtempfindliche Oberfläche entstanden sind. Die einen sehen in der Fotografie eine objektive Abbildung der Welt. Die anderen betrachten das fotografische Bild als vollkommen subjektiv und somit den Erzeuger als Künstler, der mit Elementen der Wirklichkeit arbeitet (Seelmann, 2005: 3). Eine Aufnahme entsteht durch die gezielte Aufzeichnung von Licht, das von einem Objekt reflektiert und durch ein optisches System, beispielsweise ein Objektiv, auf eine lichtempfindliche Fläche projiziert wird. Dieses physikalische Prinzip lässt sich in den analogen, wie auch digitalen Verfahren erkennen. Jedoch unterscheidet man in der Fotografie zwischen Analog und Digital, da die Verfahren im Einzelnen Unterschiede aufweisen. Um ein analoges Bild erzeugen zu können, wird mit Chemie gearbeitet. Ein spezieller Film hat mehrere Schichten Gelatine, die Silberhalogenide enthalten. Licht trifft auf den Film und erzeugt ein unsichtbares Bild. Im weiteren Verlauf wird dieses Bild in einem Fotolabor sichtbar gemacht, also entwickelt, indem die Silberhalogenide reduziert werden - so entsteht ein Negativ oder ein Dia. Dann wird es fixiert. Dieses entwickelte Bild ist einzigartig und kann auf Fotopapier kopiert werden, wodurch ein Positiv entsteht. Bei dem digitalen Prozess ein Bild zu erzeugen, kommt anders als bei dem analogen Verfahren ein Film, ein Bildsensor zum Einsatz. Eine Aufnahme wird erzeugt, indem das Licht auf die sensiblen Pixel des Sensors trifft, die das Licht wiederum in elektrische Signale umwandelt. Der Prozess von analogen Aufnahmen geht bis in das späte 19. Jahrhundert zurück als die ersten Rollfilme erfunden wurden. Die Idee Aufnahmen digital zu erzeugen, hingegen erst 1975, mit der Einführung der ersten Digitalkamera mit einem Bildsensor. Wenn es um die Speicherung der beiden Verfahren geht, stellt man fest, dass der optische Entstehungsprozess zwar derselbe ist, aber die Speicherung sich doch unterscheidet. Während analoge Aufnahmen direkt sichtbar und physisch greifbar sind, benötigen digitale Aufnahmen Hardware und Software zur Veranschaulichung.

3.4 Entwicklung der Technik

3.4.1 Kleinformat

Die Entwicklung der Kleinbildkameras geht auf die Suche nach handlicheren und flexibleren Fotogeräten im frühen 20. Jahrhundert zurück. Als Kleinbildkameras werden Kameras bezeichnet, die das 35-mm-Filmformat verwenden, das ursprünglich aus der Filmindustrie stammt. Die Einführung dieses Formats ermöglichte es, kompakte Kameras zu bauen, die gleichzeitig eine akzeptable Bildqualität lieferten.

Ein entscheidender Meilenstein war die Präsentation der Leica I im Jahr 1925 durch Oskar Barnack und die Leitz-Werke in Wetzlar. Diese Kamera nutzte 35-mm-Filmstreifen und erzeugte Negative von 24×36 mm, was eine deutliche Reduktion der Kameragröße im Vergleich zu Mittelformat- oder Plattenkameras darstellte. Das kleine Format erlaubte nicht nur eine portable Handhabung, sondern auch die schnelle Aufnahme spontaner Szenen, wodurch die Straßenfotografie und der Fotojournalismus eine neue Qualität erhielten.



Die Popularität der Kleinbildkameras wuchs in den 1930er- und 1940er-Jahren, da sie durch ihre leichte Transportierbarkeit und die Möglichkeit, mehrere Aufnahmen auf einem Filmstreifen zu speichern, besonders für Amateurfotografen attraktiv waren. Technologische Weiterentwicklungen wie lichtstarke Objektive, präzisere Verschlusssysteme und später eingebaute Belichtungsmesser trugen dazu bei, das Kleinbildformat zum Standardformat für breite Nutzergruppen zu etablieren.

Die Entstehung der Kleinbildkameras kann somit als eine Reaktion auf den Bedarf nach kompakten, vielseitigen und einfach zu bedienenden Kameras verstanden werden, die zugleich eine ausreichend hohe Bildqualität für professionelle und private Anwendungen bieten. Bis heute bildet das 35-mm-Format die Basis vieler fotografischer Systeme, sowohl im analogen als auch im digitalen Bereich.

3.4.2 Mittelformat

Mittelformatkameras entstanden mit dem technischen Fortschritt in der Fotografie zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Als Mittelformatkameras bezeichnet man Kameras, die Bildformate verwenden, die größer als das klassische Kleinbildformat (35 mm) sind,

typischerweise 6×4,5 cm, 6×6 cm oder 6×7 cm. Die Entstehung dieser Kameras war eine direkte Reaktion auf die steigenden Anforderungen an Bildqualität, Detailgenauigkeit und Tonwertumfang in professioneller Fotografie. Diese größeren Filmformate ermöglichten eine höhere Auflösung und bessere Kontrolle über Schärfentiefe und Belichtung, was insbesondere in der Porträt-, Mode- und Landschaftsfotografie von entscheidender Bedeutung war. In den 1950er- und 1960er-Jahren setzte sich das Mittelformat durch, da es den professionellen Fotografen erlaubte, qualitativ hochwertige Großabzüge zu erzeugen und gleichzeitig die technischen Möglichkeiten der Objektive und Filmchemie optimal auszuschöpfen. Heutzutage werden Kameras mit einem Mittelformat immer noch aufgrund ihrer überlegenden Auflösung und Detailwiedergabe geschätzt.

3.4.3 Vollformat

Die Entwicklung von Vollformatkameras ist eng mit der Evolution der Kleinbildfotografie verbunden, da das Vollformat im digitalen Zeitalter dem klassischen 35-mm-Negativformat entspricht. Vollformatkameras zeichnen sich durch einen Bildsensor aus, dessen Größe 36×24 mm beträgt und damit dem traditionellen Kleinbilddfilm entspricht. Ziel dieser Entwicklung war es, die Vorteile des etablierten Kleinbildformats – hohe Bildqualität, Flexibilität in der Objektivwahl und gute Handhabung in die digitale Fotografie zu übertragen. Hersteller wie Canon und Nikon führten zu Beginn des 21. Jahrhunderts ihre ersten professionellen Vollformatkameras ein, die den gesamten Sensorbereich für die Aufnahme nutzten und so die optische Leistung der Objektive optimal ausnutzten. Dies ermöglicht eine höhere Auflösung, bessere Detailwiedergabe, erweiterten Dynamikumfang und ein verbessertes Rauschverhalten, insbesondere bei hohen ISO-Werten, im Vergleich zu kleineren Sensorformaten. Die Einführung von Vollformatkameras markierte einen entscheidenden Schritt in der digitalen Fotografie, da sie professionelle Ansprüche an Bildqualität, Tiefenschärfe und kreative Gestaltungsmöglichkeiten erfüllten.

3.4.4 Einführung des Farbfilms

Die Einführung des Farbfilms in der Fotografie war ein wichtiger Entwicklungsschritt der bildgebenden Medien. Während die frühe Fotografie überwiegend monochromatisch war, eröffneten Farbverfahren neue Möglichkeiten der visuellen Darstellung und erweiterten das Spektrum fotografischer Ausdrucksformen erheblich. Mit der Einführung des sogenannten „Farbnegativ-Positiv-Systems“ in den 1930er-Jahren, insbesondere durch Unternehmen wie Kodak mit dem Kodachrome-Film, wurde die Farbfotografie nicht nur technisch verfeinert, sondern auch für die breite Anwendung in Presse, Werbung und Kunst etabliert. In den weiteren Jahren sollten sich immer mehr Hersteller von Farbfilmen etablieren. Womit die Hersteller Kodak (1935) und Agfa (1936) begonnen haben, zogen weitere hinterher. Der Hersteller Konica brachte seinen ersten Farbfilm 1941 heraus. Fujifilm etwas später, und zwar lässt sich dies auf 1948 datieren. Doch auch noch in dem 21. Jahrhundert gibt es neue Ansätze zu Farbfilmen, wie beispielsweise Cinestill 2012.

3.4.5 Autofokus

Lange Zeit gab es deutliche Reibungspunkte in der Fotografie im Bereich der Fokussierung. Zu Beginn des Zeitalters der Fotografie war es nur möglich das Motiv mittels manueller Fokussierung scharf gestellt zu bekommen. Dies stellte Fotografen zum Teil vor anspruchsvolle Herausforderungen, wenn es um eine durchgängige Inszenierung von Konzepten ging. Infolgedessen begab sich die Fotografie mit der Einführung des Autofokus in neue Möglichkeiten der Konzeptionierung. Vorreiter dafür war die 1977 auf den Markt gebrachte Konica C35 AF der Firma Konica. Das System der Konica C35 AF nutzte einen Infrarot-Sensor, der die Entfernung zum Motiv automatisch ermittelte und den Fokus entsprechend einstellte, wodurch die Notwendigkeit manueller Scharfstellung entfiel. Diese Innovation machte präzise Fotografie für Amateure deutlich zugänglicher und leitete eine neue Ära ein, in der Kameras zunehmend automatisierte Funktionen zur Bildoptimierung boten.



3.4.6 Nachbearbeitung

Die nachträgliche Bearbeitung von Bildern lässt sich bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts zurückzuführen. In Dunkelkammern wurden Negative oder Abzüge retuschiert, um Staub, Kratzer oder unerwünschte Details zu entfernen. Auch kreative Effekte wie Mehrfachbelichtungen, Maskierungen oder selektives Übermalen von Farbabzügen waren möglich. Mit der Einführung von Farbfilmen in den 1930er-Jahren konnten Fotografen zusätzlich Farbkorrekturen durchführen, indem sie Filter verwendeten, Entwicklungszeiten variierten oder bestimmte Bereiche gezielt übermalten. Mit der Veröffentlichung von Adobe Photoshop 1.0 im Jahr 1987 erfolgte die Zugänglichkeit der Bildbearbeitung für den Massenmarkt. Die Software verbreitete sich in den 1990er-Jahren; nicht-destruktive Bearbeitungstechniken wurden populär. In den nachfolgenden Jahren revolutionierten Scanner und Bildbearbeitungsprogramme die Nachbearbeitung von Fotos. Abschließend lässt sich sagen, dass die Nachbearbeitung seit Beginn der Fotografie existiert, jedoch in der analogen Phase nur über physische Abzüge, Negative oder Laboraufzeichnungen durchführbar. Das digitale Zeitalter ab den späten 1980er-Jahren ermöglichte die Dokumentation von Bearbeitungsschritten nach Zeitpunkt, Software und Pixelgenauigkeit.

4. Modefotografie

4.1 Definition und Merkmale

Zu Beginn definiert sich die Modefotografie daraus, dass sie die Einflüsse des Zeitgeistes und die Modetrends der Generationen wiedergibt. Die Fotografie soll dabei als dominierende Sparte diese Aspekte illustrieren und interpretieren. Immer wieder kommt es vor, dass man bei der Modefotografie unterscheidet zwischen kommerziell und künstlerisch. Obwohl Aussteller ebenso wie Herausgeber von Magazinen und Werbung zu Beginn an eine Basis für eine weitere Beobachtung der Mode geschaffen haben, bleibt die subjektive Auseinandersetzung der Modefotografie ein unabdingbarer Aspekt (vgl. Brodersen, 2015: 10). Modefotografie lässt sich außerdem als Kunstform ansehen, welche ihren Schwerpunkt darauflegt,

die zeitgeistliche Mode so zu präsentieren, dass sie ästhetisch und kommerziell ansprechend wirkt. Modefotografien sind für die zeitliche Verankerung relevant und können ein verbindendes Generationsgefühl erzeugen. Sie gestalten und beeinflussen zeitgenössische Konzepte, was sich auf die Wahrnehmung des Selbst und des gesellschaftlichen Zusammenlebens auswirkt. Im Folgenden werden Merkmale untersucht, welche prägend für die Modefotografie sind und diese zu der Art von Fotografie macht, wie sie heutzutage verstanden wird. Modefotografie besitzt spezifische Merkmale, die sie von anderen fotografischen Gattungen unterscheidet. Sie verbindet Ästhetik und Inszenierung. Kleidung, Accessoires und Körperhaltungen werden stilisiert dargestellt, um Stimmungen oder Ideale zu vermitteln. Die Inszenierung umfasst dabei die bewusste Gestaltung von Licht, Perspektive, Farben und Bildkomposition, die eine visuelle Erzählung bilden.

Die Funktion des Modells ist ein weiteres Merkmal. In der Modefotografie stellt die fotografierte Person kein Individuum dar, sondern eine Projektionsfläche für eine Marke, Ästhetik oder Idee von Mode. Haltung, Gestik und Mimik sind primär auf die beabsichtigte Wirkung ausgerichtet. Das impliziert einen hohen Grad an Künstlichkeit, der nicht auf die Darstellung einer realen Person abzielt, sondern eine idealisierte Figur, die Konsumwünsche oder Sehnsüchte weckt. Die Wahl des Aufnahmeortes ist relevant. Modefotografie umfasst Studioaufnahmen mit technischer Kontrolle und künstlichen Kulissen sowie On-Location-Shootings. Letztere integrieren urbane Räume, Natur oder Architektur in die Bildgestaltung. Diese Orte wählt man gezielt, um die visuelle Aussage zu verstärken. Beispiele hierfür sind Kontraste zwischen Kleidung und Umgebung oder die Etablierung einer stimmigen Atmosphäre. Die Verknüpfung mit Markenidentität und Kommerz stellt ein weiteres Merkmal dar. Modefotografie ist ein Instrument der Vermarktung und ein Mittel des künstlerischen Ausdrucks. Das erzeugt ein Spannungsfeld zwischen Kunst und Werbung sowie zwischen kreativer Freiheit und marktorientierten Zielen. Schließlich zeichnet sich Modefotografie durch Experimentierfreude aus. Sie nutzt ungewöhnliche Posen, extreme Perspektiven, avantgardistische Outfits oder surreale Bildideen. Dadurch visualisiert Mode nicht nur Kleidung, sondern auch Kultur, Gesellschaft und Identität.

4.2 Verbreitung

Modedefotografie beeinflusst Gesellschaft und Individuum. Modedefotografien sind im Alltag verbreitet, beispielsweise in Werbungen, Zeitschriften oder Kampagnen. Bilder entstehen kontinuierlich und werden häufig schnell obsolet. Was früher nur mittels Zeitschriften oder großen Werbebannern möglich war, bietet in der immer weiter anwachsenden digitalen Welt ganz andere Möglichkeiten eine Präsenz zu erzeugen. Das Medium Mode/- und Lifestyle-Zeitschriften war dabei der bedeutsamste Faktor, wenn es um die Verbreitung des Zeitgeists von Mode ging. Durch den Beginn des Farbdrucks in den Anfängen des 20. Jahrhunderts bekam die Fotografie eine immer größer werdende Bedeutung für die Verbreitung von Mode. Modeillustrationen wurde zunehmend von der Modedefotografie abgelöst, da diese als realistischer und ansprechender angesehen wurden. Dieser Anstieg von Fotografien in der Mode ging einher mit dem Wachstum des Medium Modemagazin, welches im weiteren Verlauf der Arbeit untersucht und analysiert wird. Mit der Weiterentwicklung von Foto- und Lichttechniken fand die Modedefotografie weiteren Anklang. Berühmte Fotografen wie beispielsweise Richard Avedon, Irving Penn oder Helmut Newton prägten nachhaltig durch ihre dramatischen Inszenierungen und stilistischen Beleuchtungstechniken die Ästhetik und Verbreitung der Modedefotografie. Des Weiteren verbreitet sich die Modedefotografie immer mehr durch den Zuwachs digitaler Möglichkeiten. Zwar bleibt das Medium Zeitschrift noch in seiner Art bestehen, jedoch schon längst nicht mehr als nur ein physisches Produkt der Vermarktung von Trends und Mode. Immer mehr Online-Magazine entstehen mit den Jahren und machen die Mode mit veröffentlichten Fotostrecken noch populärer.

4.3 Mode im Auge der Fotografie

Mode im Kontext der Fotografie lässt sich nicht nur als ästhetische Praxis, sondern auch als semiotisches und soziales Phänomen verstehen. Roland Barthes hat in seinen Arbeiten zur Modedefotografie hervorgehoben, dass Modebilder nicht bloß Kleidung abbilden, sondern als komplexe Zeichensysteme zu lesen sind (vgl. Barthes, 1985). Die fotografische Darstellung von Mode produziert eine eigene Sprache, in der Stoffe, Schnitte und Haltungen zu Zeichen werden, die auf kulturelle

Bedeutungen verweisen. Fotografie fungiert somit als Medium der Kodierung: Sie transformiert Kleidung in ein Bild, das über rein funktionale Aspekte hinaus soziale Werte, Begehrlichkeiten und Ideale kommuniziert. Diese „Rhetorik der Mode“ macht sichtbar, dass es sich weniger um den Stoff selbst, sondern vielmehr um die symbolische Dimension handelt, die durch die fotografische Inszenierung aktiviert wird. Einen weiteren Anhaltspunkt bietet Pierre Bourdieu mit seinen Konzepten. Modebilder reproduzieren nicht nur ästhetische Trends, sondern stabilisieren und legitimieren auch soziale Hierarchien. In der fotografischen Darstellung wird Mode zu einem Distinktionsmerkmal, das Klassenunterschiede sichtbar und gleichzeitig verschleiert: Sichtbar, weil bestimmte Stile, Körperhaltungen oder Marken exklusive Zugehörigkeiten markieren, und verschleiert, weil die ästhetische Inszenierung diese Unterschiede als „natürlich“ erscheinen lässt. Damit wird Modefotografie zu einem Instrument der symbolischen Macht, das gesellschaftliche Strukturen nicht nur reflektiert, sondern aktiv mitgestaltet (vgl. Bourdieu, 1982). Der fotografische Blick auf Mode schafft Bedeutungen, die von Konsum und Kommerz über gesellschaftliche Normen bis hin zu Fragen der Identität und Körperlichkeit reichen. In diesem Sinne fungiert die Modefotografie als Schnittstelle zwischen Kunst, Werbung und Gesellschaft. Sie beeinflusst nicht nur, wie Mode wahrgenommen wird, sondern auch, wie Vorstellungen von Schönheit, Geschlecht und sozialem Status visuell kodiert und verbreitet werden. Die Kamera wirkt dabei als Medium der Selektion und Stilisierung. Sie hebt bestimmte Details hervor, schafft Atmosphären und generiert Narrative, die Kleidung und Accessoires eine symbolische Bedeutung verleihen. Somit ist Mode im Auge der Fotografie weniger eine objektive Darstellung von Textilien, sondern vielmehr ein visuelles Konstrukt, das kulturelle Bedeutungsräume eröffnet und den Blick des Publikums auf modische Erscheinungen nachhaltig prägt.

5. Fotoreihe

5.1 Vorwort

Um dem Titel der Arbeit ein fotografisches Thema zu geben, wurde im Folgenden eine Fotoreihe entwickelt. Dabei wurde besonders Rücksicht auf die gesellschaftlichen Transformationen genommen und die damit einhergehende

Veränderung der Mode. Zu Beginn musste klar definiert werden, welche Entwicklungen dabei prägend für die Arbeit sind und warum genau diese behandelt werden. Um eine große Bandbreite an zeitgeprägte Ereignisse abzudecken, habe ich mich deshalb für Folgende Ereignisse entschieden: Beginnen wird die Fotoreihe mit einem Bild, welches den Wiederaufbau nach dem 2. Weltkrieg symbolisieren soll. Die Zeit nach dem Krieg vorbei war, zeichnete sich besonders durch eine große Arbeitslosigkeit und Armut aus. Nachdem die Reihe mit einer gewissen Ernsthaftigkeit und Trauer verbunden angefangen hat, bekommt sie durch das Ereignis der ersten internationalen Satellitenverbindung und die damit verbundene Einführung des Telefons neuen technischen Aufschwung. Fortbewegung war und ist bis heute ein wichtiger Bestandteil, wenn es um Transformationen in der Gesellschaft geht. Das Automobil fand ab den 1960er Jahren immer mehr Bedeutung und wurde zu dem verbreitetsten Fortbewegungsmittel der Mittelschicht und somit zu einem Massenprodukt. Nicht nur Materielle Dinge formten die Gesellschaft, sondern auch Bildung, Politik und Kultur. Die Studentenbewegung in Deutschland zwischen den 1965er und 1968er Jahren veränderte maßgeblich die Sichtweise der zuvor genannten Bereiche und folgen in der Fotoreihe dem Automobil. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts fand der Begriff Gleichberechtigung immer mehr Anklang in der menschlichen Gesellschaft. Die 2. Frauenbewegung ab den 1970er Jahren war dabei das Ereignis, wenn es Gleichberechtigung, sexuelle Selbstbestimmung und Politik ging. Ein weiteres essenzielles Ereignis war der Beginn der PC-Ära zum Anfang der 1980er Jahren und darf in der Reihe nicht fehlen. Bis heute sind Personal Computer ein wichtiger Bestandteil der Gesellschaft und nicht mehr aus dieser weg zu denken. Durch ihr erstes Auftreten und die darauffolgenden Veränderungen und Weiterentwicklungen, formten sie bis heute Bereiche der Gesellschaft. Um die Fotoreihe abzuschließen war der Mauerfall 1989 in Deutschland ein wichtiges Ereignis, wenn es darum ging, wie prägend dieser Einschnitt die Gesellschaft verändert hat. Nachdem die Konzepte für die einzelnen Ereignisse standen, wurde geschaut, inwieweit die Mode damit in Verbindung gesetzt werden kann. Im Folgenden soll die Kleidung, welche man auf den Bildern der Fotoreihe zu sehen bekommt als Symbol für das jeweilige Ereignis stehen. Des Weiteren lag auf der Mode zu der Zeit des jeweiligen Phänomens ein

Hauptaugenmal. Um die Fotoreihe verwirklichen zu können, wurden sich zudem Models und Assistenten organisiert, die ein wichtiger Bestandteil der Arbeit wurden.

5.2 Konzept & Planung

Moodboards

Angefangen hat das Erstellen der Fotoreihe damit, dass Stimmungsbilder (Moodboards) kreiert wurden. Mithilfe dieser war von Anfang an klar definiert, wohin das Konzept gehen soll. Außerdem dienten die Moodboards als eine Art Kommunikationswerkzeug zwischen dem Team, damit alle zu jeder Zeit eine einheitliche Vorstellung vom Ergebnis haben. Das Auge ist dabei der schnellste Rezeptor, wenn es um die Übermittlung von Informationen geht. Im Folgenden werden die Moodboards dargestellt, welche als Leitfaden der jeweiligen Konzepte dienten.



Abbildung 1: Konzept zum Wiederaufbau

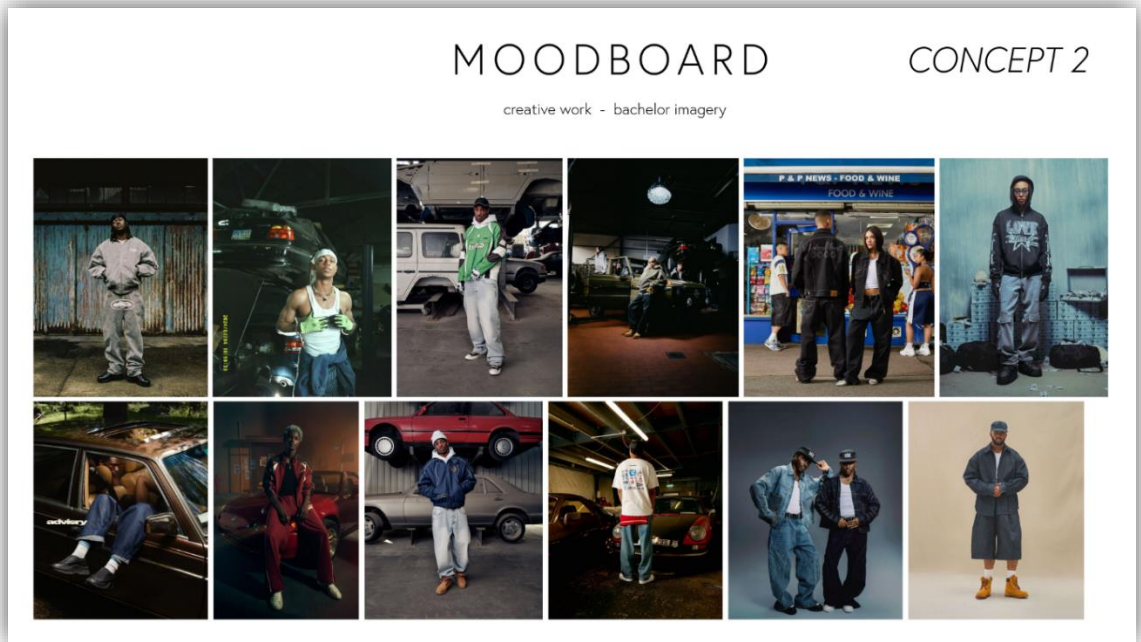


Abbildung 2: Konzept zum Automobil

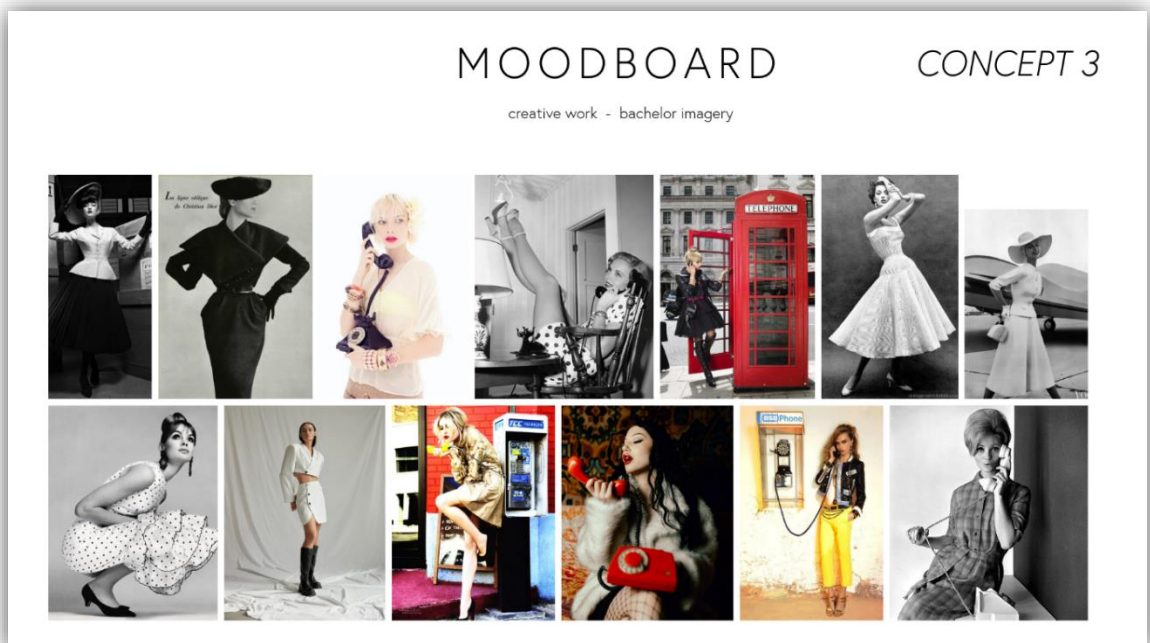


Abbildung 3: Konzept zum Telefon



Abbildung 4: Konzept für die Studentenbewegung

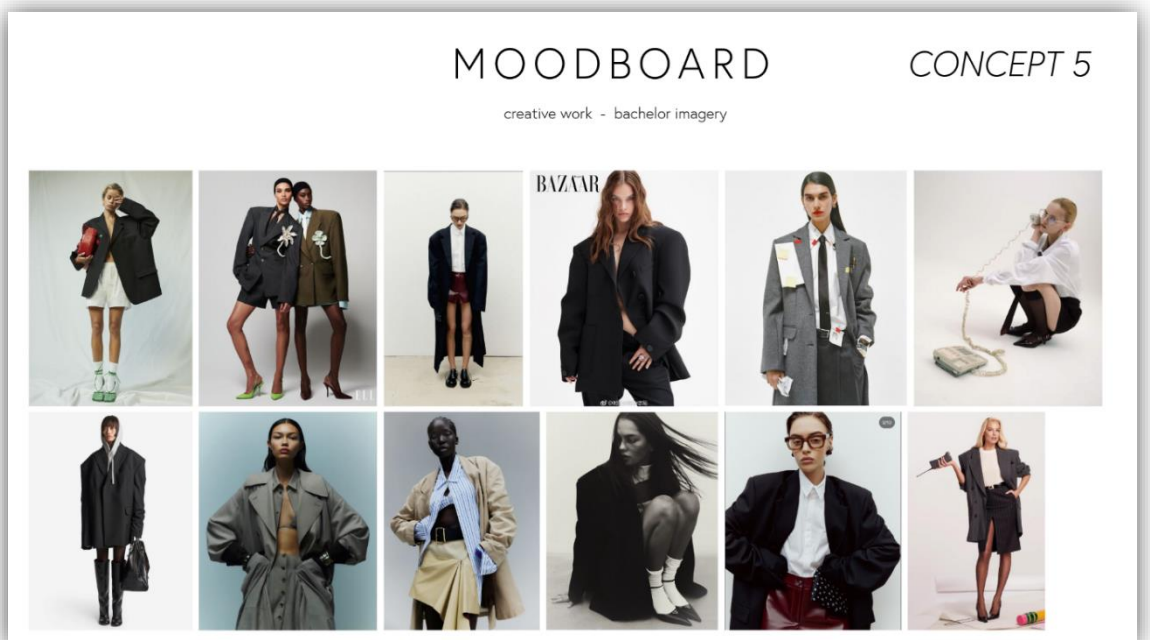


Abbildung 5: Konzept zur 2. Frauenbewegung

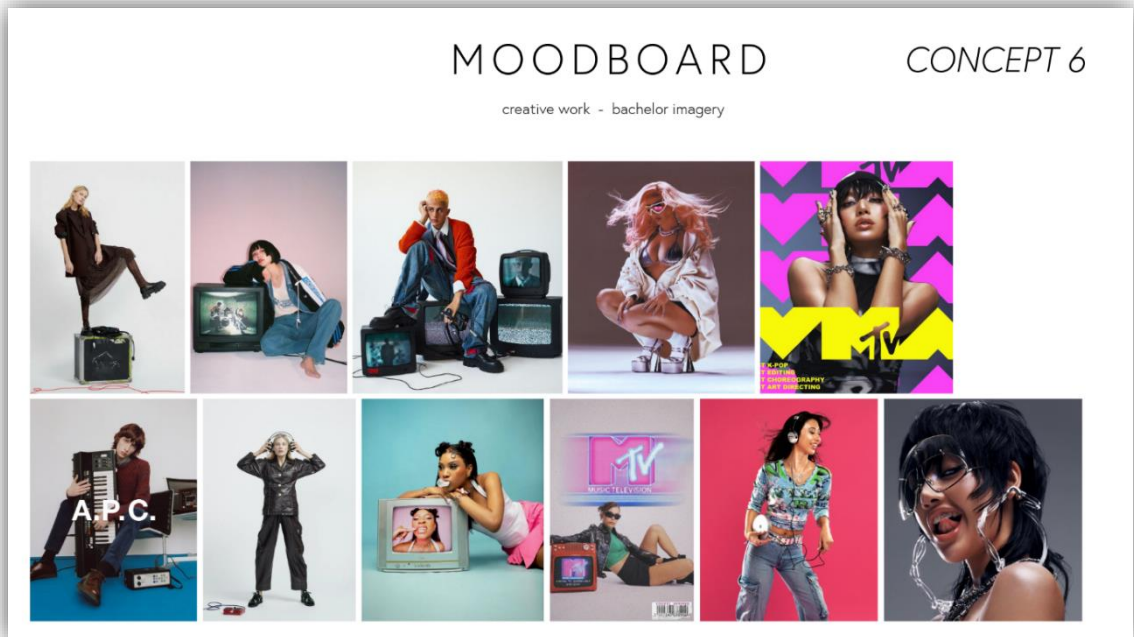


Abbildung 6: Konzept zum Personal Computer



Abbildung 7: Konzept zum Mauerfall

Damit weitere Dinge zu Beginn der Shootings feststehen, wurden außerdem Aspekte geklärt wie: Was für ein Make-Up wird benötigt, oder welche Frisuren spielen eine Rolle? Dabei war es wichtig zu beachten, dass die jeweiligen Looks auch passend zum Motiv gewählt wurden.

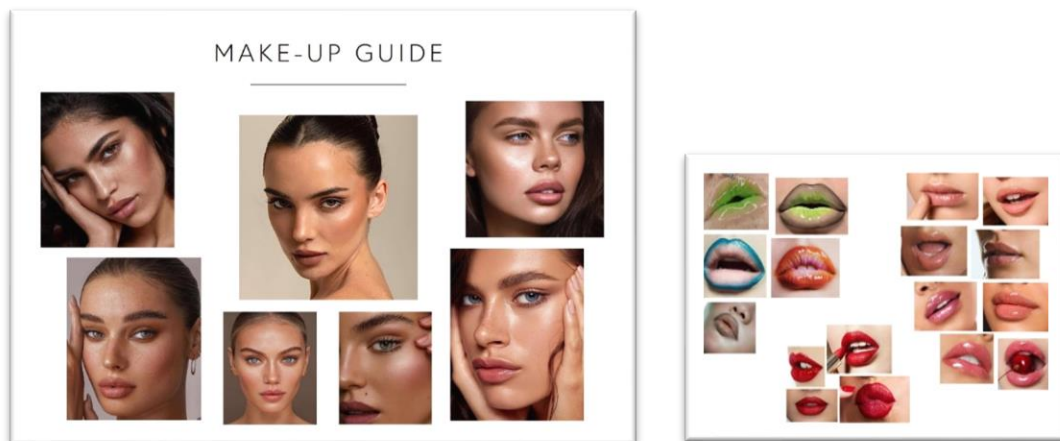


Abbildung 8+9: Make-Up für das weibliche Model

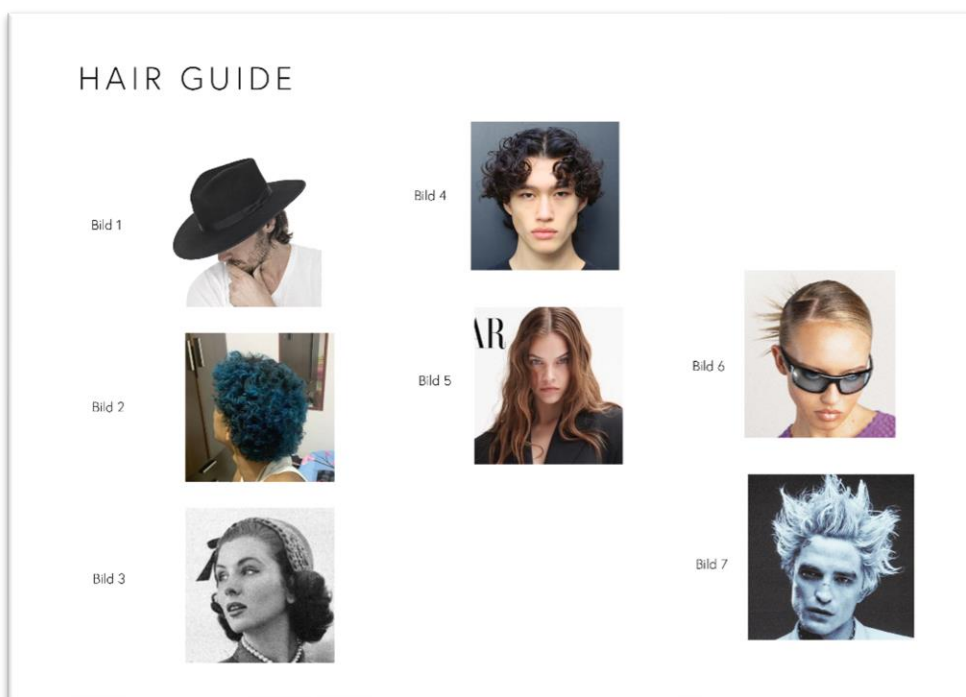


Abbildung 10: Frisuren für die Konzepte

Schlussendlich um die Konzeptionierung abschließen zu können, wurden alle wichtige Informationen auf Konzeptplänen festgehalten. Diese waren ein mitsamt der Moodboards und Haare-/ und Make-Up Guides ein dauerhafter Bestandteil der

Fotoshootings und ermöglichten so eine präzise Umsetzung der bearbeiteten Fotokonzepte.

Konzeptplan		Bild: 1
Titel: Wiederaufbau (45-50)		Location & Datum: - Bokelfenn - Oerlinghausen 16.08.25 (Samstag)
Info: - Model mit schwarzem Pferd steht an einem Feldrand mit starkem Ausdruck und nebeliger Atmosphäre - Outfit soll die Zeit nach dem Krieg wieder spiegeln		
Outfit: 	Equipment: - Mamiya RB67 - Lichtmesser 1x	

Abbildung 11: Konzeptplan 1

Konzeptplan		Bild: 2
Titel: Automobil (60-70)		Location & Datum: - Werkstatt - (Pascal) 12.08.25 (Dienstag)
Info: - Inspiriertes Handwerker Outfit als Zeichen für den Wachstum und Bedeutsamkeit des Automobil - Fokus auf dem Model mit den Oldtimer als Supporting-Subjects		
Outfit: 	Equipment: - Godox 300w Blitz 2x - Godox 400w Blitz 1x - Octa 150cm Softbox 1x - Blitzreflector 2x - Diffusormatte 1x - Rect 30x120cm Softbox 1x	

Abbildung 12: Konzeptplan 2

Konzeptplan

Bild: **3**

Titel: Telefon (62)

Info:

- Model posiert im inspirierten "New-Look" von Dior an einer Telefonzelle mit freundlich, dynamischer Mimik
- Telefon als Supporting-Subject um auf die Anfänge des weltweiten Telefonnetz hinzuweisen

Outfit:



Location & Datum:

- Bielefeld -
(Altstadt)

17.08.25
(Sonntag)

Equipment:

- Mamiya RB67	
- Godox 400w Blitz	1x
- Zoomreflector	1x
- Diffusormatte	1x
- C-Stand	1x

Abbildung 13: Konzeptplan 3

Konzeptplan

Bild: **4**

Titel: Studentenbewegung (65-68)

Info:

- Model mit inspiriertem School-Outfit posiert dynamisch
- Outfit soll die Bedeutung der Studentenbewegung verdeutlichen

Outfit:



Location & Datum:

- Studio -

16.08.25
(Samstag)

Equipment:

- Godox 300w Blitz	2x
- Godox 400w Blitz	1x
- Octa 150cm Softbox	1x
- Zoomreflector	2x
- Polyboard (s/w)	2x

Abbildung 14: Konzeptplan 4

Konzeptplan

Bild: **5**

Titel: Gender role (70)

Info:

- Office Outfit als Zeichen der Veränderung von der Rolle der Frau
- Starke Mimik und Oversized-Look festigen die ernste Atmosphäre

Outfit:



Location & Datum:

- Studio -

16.08.25
(Sonntag)

Equipment:

- Godox 300w Blitz	2x
- Godox 400w Blitz	1x
- Octa 150cm Softbox	1x
- Blitzreflector	2x
- Polyboard (s/w)	2x

Abbildung 15: Konzeptplan 5

Konzeptplan		Bild: 6
Titel: PC/Internet (80-83)		Location & Datum: - Studio - 16.08.25 (Samstag)
Info:	- MTV & Grunge als Inspiration für den Look - Outfit als Symbol für die Zeit der Einführung von Internet & Heim-PCs - Atmosphäre ist dynamisch & bunt	Equipment: - Godox 300w Blitz 2x - Godox 400w Blitz 1x - Octa 150cm Softbox 1x - Blitzreflector 2x - Polyboard (s/w) 2x
Outfit: 		

Abbildung 16: Konzeptplan 6

Konzeptplan		Bild: 7
Titel: Mauerfall (89)		Location & Datum: - Studio - 12.08.25 (Dienstag)
Info:	- Mehrschichtiges Outfit soll die neue Freiheit und die Diversität wiedergeben - Atmosphäre angepasst an 80er & 90er	Equipment: - Godox 300w Blitz 2x - Godox 400w Blitz 1x - Octa 150cm Softbox 1x - Blitzreflector 2x - Polyboard (s/w) 2x
Outfit: 		

Abbildung 17: Konzeptplan 7

5.3 Fotos & Einordnung

Wiederaufbau

Das zu sehende Bildkonzept zeigt einen Mann, welcher in einem grau/schwarzen Outfit gekleidet ist. Das Bild dient als Symbol für die Zeit nach dem 2. Weltkrieg, die mit ihrer Auswirkung Spuren in der Gesellschaft hinterließ und die Gesellschaft darüber hinaus transformierte. Das Outfit verkörpert dabei den Neuanfang, den wirtschaftlichen Aufstieg und die Rückkehr zu bürgerlicher Ordnung, wie sie in den 1950er-Jahren durch den Wiederaufbau und das Wirtschaftswunder sichtbar wurden. Die Zerstörung durch den Krieg wird dabei durch die bewusst gewählten



Einrisse in dem schwarzen Oberteil verdeutlicht. Übergeordnet steht es für Seriosität, Erfolg und den wachsenden Mittelstand, der in dieser Phase das gesellschaftliche Bild prägte. Das schwarze Pferd wiederum trägt eine doppelte Symbolik: Einerseits steht es für Kraft, Arbeit und Tradition, denn Pferde spielten in den Jahren nach dem Krieg gerade im ländlichen Raum noch eine große Rolle. Andererseits ruft die schwarze Farbe Assoziationen an die dunkle Vergangenheit des Krieges hervor, die trotz aller Fortschritte im Hintergrund präsent blieb. Durch den Kontrast von der Eleganz des Anzugs und der rohen Stärke des Pferdes entsteht ein spannendes Spannungsfeld, das den Übergang von der Härte der Kriegsjahre zur aufstrebenden modernen Zivilisation sichtbar macht. Das Bild erzählt somit eine Geschichte der Transformation: Das Model im Anzug repräsentiert die Hoffnung während das Pferd zugleich die Erinnerung an die Zeit während des Krieges

bewahrt. Auf diese Weise transportiert das Motiv nicht nur ästhetische Wirkung, sondern auch eine historische Erzählung über den Wiederaufbau.

Telefon

Auf dem zu sehenden Bild posiert eine Frau in einem weißen taillierten Kleid mit schwarzen Punkten, dazu trägt sie hohe schwarze Schuhe. Bei dem Look vom Outfit wurde sich stark an dem „New Look“ von dem Designer Christian Dior inspiriert, welcher damit eine modische Zeitwende einliet. Die Telefonzelle soll auf dem Foto den technischen Fortschritt symbolisieren. Dieser Stil mit betonter Taille, weitem Rock und weicher Linie stand für die Rückkehr von Luxus, Weiblichkeit und Optimismus. In den 1940er- und 1950er-Jahren nahm die internationale Funkverbindung eine entscheidende Rolle in der Entwicklung der modernen Kommunikation ein. Die Sprachübertragung wurde durch das Telefon ansprechender und zuverlässiger für die Gesellschaft. Es war zu der Zeit nicht nur ein praktisches Kommunikationsmittel, sondern symbolisierte Modernität, Wohlstand und die wachsende Kommunikation. In den folgenden Jahren nach der Einführung der internationalen Funkverbindung wurden Telefone oft glamourös inszeniert um so den Aufbruch in eine vernetzte Zukunft zu verkörpern. Der „New Look“ von Dior stand für Aufschwung und Neubeginn und spiegelte ebenso wie die neue Art der Kommunikation eine Welt wider, die nach vorne blickte und kulturell wie wirtschaftlich enger zusammenrückte. Durch diese Phänomene lässt sich eine



Transformation der Gesellschaft hinsichtlich der Kommunikationsmöglichkeiten erkennen.

Automobil

Auf dem Foto zu sehen, ist ein Mann, welcher in einem blauen Jeansstoff-Outfit und braunen Stiefeln vor zwei amerikanischen Autos posiert. Dabei ist zu beachten, dass das Model ein pastelgrünes Tuch aus der Hose gucken lässt und die Jeansjacke nur zur Hälfte überliegt, damit das weiße Unterhemd deutlicher gezeigt wird. Das Outfit wurde demnach so gewählt, um mit dem Jeansstoff, welcher ursprünglich ein Arbeiterstoff war, Jugend, Rebellion und Unabhängigkeit zu symbolisieren. In den 1960er- und 1970er-Jahren begann für das Automobil eine prägende Phase, die bis heute das Bild vom

klassischen Oldtimer bestimmt. In den 60ern erlebten die USA die Geburt der sogenannten Muscle-Car-Ära: leistungsstarke V8-Motoren, sportliche Coupés und ein Design, das Freiheit und Individualismus ausstrahlte. Um dieser Zeit eine Symbolik zu verleihen wurden im Hintergrund ein Pontiac Firebird (Baujahr 1968) und ein Ford Mercury (Baujahr 1977) platziert. Die gezeigte Kombination soll eine stimmige Geschichte der 60er- und 70-er Jahre erzählen, in der Mode, Automobil und Kultur eine Einheit bildeten. Das Zusammenspiel aus Stoff, Chrom und den Linien der Fahrzeuge soll den Zeitgeist von Rebellion, Freiheit und Individualität vermitteln. Die Transformation wird durch die Verbindung von Autos und Mode sichtbar. Die



Garage fungiert als Ausdrucksraum, in dem Arbeit, Freizeit und Selbstentfaltung übereinstimmen. Oldtimer wie Firebird oder Mercury repräsentieren die technologische und ästhetische Sehnsucht dieser Zeit, während Denim das soziale und kulturelle Bewusstsein transportiert. Aus der Verschmelzung entsteht ein Bild einer Gesellschaft im Wandel – von der Konformität der 50er hin zu einer Ära, die von Individualismus, Rebellion und der Suche nach persönlicher Freiheit geprägt war.

Studentenbewegung

Zu sehen ist ein Mann, welcher ein Outfit trägt, das an einen Schuljungen inspiriert sein soll. Das Outfit soll mit Kontrasten spielen: Auf der einen Seite die Lässigkeit von Jeansshorts, Sneakern und Kurzarmhemd, welche für klassische Elemente jugendlicher Freizeitmode stehen und auf der anderen Seite die rote Krawatte, die eigentlich für Formalität und Seriosität steht. Dieses erzeugte Spannungsfeld soll Aufmerksamkeit und Geschichte andeuten. Die Studentenbewegung der 1960er- und frühen 1970er-Jahre war ein prägendes gesellschaftliches Phänomen, das weit über die Universitäten hinaus wirkte. Ihren Ursprung hatte sie in einem Bündel aus historischen, politischen und sozialen Faktoren: In der Nachkriegszeit erlebte die junge Generation einerseits ein Wirtschaftswunder und zunehmenden Wohlstand, andererseits aber auch eine Gesellschaft, in der autoritäre Strukturen fortbestanden und die Aufarbeitung der



NS-Zeit vielfach verdrängt wurde. Die gesellschaftlichen Auswirkungen waren vielfältig. Auf politischer Ebene trugen die Proteste zu einem Demokratisierungsschub bei: Studierende erhielten in vielen Hochschulgremien Mitbestimmungsrechte, und in der Öffentlichkeit wurde stärker über Grundrechte, Meinungsfreiheit und politische Teilhabe diskutiert. Kulturell führte die Bewegung zu einem Bruch mit traditionellen Normen. Familien- und Geschlechterrollen wurden infrage gestellt, alternative Lebensformen wie Kommunen erprobt, und es entstand eine Gegenkultur, die Musik, Mode und Kunst dauerhaft prägte. Die Transformation in der Gesellschaft machte sich besonders im Sinne der Demokratisierung bemerkbar. Junge Menschen machten sichtbar, dass Universitäten nicht nur Orte der Wissenvermittlung waren, sondern auch ein Austragungsort für einen gesellschaftlichen Wandel hinsichtlich Demokratie, Selbstbestimmung und Liberalisierung.

2. Frauenbewegung

Die auf dem Foto zu sehende Frau trägt ein Outfit, welches symbolisch für die zweite Frauenbewegung zwischen den 1960er - und 1980er Jahren stehen soll. Während die erste Welle des Feminismus sich vor allem auf politische Grundrechte wie das Wahlrecht konzentriert hatte, ging es nun um eine tiefgreifende Veränderung des Alltags und der gesellschaftlichen Rollenbilder. Im Zentrum standen Forderungen nach Gleichberechtigung in Bildung, Beruf und Politik, nach sexueller und reproduktiver Selbstbestimmung sowie nach Anerkennung. Themen wie Hausarbeit, Gewalt in der Ehe,



Scheidungsrecht und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurden erstmalig breit diskutiert und politisch behandelt. Das Outfit im Bild eröffnet hierbei vielerlei Aspekte. Es soll das Frauenbild stärken und zugleich mit seiner Übergröße darauf hin weisen, dass für die Frau viele Dinge neu sein werden. Die roten Akzente bieten einen Kontrast hinsichtlich der Eleganz und Leidenschaft. Eine gesellschaftliche Transformation machte sich besonders auf kultureller Ebene bemerkbar. Rollenbilder verschoben sich und die Frau wurde nicht mehr nur als Ehefrau und Mutter gedacht, sondern wurde ein eigenständiges, berufstätiges und politisches Individuum. Es entwickelte sich ein gesellschaftliches Bewusstsein für Machtstrukturen und Ungleichheiten. Dieses Bewusstsein ist bis heute relevant.

Personal Computer

Auf dem gezeigten Foto sieht man eine Frau, welche in einem Look, der an den Punk inspiriert sein soll, posiert. Das Outfit soll ein Stück ikonische Subkulturgeschichte transportieren. In den 1980er-Jahren begann die Geschichte des Personal Computers und des Internets, so wie wir sie heute kennen. Während Computer zuvor hauptsächlich in Unternehmen und Forschungseinrichtungen zu finden waren, eroberten sie nun langsam die Haushalte. Die Szene war stark von einer Do-it-yourself-Haltung geprägt: Man baute, hackte, tüftelte und lernte durch Ausprobieren. Währenddessen entwickelte sich die Punk-Bewegung nicht nur musikalisch, sondern auch



modisch. Genau hier zeigt sich eine überraschende Parallele zwischen den Welten der frühen PC- und Internetszene und der Punk-Mode: Beide basierten auf einem selbstbestimmten Gestaltungswillen. In der Punk-Szene wurden Klamotten individuell umgearbeitet und aufgeladen, in der digitalen Szene entstanden selbstgeschriebene Programme, gehackte Systeme und kreative Lösungen, die fern von offiziellen Vorgaben lagen. Beide Strömungen waren rebellisch, kritisch gegenüber bestehenden Machtstrukturen und nutzten die vorhandenen Ressourcen auf eigene Weise um. Gesellschaftlich betrachtet, fand diese auf der technischen und kulturellen Ebene statt. Auf der einen Seite stand die rasante Entwicklung der Computertechnologie und die Anfänge des Internets. Parallel dazu formierte sich in der Mode und Musik eine Gegenbewegung, den Punk. Er war die visuelle und

akustische Rebellion gegen die konsumorientierte, durchgestylte Oberfläche der Popkultur und gegen die politischen Verhältnisse jener Zeit. Diese beiden Welten teilten sich jedoch ein gemeinsames Prinzip: DIY, Widerstand gegen das Establishment und die Suche nach alternativen Ordnungen. Von der passiven Konsumhaltung hin zu einem aktiveren, selbstbestimmteren Umgang mit Systemen.

Mauerfall

Dieses Foto zeigt einen Mann, mit einem Outfit, welches den gesellschaftlichen Umbruch nach dem Mauerfall symbolisieren soll. Außerdem dient das Outfit als Gesamtbild einer Metapher für den gesellschaftlichen Wandel. Der Mauerfall leitete nicht nur eine politische Wiedervereinigung ein, sondern auch eine Phase kultureller Öffnung, in der Identitäten, Rollenbilder und ästhetische Ausdrucksformen neu verhandelt wurden. Besonders die Jugend spielte dabei eine zentrale Rolle: Sie erprobte neue Freiheiten, brach mit Normen und experimentierte mit Stil, Genderbildern und Selbstinszenierung. Die Mischung aus Konsummarken, Subkultur-Elementen und bewusst provokativen Brüchen wurde zu

einem visuellen Symbol dieser Zeit. Ein Umbruch von einem autoritären Staat zu einer demokratischen Struktur entstand. Diese Umbrüche wirkten tief in den Alltag hinein. Neben Euphorie über die neugewonnene Freiheit gab es auch Ängste,



Unsicherheiten und Identitätsfragen. Kulturell zeigte sich diese Transformation besonders stark in der Mode, in der Musik und in Subkulturen. Wo vorher Einheitlichkeit und Anpassung bestimmend gewesen waren, entstand nun eine Experimentierfreude, die den Mix aus West-Marken, Streetwear, Punk-Elementen, Techno-Ästhetik und bunten Frisuren hervorbrachte. Kleidung wurde zu einem Symbol für Freiheit, Selbstbestimmung und das Spiel mit neuen Identitäten. Die gesellschaftliche Transformation bestand also nicht nur in einer politischen Vereinigung, sondern auch in einer Verschiebung von Werten und Ausdrucksformen: von Kollektiv zu Individualismus, von Mangel zu Überfluss, von Normierung zu Experiment.

6. Das Medium Modemagazin

6.1 Begriff & Definition

Ein Modemagazin ist ein periodisch erscheinendes Print- oder Online-Medium. Modemagazine sind für die Definition von Modemedien wesentlich, da sie in der Modekommunikation eine dominierende Rolle spielen. Es konzentriert sich thematisch auf Mode, Kleidung, Accessoires und angrenzende Lifestyle-Bereiche. Des weiteren informieren über Trends, Ästhetik und stilistische Entwicklungen. Sie interpretieren diese und präsentieren sie einem breiten Publikum. Modemagazine verbinden journalistische Beiträge, Fotografie und Layouts miteinander. Diese Kombination aus Text und Bild informiert, weist aber auch eine ästhetische und emotionale Wirkung auf. Magazine dieser Art haben zudem eine doppelfunktionale Rolle. Sie informieren über die Modebranche und stellen Designer, Kollektionen und Labels vor. Zum anderen produzieren sie kulturelle Bedeutungen, indem sie normenorientierte Vorstellungen von Körper, Schönheit und sozialem Status beeinflussen und verstärken. Somit sind Modemagazine Konsum- und Unterhaltungsmedien, transportieren aber auch gesellschaftliche Werte und Identitätsangebote. Durch ein monatiges Update von Printausgaben eines Modemagazine sind Verbraucher darauf angewiesen, aktuelle Trends und Informationen zeitlich verzögert zu erhalten. Dies stellt auf der anderen Seite

Magazine vor die große Herausforderung, zu jeder Zeit den richtigen Zeitgeist zu wählen. Möchte man angesichts der Verfügbarkeit umfangreicher Informationen flexibel und aktuell bleiben, so werden Leser auf digitale Ausgaben zurückkommen müssen.

Die Geschichte der Modemagazine lässt sich als eine dynamische Entwicklung beschreiben, in der Kunst Teil eines Distinktionsmechanismus ist, der innovative Gestaltung vorantreibt. Gleichzeitig wurde erforscht, welche Identitätspolitiken Modemagazine verfolgen und wer mit ihrer jeweiligen Ästhetik adressiert wird.

Magazine, die Mode weltweit vermitteln, sind Teil von transnationalen Beziehungen und globalen Netzwerken in denen sich Modemagazine positionieren, indem sie nationale Identitäten betonen (Krause-Wahl, 2022: 367).

6.2 Vergleich: Alt zu Neu

Bei dieser Gegenüberstellung, thematisch orientierter Magazine, werden die klassischen Modemagazine wie **Harper's Bazaar**, **ELLE**, **Vogue** und **Marie Claire** mit den Publikationen ab den 2000er Jahren wie **Schön!**, **Numéro**, **One Magazine**, **Office Magazine** und **Antidote** verglichen. Während die klassischen Titel ihren Ursprung in einer klar hierarchisch organisierten Medien- und Modewelt haben, repräsentieren die Magazine der Neuzeit ein stärker künstlerisch-experimentelles und zugleich fragmentiertes Publikationsverständnis. Die klassischen Magazine wie die Vogue, die 1892 gegründet wurde, oder Harper's Bazaar, welche seit 1867 erscheint, haben über Jahrzehnte hinweg den Kanon des Modejournalismus geprägt. Sie positionierten sich als Instanzen des „guten Geschmacks“ und fungierten als Gatekeeper einer klar definierten Modeelite. Ähnlich gilt dies für ELLE und Marie Claire, die besonders ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weibliche Leserschaften ansprachen, allerdings stärker im Spannungsfeld zwischen Lifestyle, gesellschaftlicher Rolle der Frau und Modekultur. Diese Magazine teilen ein lineares, institutionell verankertes Autoritätsverständnis: Sie setzen auf prominente

Journalisten und Fotografen sowie einen internationalen Modezeitgeist, den sie mitgestalten.

Die neueren Magazine wie *Schön!*, *Numéro*, *One Magazine*, *Office Magazine* und *Antidote* knüpfen einerseits an die visuelle Tradition der Hochglanzmagazine an, brechen diese aber andererseits bewusst auf. *Numéro*, welches 1998 in Frankreich gegründet und 2007 dann international Fuß fassen konnte, versteht sich als eine Plattform, die Mode mit zeitgenössischer Kunst und Fotografie verbindet. Statt klarer Hierarchien und strenger Trendsetzung setzt das Magazin auf eine künstlerische Orientierung und eine Ästhetik, die nicht selten experimentell oder provokant wirkt. Ähnlich positioniert sich *Schön!*, welches 2009 digital startete und von Anfang an international ausgerichtet war. Es versteht sich als Plattform für Diversität, Kreativität und interdisziplinäre Kollaboration, wobei es in seiner Bildsprache oft freier und inklusiver ist als die klassischen Titel. *Office Magazine* und *One Magazine* wiederum repräsentieren eine deutlich jüngere, postdigitale Generation. Sie inszenieren Mode nicht primär als Luxus- oder Statussymbol, sondern als Ausdrucksmittel urbaner, hybrider Identitäten. Hier spielen Subkultur, Streetwear und die Durchlässigkeit zwischen Kunst, Mode und Alltagsästhetik eine wichtige Rolle. Auch *Antidote* fällt in diesen Kontext: Das Pariser Magazin, das 2010 erstmals erschien, ist stark konzeptuell geprägt und strukturiert einzelne Ausgaben oftmals um ein thematisches Leitmotiv. Dabei verfolgt es ein bewusst politisches Selbstverständnis, das Themen wie Gender, Nachhaltigkeit und Körperpolitik in den Vordergrund rückt.

Wenn es um die Beziehung zum Publikum geht, unterscheiden sich beide Gruppen deutlich voneinander. Die klassischen Magazine agieren stärker nach dem **Top-Down-Prinzip**: Sie gaben Trends vor und schrieben Modegeschichte mit. Die Magazine der Neuzeit ab dem 21. Jahrhundert fungieren als Plattform für den Diskurs über Mode, Kunst und Gesellschaft. Ihre Anbindung an eine digitale und visuelle Social-Media-Kultur beeinflusst dabei die Gestaltung, internationale Reichweite und Publikation.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass sich die zeitlich geprägten Magazine als Autoritäten in Mode und Kultur etablieren. Die Magazine der Neuzeit hingegen dienen als Plattform zur Überprüfung von Normen und zur Entwicklung ästhetischer

und gesellschaftlicher Perspektiven. Während die Vogue oder ELLE für eine Ära der stilistischen Zentralisierung stehen, markieren Schön! und Numéro den Übergang in eine Zeit, in der Vielfalt und kritische Reflexion zentrale Leitprinzipien darstellen.

6.3 Zukunftsaussichten

Modemagazine sind mit traditionellen und transformativen Entwicklungen konfrontiert. Etablierte Magazine wie Vogue, Harper's Bazaar, ELLE und Marie Claire behaupten ihre Relevanz als kulturelle Referenzpunkte. Das ist trotz sinkender Printauflagen und eines Wandels der Medienlandschaft auf ihre Geschichte, Netzwerke und ökonomische Stärke zurückzuführen. Diese Magazine integrieren ihre Print-Identität zunehmend in eine digitale Präsenz. Das geschieht über Online-Plattformen, Social-Media-Kanäle und audiovisuelle Formate. Ihre Zukunft liegt in der Entwicklung zu multimedialen Marken, die Mode, Lifestyle und Kultur über diverse Kanäle präsentieren, anstatt sich auf reine Printausgaben zu beschränken.

Magazine wie Schön!, Numéro, One Magazine, Office Magazine und Antidote zeichnen sich durch Flexibilität, Experimentierfreude und gesellschaftspolitische Relevanz aus. Sie sind oft weniger von großen Werbekunden abhängig. Stattdessen bedienen sie ein Publikum, welches sich durch digitale Vernetzung und soziale Bewegungen bildet. Diese Magazine schaffen Raum für Diversität, künstlerische Ansätze und die Auseinandersetzung mit Themen wie beispielsweise Gender, Nachhaltigkeit oder Dekonstruktion normenbasierter Schönheitsideale. Ihre Zukunft liegt in der Erweiterung dieser Diskursräume und der Etablierung als kritische und reflektierender Instanzen einer fragmentierten Medienwelt.

Modemagazine, sowohl etablierte als auch neue, müssen die digitale Transformation technisch und inhaltlich bewältigen. Magazine stehen vor der Herausforderung, Inhalte zu entwickeln, die über kurzlebigen Konsum hinaus relevant bleiben. Die Entwicklung von Modemagazinen zeigt keine druckorientierte Richtung. Es zeichnet sich eine Diversifikation ab: Große Traditionsmarken etablieren sich als multimediale Lifestyle-Plattformen weltweit. Kleinere, oft experimentelle Publikationen dienen als

kritische Labore und entwickeln gesellschaftliche sowie ästhetische Gegenentwürfe. Die reine Printausgabe verliert voraussichtlich an Bedeutung, während hybride, interaktive und multimediale Formate wichtiger werden. Die langfristige Perspektive besteht in einer Verschiebung von den unangefochtenen Autoritäten einzelner Titel zu einer dezentralen, vielfältigen Medienlandschaft. Modemagazine bestehen in dieser Umgebung, wenn sie sich als kulturell relevante Plattformen positionieren, die über die bloße Abbildung von Mode hinausgehen. Die Zukunft der Modemagazine hängt weniger von der Existenz des Printformats ab, sondern von ihrer Fähigkeit, als reflektierende und gestaltende Instanzen im digitalen Zeitalter Relevanz zu gewinnen.

7. Interview mit Frank W. Ockenfels III

7.1 Exkurs

Frank W. Ockenfels III ist ein amerikanischer Fotograf und Regisseur. Nachdem er anfangs der 1980er Jahre seinen Abschluss an der Universität für visuelle Kunst in New York abschließt, machte er sich vor allem durch Cover-Shootings für die Magazine Rolling Stone und Spin einen Namen in der Branche. Überwiegend ist er aber als Portraitfotograf tätig und arbeitete bereits in seinen 30 Jahren als Fotograf mit einer großen Anzahl an Menschen zusammen, unter anderem bekannte Gesichter wie David Bowie, George Clooney und Nirvana. Desweiteren fotografierte er für Marken wie Converse und Nike. Auch für eine Vielzahl an Serien fotografierte Frank W. Ockenfels III, um einige zu nennen: The Walking Dead, Breaking Bad, American Horror Story, Sons of Anarchy, Homeland, House of Cards, Vampire Diaries und Outlander. Seine Arbeiten in der Fotografie gehen sehr eng mit dem Aspekt des Künstlerischen einher. Sie hat oft etwas Traumhaftes an sich, mit einem manchmal dunklen Unterton, der dennoch eine gewisse Eleganz mit sich bringt.

*„What means the most to me is when people say:
'I didn't know about your work, I hardly know your
work, I'm not even sure if I like your work - But it
inspired me to buy a notebook and start creating'.
That's quite enough for me.“*

*„Labels are just awful in Art, there
is no 'right' or 'wrong' to anything
that any of us do. It's what you
feel, and how you want to
express yourself.“*

7.2 Interview

Im Folgenden Absatz wird das aufgezeichnete Interview mit dem Fotografen Frank W. Ockenfels III protokollarisch wiedergegeben. Bei dem Interview handelte es sich um ein Zusammensitzen in Echtzeit, welches per Zoom abgehalten und für die weitere Bearbeitung aufgezeichnet wurde.

Interview geführt durch Luis Peitsch

***How do social changes – like new movements or technology –
influence the way you approach portrait photography in fashion?***

*„When i started it was a lot more difficult because you had to know what
you doing. There was no Fail-Safe. If you shot on film and you didn't
expose properly your film didn't work. So now the technology is much
more Fail-Safe. But the better part of this is that it allows photographers*

to do much more work with abstract pieces of light or less light. Be able to see immediately what happens on the screen of your camera or monitor if you working on something and you can go further. I think technology is really kind of a Gamechanger when it comes to the creative process.”

Have you notices that ideas of beauty or style change over time in your work? If so, how do these shifts show up in the way people dress or present themselves in your pictures?

„When i started no one really care about what they wore. As time as gone by Hair, Make-Up and Styling finally appeared. I would say it depends on what commission to do. If someone says we doing acts i need to cover that points or if i found someone to corporate with.“

Do you feel a responsibility to show diversity and inclusion in your portraits – for example, when it comes to gender, background or body types?

„I believe in that point of creativity to be in the moment whatever stands before you. If the person is transgender, or black or hispanic it's like you finding the moment to create with them and beeing respectful to them. I don't want to take a phot to disrespect somebody. But it might be uncomfortable for somebody because they dont see that, but that's what i'm seeing. A big part of this art is to open peoples mind to something that they aren't aware of or comfortable with.“

Do you think that art, fashion and society are becoming more connected today than they were in the past? How does your photography reflect or respond to that?

„With the acception of social-media people are beeing more aware with this world. Fashion happens so fast, you beeing on your iPhone and see somebody wearing something and you can be living in the middle of nowhere. Before social-media it was more like trickle-down. Media is kind a reason for fast-fashion and stuff like that. When you wear clothes you should wear them because you like them without any care of other or just to impress somebody else.“

In your opinion, can fashion photography – especially portraits – not only reflect social change, but also help to shape it?

„Yeah, so i mean i hope it does. If there are elements of it, it can help to move people to think or question. Those are good things about art and fashion. Many people dont look into the history of the photo, that's the sad part, but many portraits in fashion have a history and reason why they taking a picture in a certain way and what they trying to express or being influenced by someone. I think Influencer is a good thing and it's great that young artist are influenced by things but to see what they do with it is the question.“

8. Fazit

8.1 Ausblick auf die zukünftige Mode

Durch den wachsenden Anstieg des digitalen Zeitalters, entwickelt sich die Mode ebenso schnell weiter. Sie ist längst nicht mehr nur noch Mittel zum Zweck oder repräsentiert Schnitte und Stoffe, sondern wird mehr als ein Zeichen des Ausdrucks wahr genommen. Die Nutzung alter Modetrends greift ebenfalls in den zukünftigen Prozess der Modeentwicklung mit ein und vergangene Zeitgeister und Trends werden wieder aktuell. Die Branche hinterfragt Mode zunehmend kritisch, insbesondere im Hinblick auf Fast Fashion. Das führt zu einer verstärkten Ausrichtung auf Nachhaltigkeit. Die Grenze zwischen Luxus und Alltag verwischt. Prestigeträchtige Modemarken kooperieren häufiger mit Streetwear-Marken, was einen neuen Zeitgeist prägt. Online-Shops, soziale Medien und Influencer-Marketing ergänzen oder ersetzen traditionelle Präsentations- und Verkaufsformate. Marken nutzen diese Kanäle intensiv. Modemagazine, welche zu Anfängen des 20. Jahrhunderts das Aushängeschild für Kleidernormen waren, bekommen zunehmend eine digitale Relevanz und obwohl das Printprodukt immer noch Bedeutung findet, müssen diese sich fortlaufend auf den digitalen Markt fokussieren. Die Gesellschaft wird in Zukunft stärker digitalem Kult ausgesetzt sein. Es wird von großer Bedeutung sein, dass Magazine ihre Ausgaben und Informationen zur Verbreitung des Modezeitgeist, künstlerischen sowie kulturellen Themen online präsentieren.

8.2 Schlusswort

In Ausblick auf die Ergebnisse der Arbeit lässt sich folgendes erkennen. Mode geht weit über den Kontext von einfacher Kleidung hinaus und schafft Räume für eine individuelle Selbstdarstellung. Sie dient als ein Mittel zur Kommunikation, was sich besonders bei der theoretischen Auseinandersetzung zu Bourdieu, Simmel oder Barthes feststellen lässt. Auf der einen Seite wird Mode sozialer Differenzierung und dem Trickle-Down-Prozess zugewiesen. Zum anderen versteht sie sich als ein System von Zeichen, die Bedeutungen produzieren. Durch die enge Zusammenarbeit mit der Fotografie in dieser Arbeit entstand ein Spannungsfeld zwischen Ereignissen, welche die Gesellschaft transformierten und der Konzeptionierung, diese durch eine Bildereihe fotografisch zu illustrieren. Zu

erkennen ist außerdem, dass das Oberthema der Mode sich stark auf diese gesellschaftlichen Veränderungen auswirkte. Durch das reine Sehen mit dem Auge erfasst der Mensch Informationen und wie sollte das einfacher gehen, als mit dem Betrachten von Mode am Körper anderer. Durch das Leitmedium Modemagazine wird dies visuell und dokumentarisch festgehalten. Diese Art von Medien verläuft sich mit der Zeit von einer streng linearen Identität, zu einer dynamischen, experimentelleren und persönlicheren Struktur. Sie gibt der Mode und ihrem Zeitgeist Raum zur Entfaltung und Weiterentwicklung.

Die Erstellung einer Fotoreihe zeigt, dass Mode mit gesellschaftlichen Transformationen verbunden ist. Mode stellt mehr dar als Ästhetik. Sie reagierte auf Ereignisse wie politische Umbrüche, wirtschaftliche Krisen oder soziale Bewegungen. Mode prägte das Selbstverständnis von Generationen. Kleidung wurde in Zeiten des Protests zum Ausdruck von Widerstand. Dazu arbeitet Mode in jeder Epoche als Reaktion auf äußere Umstände und als aktives Medium, mit dem gesellschaftliche Gruppen ihre Haltung sichtbar machen. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass Mode ein zentraler Indikator für den gesellschaftlichen Wandel ist.

9. Danksagung

Zum Ende hin möchte ich mich bei allen bedanken, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

In erster Linie gilt mein Dank meinem Betreuer **Dipl. Ing. Dirk Schelpmeier**, der mir durch seine Unterstützung zur Seite stand.

Ebenso danke ich meinem Team zur Erstellung der Fotoreihe:

Pascal Pohl, Daine Yapp, Laura Hoppe, Alina Lippert.

Darüber hinaus gilt mein Dank meiner Partnerin **Leonie Rütther** und meinem Freund **Simon Müller**, welche mich während der Zeit des Projektes als Assistenten zur Seite standen.

Ihre Beiträge waren von großem Wert und haben maßgeblich zu den Ergebnissen dieser Arbeit beigetragen.

Vielen Dank!

Zu guter Letzt möchte ich mich bei dem Fotografen Frank W. Ockenfels III für die Möglichkeit eines Interviews bedanken.

10. Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, Luis Peitsch, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel:

„Mode als Spiegel gesellschaftlicher Transformationen“

Eigenständig und ohne unerlaubte fremde Hilfe angefertigt habe. Textpassagen, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und nicht veröffentlicht.

Schloß Holte-Stukenbrock, den 03. September 2025

Ort, Datum

Unterschrift

11. Literaturverzeichnis

Barthes, R. (1985). Die Helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie, Frankfurt am Main.

Barthes, R. (1983). The Fashion System, Verlag der University of California, Kalifornien

Bourdieu, P. (1982). Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft (Übers. B. Schwibs & A. Russer), Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Brian, C. (1983). Foto-Genies, Die besten Fotografen und wie sie ihre Meisterwerke schufen, Habegger-Verlag, Derndingen-Solothurn

Brodersen, S. (2017). Modefotografie: Eine fotografische Praxis zwischen Konvention und Variation, transcript Verlag, Wien

Diaz-Bone, R. (2010). Ein diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie, Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Wiesbaden

Justo, G. (2005). Kleidung als symbolische Selbstinszenierung, Kassel.

Krause-Wahl, A. (2022). Modemagazin und Fashion Studies In O. Scheiding & S. Fazli (Hrsg.), Handbuch Zeitschriftenforschung (S. 361–372), transcript Verlag, Bielefeld

McNeil, J. (2015). The Fashion System, How the World os Reflected in Fashion Rhetoric,

Müller, E. (2003). George Simmels Modetheorie, Zürich, Soziologisches Institut der Universität Zürich

Reineke, C. (2017). Der (damalige) Geschmack der Bourgeoisie. Eine historische Re-Lektüre von Pierre Bourdieus >>Die feinen Unterschiede<<, Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen

Seelmann, M. (2005). Geschichte der Fotografie, München, GRIN Verlag,

Simmel, G. (1998). Philosophische Kultur (Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne). Berlin: Wagenbach. (Nachdruck aus 1923. Potsdam: Gustav Kiepenheuer Verlag).

Verlag der Universität Chicago, (1992). Fashion, Culture, and Identity by Davis F. (1925), Chicago & London