



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

„kann ma‘ a bissl eher leben als wenn man ein Kleidchen
anhätte“

Zur Bedeutung von Jeans in Biografien österreichischer Frauen,
die zwischen 1949 und 1958 geboren wurden.

verfasst von | submitted by

Johanna Inge Ursula Klaus BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2024

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 808

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Gender Studies

Betreut von | Supervisor:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Elisabeth Holzleithner

Abstract

In dieser Arbeit wird der Frage nachgegangen, welche Bedeutung die Jeans für Frauen in Österreich hatte, die zwischen 1949 und 1958 geboren wurden. Die Arbeit ist interdisziplinär angelegt und verortet sich sowohl in der Geschlechter- als auch der Bekleidungsforschung. Dabei wird an die Arbeiten von Elke Gaugele (2002), Barbara Vinken (1999, 2013) und Gertrud Lehnert (2013, 2015, 2016) angeknüpft. Das Tragen der Jeans durch Frauen setzte sich erst mit den Emanzipationsbewegungen ab Ende der 1960er Jahre durch. Um sich der subjektiven Bedeutung der Jeans für diese erste Generation Jeans tragender Frauen anzunähern, wurden qualitative Interviews mit sieben in Österreich geborenen und lebenden Frauen geführt. Dafür wurde das Problemzentrierte Interview (Witzel, Reiter 2012) genutzt sowie die qualitative Inhaltsanalyse (Mayring 2010), die computergestützt durchgeführt wurde.

Sechs der Interviewten konnten sich gut an ihre erste Jeans erinnern. Die Jeans wurde oft gegen den Wunsch des Elternhauses angeschafft und durfte vielmals in der Schule nicht getragen werden. Zugleich schätzen die interviewten Frauen den Komfort der Jeans und nutzen diese gerne in der Freizeit, zum Fahrradfahren, bei Ausflügen und auf Reisen. Die Jeans gewährte auch Schutz gegen unerwünschte Blicke oder Berührungen. In den folgenden Jahren änderte sich die Akzeptanz des Tragens der Jeans durch Frauen rapide und auch in den Interviews zeigt sich, dass die Jeans von einem „besonderem“ zu einem „normalen“ Kleidungsstück wurden. **Jeans, Textile Geschlechterforschung, Gender Studies, Modeforschung, Identität, Aneignungsprozesse, soziale Normen, Körperbilder, Österreich**

This thesis examines the significance of jeans for women in Austria who were born between 1949 and 1958. The work is interdisciplinary in nature and is located in both gender and clothing research, drawing on the work of Elke Gaugele (2002), Barbara Vinken (1999, 2013) and Gertrud Lehnert (2013, 2015, 2016). The wearing of jeans by women only became established with the women's movement in the 1960s. Qualitative interviews were conducted with seven women born and living in Austria to explore the subjective significance of jeans for this first generation of jeans-wearing women. The problem-centered interview (Witzel and Reiter 2012) and the qualitative content analysis (Mayring 2010) were used.

Six of the interviewees remembered their first pair of jeans well. The jeans were often purchased against the wishes of the parents and were often not allowed to be worn at school. At the same time, the women interviewed appreciated the comfort of jeans and liked to wear them in their free time, for cycling, on excursions and when travelling. Jeans also provided protection against unwanted glances or touching. In the following years, the acceptance of wearing jeans by women changed rapidly and the interviews also show that jeans went from being a 'special' to a 'normal' item of clothing. **Jeans, gender studies, fashion research, identity, appropriation processes, social norms, body images, Austria**

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Geschichte der Jeans.....	5
2.1. Hosen und Jeans als „Frauenkleidungsstück“	10
2.1. Die Rezeption der Jeans in Europa	11
3. Textile Geschlechterforschung	14
3.1. Soziologische und Kulturtheoretische Bekleidungsforschung.....	16
3.2. Kleidung, Körper, Kommunikation	20
3.3. Doing Culture.....	22
3.3.1. Doing Gender.....	23
3.3.2. Designing Gender	25
3.3.3. Androgyn, Unisex, Queer?	29
4. Methodisches Vorgehen.....	31
4.1. Das Problemzentrierte Interview.....	32
4.2. Stichprobe	34
4.3. Datenauswertung.....	36
5. Ergebnisse.....	41
5.1. Die Interviewpartnerinnen	42
5.2. Zur Aneignung der Jeans	45
5.2.1. „die erste Hose und a Jean“ – Erinnerungen an die ersten Jeans.....	46
5.2.2. „dann der Aufbruch, auch in die Welt hinaus“ – die Jeans als Freizeithose	50
5.2.3. „wenn es ganz kalt war, dann hat man schon eine Hose anziehen dürfen“ – Schulzeit...53	
5.2.4. „Weil irgendwer muss ja protestieren“ – Abgrenzung und Zugehörigkeit	56
5.3. Geschlecht.....	62
5.3.1. „Ich hatte aber auch nie die Figur für eine ganz enge Jean“ – Schönheitsideale	63
5.3.2. „damit ich wieder passende Flicker habe für die nächste Hose“ – Handarbeit und Nachhaltigkeit	68
5.3.3. „Das muss. Und es geht. Ich weiß auch nicht. Vielleicht wird es besser.“ – Care-Arbeit und gesellschaftlicher Wandel	73
5.3.4. „Weil da hol ich mir von beiden was ich brauche“ – Androgynität und Verkleidung.....	77
5.3.5. “Es war ein Hauch von Freiheit” – Freiheit und Sicherheit	81
6. Fazit.....	83
7. Literaturverzeichnis	89
8. Anhang.....	94
8.1. Anhang 1 Interviewleitfaden.....	94

1. Einleitung

Die Jeans ist ein Kleidungsstück, das aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken ist. Aber dem war nicht immer so. Es ist erst 50-60 Jahre her, dass Frauen in Österreich angefangen haben, Jeans zu tragen. Vorher waren Röcke und Kleider die typische Frauenbekleidung, auch Hosen allgemein haben sich erst langsam bei Frauen durchgesetzt.

Nach Abschluss meines Modekollegs habe ich als Näherin in einer kleinen Wiener Manufaktur Maßjeans hergestellt. Daraus entstanden ist ein wissenschaftliches Interesse an der Jeans. Die Arbeitsbedingungen in vielen Fabriken, die Einwirkungen auf die Umwelt durch die Textilindustrie und die darin eingeschriebene Geschlechterungleichheit, aber auch wie sich die Jeans verbreitet hat und so eine ikonische Stellung in unseren Kleiderschränken einnehmen konnte, sind zu meinem Schwerpunkt geworden.

Im Zuge eines Seminars in den Gender Studies habe ich die Jeans das erste Mal erforscht. Ich habe mich mit ihrer Geschichte auseinandergesetzt, mit Herstellungsprozessen, mit dem Platz der Jeans in der Kulturindustrie. Dabei habe ich einige Beobachtungen und Feststellungen gemacht, die mich schlussendlich zu dieser Arbeit geführt haben. Zum einen entzieht sich die Jeans in Teilaspekten der Marktlogik der Modeindustrie. Die Jeans ist seit Jahrzehnten auf dem Markt und hat sich als zeitloses Kleidungsstück etabliert. Sie hat keine ausgeprägten Auf- und Abschwungphasen, die für Modezyklen typisch wären (Haberler 2012: 40). Die klassischen Diffusionsmodelle der Modeforschung, die den Weg von den Laufstegen in die Kleiderschränke der Aristokratie oder des Bürgertums beschreiben, sind nur bedingt auf die Jeans übertragbar (Lehnert 2015 :31). Zugleich hat mir „A Manifesto for the study of denim“ von Daniel Miller und Natalie Woodward (2007) neue Impulse gegeben. Die beiden britischen Ethnolog_innen haben dazu aufgerufen, die Jeans als Artefakt international zu erforschen. Zentrales Ziel war dabei, einerseits die Jeans in ihrer *Alltäglichkeit* zu erforschen, andererseits Denim als globales Phänomen zu betrachten, bei dem regionale Unterschiede auffallen.

Frauen sind in der Literatur über Jeans wenig anzutreffen, noch seltener kommen sie zu Wort. Also begann ich, mit Freund_innen, Bekannten, Familienmitgliedern zu reden. So ist der Wunsch in mir herangewachsen, das Erfahrungswissen der Generation Frauen, die als Erste in Österreich Jeans getragen haben, zu erforschen und zu einem gewissen Grad auch zu sichern. Nachdem die Jeans in den 1960ern, 1970ern populär geworden sind und

neue Trends tendenziell von Teenagern adaptiert werden, hat sich bei mir die Fragestellung herauskristallisiert, der sich in dieser Arbeit genähert werden soll:

Welche Bedeutung hat die Jeans für Frauen in Österreich, die zwischen 1949 und 1958 geboren wurden?

Die Forschungsfrage ist im Sinne der qualitativen Forschung bewusst offengehalten, um eine Vielzahl möglicher Assoziationen und Konnotationen in den Interviews zuzulassen. Grundsätzlich besteht besonderes Interesse daran, wie sich gesellschaftliche Entwicklungen in persönlichen Biografien widerspiegeln. Dazu gehört, wann und wie der Aneignungsprozess der Jeans stattgefunden hat, wie dieser wahrgenommen und wieviel widerständiges Potential ihm zugeschrieben wurde. Auch ob Jeans als Modeaccessoire oder Alltagsobjekt wahrgenommen werden, ist Gegenstand dieser Arbeit.

Zur Annäherung an meine Forschungsfrage habe ich mir zunächst die Geschichte der Jeans angeschaut, um zu klären, wann sie entstanden ist, wie sie verbreitet wurde und welche Bedeutungen ihr eingeschrieben sind. Das ist das Thema des ersten Kapitels. Darin wird die Geschichte der Jeans beleuchtet, von ihren Anfängen Ende des 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart. Das ist deshalb notwendig, da die Jeans über die Jahrzehnte eine Vielzahl an Konnotationen erlangt hat. Des Weiteren gibt es einen kurzen historischen Abriss über die ersten Frauenhosen im westlichen Raum und die Adaption der Jeans durch Frauen. Vervollständigt wird das Kapitel durch den Forschungsstand über die Jeans in Europa. Dabei fällt auf, dass die Jeans aus verschiedenen wissenschaftlichen Blickpunkten betrachtet wurde. Insbesondere die Ethnologie hat sich der Jeans in der Sachforschung angenommen, aber auch in der Soziologie oder Philosophie wird sie beforscht. Selbstverständlich wird die Jeans ebenfalls in der Modeforschung behandelt, die wiederum interdisziplinär angesiedelt ist.

Ich beziehe mich wiederholt auf „Das Jeans-Buch“ des französischen Soziologen Daniel Friedmann (1988), der die Geschichte der Jeans von den Anfängen in den USA bis zur globalen Verbreitung untersucht hat, mit einem europäischen Schwerpunkt. Zudem verweise ich auf Lynn Downey (2009), die als Historikerin bei Levi Strauss & Co. angestellt war und das Archiv des Unternehmens betreut hat. Trotz des Nahe- bzw. Abhängigkeitsverhältnisses zu bzw. von dem Unternehmen Levi Strauss & Co. räumt sie mit einigen Mythen über die Entstehungsgeschichte der Jeans auf, die von Levi Strauss & Co. zu Marketingzwecken erfunden wurden. Dabei ging es darum, Levi Strauss als Urheber

der Jeans darzustellen. Diese fanden als historische „Tatsachen“ in der wissenschaftlichen Literatur Eingang. Um den deutschsprachigen Raum abzudecken, beziehe ich mich auf Elke Dettmer und Wolf Dieter Könenkamp, deren Artikel sich im Band „Jeans. Beiträge zu Mode und Jugendkultur“ (1985, hrsg. von Bausinger et al.) findet. Beide Beiträge sind nicht unproblematisch, da die erwähnten Legenden, die sich um die Jeans und insbesondere Levi Strauss ranken, reproduzieren und somit historische Schwachstellen aufweisen. Sie beschreiben aber gut die (damals) neueren Entwicklungen und Diffusionsprozesse der Jeans im deutschsprachigen Raum. In Österreich lassen sich fast keine einschlägigen Publikationen zur Jeans finden; eine Ausnahme bildet Anna Schober, deren 2001 veröffentlichte Publikation „Blue Jeans. Vom Leben in Stoffen und Bildern“ sich mit dem Visuellen der Jeans in Kunst und Kultur auseinandersetzt. Sie hinterfragt die „Entstehungsgeschichte“ der Jeans und schlägt kritischere Töne als die zuvor genannten Autor_innen an.

Das nächste Kapitel widmet sich verschiedenen Bekleidungs- und Geschlechtertheorien. Dieses umfasst sowohl soziologische als auch kulturtheoretische Bekleidungsforschung, mit einem Schwerpunkt auf klassischen Modetheorien nach Simmel und Barthes. Ich diskutiere auch die Problematik, diese auf die Jeans anzuwenden. Im Unterkapitel Kleidung, Körper, Kommunikation wird beleuchtet, inwiefern Bekleidung ein Kommunikationsmittel ist oder sein kann und welche Wechselwirkungen zwischen Körper und Kleidung bestehen.

Theoretisch beziehe ich mich auf verschiedene Mode- oder Bekleidungsforscher_innen, die jeweils an der Schnittstelle von Bekleidung und Geschlecht forschen. Hier sind vor allem zwei deutschsprachige Forscherinnen herauszustreichen: Barbara Vinken und Gertrud Lehnert. Barbara Vinken (1999, 2005, 2013) beschreibt historische Mode- und Geschlechtervorstellungen als parallele Entwicklungen und untersucht wie diese zusammenhängen. Gertrud Lehnert analysiert verschiedene Designer_innen und Modekollektionen im Hinblick auf Geschlechterrollen, wobei eine Verschiebung in ihren wissenschaftlichen Arbeiten von der Frauenforschung (1998) hin zu Queer Theorie (ab 2010) bemerkbar ist. Ich beziehe mich in dieser Arbeit auf ihre späteren Texte.

Besonders inspiriert hat mich Elke Gaugeles Werk „Schurz und Schürze“ (2002). Während Vinken und Lehnert Modekollektionen und -trends analysieren, beforscht Gaugele alltägliche Bekleidungspraxis und wie diese Geschlecht (re-)konstruiert. Sie hat dafür den Begriff ‚textile Geschlechterforschung‘ geprägt, bei dem nicht die Modeproduzierenden,

sondern die Konsumierenden im Fokus stehen. Der Untertitel ihrer Publikation lautet „Kleidung als Medium der Geschlechterkonstruktion“, und auch in dieser Arbeit wird die Jeans als Bedeutungsträgerin gesehen, mithilfe derer gesellschaftlicher Wandel und Vorstellungen von Weiblichkeit analysiert werden können.

Das Unterkapitel Doing Culture vertieft diesen praxisbezogenen Ansatz. Dabei steht weiterhin die Bekleidung im Fokus. Betrachtet wird, wie Kleidung Geschlecht markiert, wie sehr Zweigeschlechtlichkeit und Heteronormativität dem Modesystem eingeschrieben sind und die Frage gestellt, welche subversiven Praxen es gibt.

Im Anschluss stelle ich Methode und Ergebnisse meiner empirischen Forschung dar. Um mich der Bedeutung der Jeans in den Biografien meiner Zielgruppe zu nähern, habe ich sieben Frauen zu ihren ersten oder frühen Jeans befragt. Bei der Interviewform habe ich mich für das problemzentrierte Interview nach Andreas Witzel und Herwig Reiter (2012) entschieden. Im Sinne einer Klärung meiner methodischen Vorgehensweise wird dieses Verfahren zunächst genauer erklärt, und ich stelle meinen Leitfaden vor. In Folge wird dargelegt, wie ich meine Interviewpartnerinnen rekrutiert habe, und es wird der Rahmen der Interviews vorgestellt. Zuletzt werden die Schritte der Auswertung, die an die Inhaltsanalyse von Mayring (2015) angelehnt ist, genauer erläutert.

Das Herzstück dieser Arbeit bildet die Darstellung der Ergebnisse. Dabei wird zuerst die Geschichte der Verbreitung der Jeans als Frauenkleidungsstück in Österreich anhand der Erfahrungen der Befragten nachgezeichnet. Deren Erfahrungen werden gegenübergestellt, gleichzeitig werden Gemeinsamkeiten herausgearbeitet. Dabei wird insbesondere das schulische und familiäre Umfeld betrachtet sowie Freizeitaktivitäten. Der Frage, inwiefern die Jeans Zugehörigkeiten oder Abgrenzung begünstigt, wird nachgegangen. Anschließend wird der Fokus dahin gelenkt, wie Geschlecht in den Interviews thematisiert oder ausgelassen wird. Dabei haben sich die Themen Schönheitsideal, Care Arbeit, Handarbeit und Nachhaltigkeit sowie (vermeintlicher) Schutz durch die Jeans herauskristallisiert; ihnen sind jeweils eigene Unterkapitel gewidmet. Den Abschluss der Arbeit bildet das Fazit, das die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit zusammenfasst und mit Fokus auf die Forschungsfrage diskutiert.

2. Geschichte der Jeans

In Arbeiten, die sich der Geschichte der Jeans widmen, kann nachvollzogen werden, wie die Jeans sich verbreitet hat, insbesondere wie sie die Vielzahl an Bedeutungen erlangt hat. Die Geschichte der Jeans ist eng mit dem Unternehmen Levi Strauss & Co. verknüpft. Dessen Geschichte ist durch ein eigenes Archiv gut dokumentiert, das seit 1989 wissenschaftlich betreut wird (Dettmer 1985: 92; Downey 2009: 157f). Zusätzlich verstand Levi Strauss & Co. schon früh, die eigene Geschichte für die Werbung zu nutzen. Dabei ist zu beachten, dass die Grenzen zwischen historischen Begebenheiten und Legenden fließend sind (Friedmann 1988: 26ff). Die Geschichte der Jeans muss daher mit Vorsicht genossen werden. So berufen sich Elke Dettmer, Daniel Friedmann und Ingeborg Weber-Kellermann (1979) wiederholt auf Texte, die von Levi Strauss & Co. aus Marketingzwecken publiziert worden sind. Erst im 21. Jahrhundert werden diese verstärkt auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft. Mit dazu beigetragen hat Lynn Downey, die 24 Jahre lang für Levi Strauss & Co. als Historikerin geforscht hat. Downey beschreibt, wie Levi Strauss & Co. Marketingmaterial in Umlauf brachten, das nicht faktenbasiert war. Zum einen gab es keine Aufzeichnungen vor 1906, zum anderen wollte das Unternehmen die Position als „Erfinder der Jeans“ stärken (Downey 2009: 159).

Die Geschichte war immer die des Migranten Levi Strauss, der zur Zeit des Goldrausches nach San Francisco kam und mit seiner Produktion auf den Mangel an robusten Arbeitshosen reagierte. Er habe Hosen aus Hanf- oder Baumwollstoff genäht und mit den Nieten verstärkt, die Jacob Davis erstmalig für Hosen nutzte. Sp (Downey 2009: 159).

It was an interesting story, and was used by myriad authors and journalists when they wrote about the company and its history. However, it was completely fabricated (Downey 2009: 159).

Jedenfalls ist belegt, dass der Schneider Jacob Davis Anfang der 1870er Jahre Hosentaschen von Arbeitshosen mit Nieten verstärkte, wie sie auch in der Sattlerei genutzt wurden. Dettmer verweist auf die Geschichte des Levi Strauss & Co. Werbemanagers Richard Cronin über “einen Sonderling namens Alkali Ike, der immer aufs Neue seine Hosentaschen reparieren ließ” (Dettmer 1985: 61). Alkali Ike soll sich beschwert haben, dass seine Hosentaschen immer einreißen würden, daher kam Jacob Davis auf die Idee, diese mit „rivets“, also Nieten, zu verstärken. Dabei ist höchst fragwürdig, ob es „Alkali

Ike“ je gegeben hat. Dettmer selbst vermutet eher eine Zufallsentdeckung, die großen Anklang fand (Dettmer 1985: 61). Schober merkt an:

Dahingestellt [sei], welche dieser Legenden ‚wahrer‘ ist. Es gibt keine letzten Beweise für den tatsächlichen Ort und den tatsächlichen Erfinder der Blue Jeans. Die Kreation und erste Durchsetzung der Riveted Pants könnte auch auf kollektiven Taktiken von Konsumenten und nicht, wie die später verbreiteten Versionen behaupten, auf den initialen Ideen einzelner beruhen (Schober 2001: 46).

Nachweisbar hingegen ist ein Briefwechsel zwischen Jacob Davis und Levi Strauss. Davis wollte die Nietenhose patentieren lassen, suchte dafür aber einen Geschäftspartner, den er in Strauss, einem inzwischen etablierten Geschäftsmann, fand. Am 20. Mai 1873 wurde das Patent für die Nietenhose ausgestellt, was als Geburtsstunde der Jeans angesehen wird (Dettmer 1985: 61f; Downey 2009: 151; Friedmann 1988: 15). Damals noch mit dem Begriff ‚overall‘ oder ‚waist overall‘ bezeichnet, wurde die Hose für Landwirte, Goldgräber, Cowboys und andere (landwirtschaftliche) Arbeiter beworben (Downey 2009: 151, 153; Dettmer 1985: 62). Diese Berufsfelder waren alle männlich geprägt, und die Werbung richtete sich explizit an Männer. Daher sind diese Berufsbezeichnungen an dieser Stelle nicht gegendert, obwohl natürlich auch Frauen diese Tätigkeiten ausgeübt haben.

Diese frühen Jeans hatten ein deutlich anderes Erscheinungsbild als heute: Ihnen fehlten Gesäßtaschen und Gürtelschlaufen, und sie waren ursprünglich nicht unbedingt *Blue* Jeans, sondern wurden auch aus braunem Baumwolltuch gefertigt (Downey 2009: 153; Friedmann 1988: 34). Ab 1911 wurde ausschließlich Denim für die Produktion genutzt (Downey 2009: 153). Nachdem das Patent 1890 ausgelaufen war, fingen auch andere Unternehmen an, ihre Hosen mit Nieten zu verstärken, so etwa das Unternehmen Lee, das 1911 in den Markt einstieg (Downey 2009: 152; Friedmann 1988: 39f; Könenkamp 1985: 118).

Ab den 1930er Jahren wurde die Jeans verstärkt als Freizeithose beworben, insbesondere für reiche Städter_innen, die ihren Urlaub auf den *Dude Ranches* verbrachten. Die *Dude Ranches* wurden von Farmern geleitet und boten „Ferien am Bauernhof“, mit der Option zu reiten, Landluft zu schnuppern und eine Auszeit von der Stadt zu nehmen. Sie hatten ihren Ursprung in der Wirtschaftskrise, da sie eine lukrative Einnahmequelle für Bauernhöfe darstellten, sowie eine leistbare Ferienoption für die urbane Mittel- und Oberschicht (Dettmer 1985: 69; Downey 2009: 154; Friedmann 1988: 41). Die Urlauber_innen wurden als *Dudes* und *Dudettes* bezeichnet, die von ihnen getragenen Jeans

“erhielten [...] die Funktion, Arbeitskleidung zu simulieren: sie wurden zum Zeichen der Freizeit, die Arbeit mimt” (Friedmann 1988: 41). Mit einer 1935 von Levi Strauss & Co. in der Vogue veröffentlichten Werbeanzeige wurden erstmalig Frauen explizit als Zielgruppe angesprochen und die Jeans in einen Mode-Kontext gerückt (Friedmann 1988: 42). Arbeit und Mode wurden also als gegensätzliche Konzepte konstruiert, die klar nach Geschlecht und Klasse unterschieden wurden.

Während des zweiten Weltkrieges wurden Denim-Arbeitshosen vom amerikanischen Militär im großen Stil geordert. Neben Levi Strauss & Co. produzierten auch Lee und die Blue Bell Corporation (später in Wrangler umbenannt) Jeans für die US-Army (Dettmer 1985: 69f; Könenkamp 1985: 118f). Das Design der Levi's wurde abermals verändert, diesmal auf möglichst billige Produktion ausgelegt. Der Zierstich an der Gesäßtasche war nur mehr aufgemalt, Nieten (beispielsweise im Schritt) wurden entfernt (Dettmer 1985: 69f; Downey 2009: 154f; Friedmann 1988: 52). Levi Strauss & Co. profitierte nicht nur direkt von dem Großauftrag der Regierung, die begrenzte Produktion steigerte auch die Nachfrage in der zivilen Bevölkerung. Zusätzlich brachten die G.I.s die Jeans nach Europa und halfen damit Levi Strauss & Co. den europäischen Markt zu erschließen (Dettmer 1985: 69; Friedmann 1988: 52). Offiziell begann das Unternehmen jedoch erst um 1970 herum, nach Europa und ebenso nach Asien und Kanada zu exportieren (Downey 2009: 156).

In den späten 1940er Jahren wurden Jeans auch bei Studierenden immer populärer, und Levi Strauss & Co. richteten ihre Werbung immer stärker auf die Zielgruppe der jungen Erwachsenen aus. Während Studierende die Jeans nutzten, um gegen strenge Dress-Codes zu protestieren, versuchte Levi Strauss & Co. „ein konservatives, nettes, sauberes Image zu vermitteln” (Dettmer 1985: 70). Dieser Versuch scheiterte unter anderem daran, dass ‚Motorradbanden‘ anfangen Jeans zu tragen. Diese ‚Motorradbanden‘ bestanden hauptsächlich aus ehemaligen Soldaten, die sich nicht, wie gesellschaftlich gewünscht, in den Vorstädten niederließen, sondern in Blue Jeans und schwarzen Lederjacken auf Motorrädern durch die USA fuhren (Downey 2009: 155).

In Folge entdeckte Hollywood diesen Modestil für sich und nutzte ihn, um ‚Rebellen‘ mit Jeans und Lederjacke auszustaffieren, wie beispielsweise James Dean in dem Hollywoodfilm *...denn sie wissen nicht was sie tun (Rebel without a cause 1955)* (Downey 2009: 155; Friedmann 1988: 56). Auch die aufkommenden Beatniks trugen Jeans. Die Beatniks, selber aus der Mittelklasse stammend, lehnten die “amerikanischen

Mittelklassekonsumenten“ (Dettmer 1985: 71) ab, beschäftigten sich mit Kunst, Literatur und Musik, waren zwischen zwanzig und dreißig Jahre alt und bedienten sich der Ästhetik der Arbeiterklasse, somit auch der Blue Jeans als Arbeiterhose (Dettmer 1985: 72).

So begannen Jeans während der 50er Jahre solche verschiedenen sozialen Aspekte zu symbolisieren wie die Rebellion gegen die Einstellung zu der Mittelklasse, Mitgliedschaft zu einer wachsenden Gegenkultur der Jugend, eine Dichotomie zwischen jung und alt, Konformisten und Nichtkonformisten. Daneben wurden Jeans einfach wie eh und je von Arbeitern, Farmern und Cowboys getragen und waren Freizeit- und Kinderkleidung (Dettmer 1985: 74).

Die Jeans war also schon in den 1950er Jahren vieldeutig. Sie war Zeichen der Jugend und Rebellion, aber gleichzeitig auch zutiefst amerikanisch. Das Unternehmen Levi Strauss & Co. galt als Prototyp des amerikanischen Traums, die Hose wurde mit Arbeit und Proletariat, den historisch verklärten Goldgräbern und Cowboys assoziiert. Gleichzeitig mit ihrem Aufstieg zum Modeobjekt wurde sie weiterhin als robuste Alltagskleidung genutzt. Mit dieser Vielfalt an Deutungsmöglichkeiten wurde die Jeans auch weltweit immer beliebter, wie Friedmann (1988) ausführt:

Die Jeans-Fans – ob abendländischer, afrikanischer oder osteuropäischer Herkunft – versuchen jeweils, sich von ihrer Umgebung zu distanzieren. Scheinbar ist es für sie unmöglich, am vorgeschriebenen Ort zu verweilen; sie feiern das Reisen, die Werte und Referenzen des Anderswo und befinden sich im Bruch mit ihrem natürlichen und gesellschaftlichen Milieu (Friedmann 1988: 110).¹

In den 1960er Jahren wurde die Jeans auch von den Hippies getragen. Deutlich politischer als ihre Vorgänger_innen, die Beatniks, forderten sie politische Teilhabe und kulturellen sowie sozialen Wandel in den USA. Sie waren eng mit den Friedens-, Bürgerrechts-, Frauenrechts- sowie Studierendenbewegungen verbunden. Dabei nahm die Jeans wiederum mehrere Funktionen und Bedeutungen ein. Jeans sollten einerseits Individualismus und Ausdrucksfreiheit unterstreichen, gleichzeitig waren sie aber auch uniformierend. Sie wurden als gemeinsames Erkennungsmerkmal verschiedener Gruppierungen getragen, aber auch als sichtbar gemachter Generationenkonflikt

¹ Dieses Zitat wurde gewählt, da Friedmann, als einer der wenigen, auch Jeanskulturen außerhalb von Nordamerika und Westeuropa in seine Überlegungen mit einbezieht. Gleichzeitig möchte ich mich von dem Othering und der Vorstellung eines „natürlichen Milieus“ distanzieren.

(Friedmann 1988: 94, 96 114f). Weiters „eigneten [sie] sich hervorragend, die herrschenden vestimentären Repräsentationsformen von Geschlechtertrennung und gesellschaftlicher Hierarchie durcheinanderzubringen“ (Friedmann 1988: 96). Die kritische Auseinandersetzung genau damit ist zentraler Teil meines Forschungsinteresses, da die vorhergehende Geschichte der Jeans auf eine starke Verknüpfung mit Klasse und Geschlecht hindeutet.

Auch in der Popmusik kamen die Jeans an, etwa im von Janis Joplin gesungenen *Me and Bobby McGee* (1971) und in Cat Stevens' *Oh very young* (1974). Gleichzeitig nutzten die Werbungen von Levi Strauss & Co. und Wrangler Popmusik (Dettmer 1985: 74ff; Friedmann 1988: 94ff). In den folgenden Jahren wurde die Jeans von den unterschiedlichsten Subkulturen übernommen. Rocker trugen die Jeans mit einem ironischen Kopfnicken an die 1950er Jahre, ebenso wie die New Wave-Bewegung. Punks trugen die Jeans gerne zerfetzt und in schwarz (Friedmann 1988: 150, 152). Zugleich war die Jeans im Mainstream angekommen; aus den früheren Studierenden in Jeans wurden Berufstätige in Jeans (Friedmann 1988: 148f, 152). Auch auf den Laufstegen wurde Denim getragen. Anfänglich noch ironisch wie bei Karl Lagerfeld, später ‚ernsthaft‘ wie in Kollektionen von Azzédine Alaïa oder Versace (Friedmann 1988: 152; Miller/ Woodward 2012: 53). Laut Haug (2011) zerfaserte “[d]ie Jeanskultur [...] zu einer Anzahl kommerzialisierter Teilkulturen, viele davon parasitär und von ‚Luxussäugetieren‘ neuen Typus bevölkert, die nichts zu sagen, aber alles über den Körper auszudrücken haben” (Haug 2011: 248). Während dieses Zitat doch zu stark generalisiert, und „die Jeanskultur” immer aus „Teilkulturen” bestand, so bedeutete das Ankommen im Mainstream auch eine verstärkte Kommerzialisierung der Jeans. Dies beobachtet auch Botterill (2007), drückt sich jedoch vorsichtiger aus:

While the jeans ads are fancifully postmodern, the underlying values of freedom, autonomy and individuality are not: from graffiti artists, to baggy-panted mixed-race young men hanging on the street, from young men in the box cars, to cowboy boots and mud-splattered motorcycles, they provide signposts for interpreting an evolving idea of authenticity – albeit one that can be expressed within the framework of a consumer culture (Botterill 2007: 123).

Aus der Geschichte lässt sich die Deutungsvielfalt der Jeans erklären. Insbesondere liegt mein Fokus auf dem Zeitraum der 1960er bis 1980er Jahre, da die Popularisierung der Jeans

in Österreich in diesen Zeitraum fällt. Dabei sollen Frauen in den Fokus gerückt werden, da sie eine, in der Forschung wenig beachtete, Konsument_innengruppe bilden.

2.1. Hosen und Jeans als „Frauenkleidungsstück“

Dieser Abschnitt bezieht sich auf die europäische und nordamerikanische Geschichte in der Neuzeit und bietet auch nur einen kurzen Überblick. Dies dient dazu, das Thema einzugrenzen, denn eine globale Geschichte der Hose bei Frauen in verschiedene Kulturen könnte eine eigene Arbeit füllen. Im Westen war Frauen das Tragen von Hosen lange verwehrt. Entweder war es tatsächlich verboten, wie in Frankreich ab 1793 (Vinken 2005: 10), oder es war gesellschaftlich tabuisiert. Callahan und Paoletti beschreiben, dass in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert die Trennung zwischen Männer- und Frauenkleidung gelockert wurde. Während Hosen noch nicht in der Öffentlichkeit getragen wurden, so setzten sie sich langsam im Sport durch, beispielsweise in Turnsälen oder Schwimmbädern (Callahan/ Paoletti 2007: 127). Amerikanische Frauen begannen in den 1930er Jahren, Hosen in der Öffentlichkeit zu tragen. Bei Schauspielerinnen wie Marlene Dietrich oder Katherine Hepburn wurde dies toleriert, andere Frauen hatten mit Vorurteilen zu kämpfen, sie “wurden schnell als exzentrisch oder lesbisch abgestempelt” (Dettmer 1985: 87).

Frauen trugen auch früher schon Hosen, diese waren aber Ausnahmen. So gab es bereits im 17. und 18. Jahrhundert in den Niederlanden Frauen, die als Soldatinnen oder Matrosinnen Hosen trugen (Peacock 1999: 23). 1900 wurde der Hosenrock bei sportlicher Betätigung wie dem Radfahren gesellschaftlich akzeptiert, und in Folge setzten sich Hosen langsam im Sport und in der Freizeit durch (Friedmann 1988: 76f). Auch die ersten für Frauen vermarkteten Levi Strauss & Co. Jeans waren an *Dudettes* gerichtet, also für das Tragen in der Freizeit auf der Ranch, zum Reiten, außerhalb ihrer gewohnten Umgebung (Dettmer 1985: 87, Friedmann 1988: 42). Sowohl im ersten als auch im zweiten Weltkrieg trugen Frauen zunehmend Hosen. Während viele Männer im Krieg waren, übernahmen Frauen deren Arbeit in den Fabriken und in der Landwirtschaft. Hier waren Hosen die Arbeitskleidung der Wahl (Turunen 2016: 25).

Doch auch Mitte des 20. Jahrhunderts war die Hose als Alltagsbekleidung abseits von körperlicher Arbeit für Frauen noch nicht verbreitet. In einer US-amerikanischen Gallup-Umfrage gaben 1948 nur 32% der Befragten an, dass die Hose ein geeignetes Kleidungsstück für Frauen in der Öffentlichkeit sei, 44% sprachen sich explizit gegen

Frauenhosen in der Öffentlichkeit aus. 65% der Befragten gaben an, dass Frauen daheim Hosen tragen könnten (Saad 2017: o.S.). Nach dem zweiten Weltkrieg wurde wieder ‚femininere‘ Mode populär, einhergehend mit einer Reetablierung traditioneller Geschlechterrollen (Turunen 2016: 24f). Beispielhaft dafür ist Diors ‚New Look‘, mit ausgestellten Röcken und betonten Taillen, der im Kontrast zu der geradegeschnittenen Mode der 1920er Jahren Sanduhrsilhouetten produziert. Bereits Ende der 1950er Jahre hatte sich jedoch die öffentliche Meinung laut einer weiteren Gallup-Umfrage geändert: 68% der Befragten gaben nun an, dass die Hose ein adäquates Kleidungsstück für Frauen in der Öffentlichkeit sei (Saad 2017: o.S.). Laut Friedmann begannen Frauen Anfang der 1960er Jahre Jeans zu tragen. Somit liegt die Verbreitung der Hose im Allgemeinen und der Jeans im Besonderen zeitlich sehr nahe beisammen. Auch die feministischen Bewegungen der Zeit trugen dazu bei, dass Frauen die Hose öfter als Kleidungsstück wählten (Friedmann 1988: 88). Bemerkenswert daran ist, dass das Tragen von Jeans bei Frauen ein deutlich stärker rebellisches Moment beinhaltete als bei Männern. Nicht nur der Denim mit all seinen Assoziationen war skandalös, sondern schon die Hose an sich.

Wohl zum Ausgleich dafür wurde in Folge die Jeans für Frauen ‚feminisiert‘. Frauenjeans haben einen höheren Elasthananteil, kürzere oder keine Hosentaschen, meistens Reißverschluss statt Knopfleiste. Frauenjeans, die nicht ‚feminin‘ sind, werden extra benannt: „sind Hosen, die nach einer Deklination von Beziehungs- und Verwandtschaftsstatus klingen. Sie heißen Mom-, Girlfriend- oder Boyfriend-Jeans“ (Neukam 2017: o.S.). Das spießt sich mit Friedmanns Aussage, dass Jeans keinen Hinweis auf soziale Herkunft oder Geschlecht geben würden. Es ist jedoch anzumerken, dass Friedmanns Buch 1988 erschienen ist, und die ‚Feminisierung‘ der Jeans, und ihre Verbreitung auf den Laufstegen, in spätere Dekaden fällt.

2.1. Die Rezeption der Jeans in Europa

Die Jeans ist im deutschsprachigen Raum seit den späten 1970er Jahren immer wieder Gegenstand der Forschung. 1979 veröffentlichte Ingeborg Weber-Kellermann ihren Band ‚Die Kindheit‘, in dem ein Kapitel auch T-Shirts und Jeans gewidmet ist. Dieses Kapitel, wenn auch nur fünf Seiten lang, wird immer wieder zitiert. Weber-Kellermann verbreitet die von Levi Strauss & Co. gestreute Geschichte der Entstehung der Jeans (Weber-Kellermann 1979: 244f). Zusätzlich wird beschrieben, wie sich die Jeans in den Kinder- und Jugendzimmern durchsetzten und zunehmend kurze Hosen und Lederhosen ablösten

(Weber-Kellermann 1979: 244, 246f). Spannend ist, dass Weber-Kellermann zwar über männliche und weibliche Kinder und Jugendliche schreibt, als Referenzkleidung allerdings Röcke und Kleider ausspart. Auch später im Text, bei der Besprechung des T-Shirts, schreibt sie, dass „die Jugend der Welt statt Hemd und Krawatte das T-Shirt“ trägt (Weber-Kellermann 1979: 248). Die Autorin geht hier also von einer männlichen Bekleidungsnorm aus. In ihrem Text bezieht sie sich vor allem auf zwei Artikel, einem aus der deutschen „Die Zeit“ und einem aus der schweizerischen „Weltwoche“ (ebd. 1979: 244f).

1977 veröffentlichte Heike Offen einen Artikel anlässlich des 25jährigen Jubiläums der Jeans in Europa in der „haspel-press“, dem Pressedienst des Ludwig-Uhland-Instituts, herausgegeben von der Tübinger Vereinigung für Volkskunde. Dieser Beitrag zog eine Reihe an Reaktionen nach sich, die sich gesammelt in „Jeans. Beiträge zu Mode und Jugendkultur“ (Bausinger et al.1985) finden. Polemische und kontroverse Beiträge besprechen nicht nur die Jeans, sondern nahmen das Thema zum Anlass, um Wissenschaftskulturen zu diskutieren. So wird über Volkskunde diskutiert, über Bekleidungsforschung und generell über Wissenschaftsströmungen. Im selben Band finden sich die bereits zitierten Beiträge von Elke Dettmer und Wolf-Dieter Könenkamp zur Verbreitungsgeschichte der Jeans. Könenkamp konzentriert sich aber weniger als die anderen Genannten auf Levi Strauss & Co., sondern bezieht weitere Jeansproduzenten, insbesondere Lee, Wrangler und Mustang, stärker in seine Betrachtungen mit ein (Könenkamp 1985: 118f, 122). Zusätzlich beschreibt er den Diffusionsprozess der Jeans in der BRD anhand von Umsatzzahlen und den Jeansangeboten in Versandhauskatalogen der Firma Neckermann (Könenkamp 1985: 122f).

1987 veröffentlichte Friedmann „Une histoire du blue-jean“, bereits ein Jahr später erschien das Buch in der deutschen Übersetzung unter dem Titel „Das Jeans-Buch“. Das deutet auf ein großes wissenschaftliches Interesse an der Jeans in den 1980er Jahren hin. Schober (2001) schreibt dazu:

Den blauen *pants* werden im Kunstkontext oder in historischen Museen plötzlich Ausstellungen gewidmet, eine große Anzahl populärwissenschaftlicher Bücher, Bildbände und von den Cultural Studies inspirierte Fachartikel erscheinen [...]. Blue Jeans sind damit zu einem Gegenstand des wissenschaftlichen und ästhetischen Interesses geworden, und sie werden jetzt auch als öffentliches Ereignis inszeniert, an dem ihre Benutzer und ihre Kritiker teilnehmen können (Schober 2001: 274).

Friedmann ist Soziologe, und so wird die Jeans von der europäischen Ethnologie weggerückt und stattdessen mit Theorien von Bourdieu und Barthes analysiert. In „Das Jeans-Buch“ werden die verschiedenen Mythen, die sich um die Jeans ranken, in Beziehung gesetzt und die Jeans als „das erste vestimentäre Zeichen [...] einer kopernikanischen Wende im Verhältnis zwischen Körper und Bekleidung“ (Friedmann 1988: 128) betrachtet. Körper und Bekleidung werden nicht mehr separiert gedacht, die Verknüpfung von Schönheitsideal und Modetrend wird berücksichtigt. Klasse oder Schicht stehen nicht mehr im Mittelpunkt der Modeforschung.

In der österreichischen Wissenschaftsliteratur gibt es wenig zur Jeans – eine Ausnahme bildet die 1999 fertiggestellte Dissertation „Blue Jeans. Eine Artifizielle Mythologie“ von Anna Schober, die im 2001 stark überarbeitet als „Blue Jeans. Vom Leben in Stoffen und Bildern“ publiziert wurde. Schober analysiert Filme und Bilder hinsichtlich des ‚Mythos Jeans‘. Dabei bekommen Hollywoodfilme wie ...*denn sie wissen nicht was sie tun* (*Rebel without a cause*; 1955) genauso Raum wie Valie Exports *Aktionshose – Genitalpanik* (1969). Obwohl Schober sich, wie die meiste Autor_innen, auf die Erstehungsgeschichte der Jeans und den US-amerikanischen Raum konzentriert, erzählt sie die Geschichte(n) nicht einfach nach, sondern hinterfragt sie stärker. Schober bettet die Geschichte der Jeans in damalige Diskurse ein und beschreibt die Symbolik der Jeans. Mit Valie Export wird auch explizit auf eine österreichische Künstlerin Bezug genommen.

Erfahrungsberichte von Jeansträger_innen sind rar – insbesondere von Frauen. Im deutschsprachigen Raum bildet Marion Grobs „Das Kleidungsverhalten jugendlicher Protestgruppen in Deutschland im 20. Jahrhundert“ (1985) eine Ausnahme. In Interviews zur Mode der Studierendenbewegung steht immer wieder die Jeans im Mittelpunkt. Bezeichnend ist, dass nur vier der achtzehn interviewten Personen weiblich sind. Ende der 1980er Jahre nahm das Interesse an der Jeans wieder ab. Sie wurde zwar im Rahmen von spezifischen Subkulturen immer wieder erwähnt (insbesondere die Baggy Jeans in der Hip-Hop-Kultur), war aber nur mehr selten im Fokus.

In den 2000er wurde die Jeansforschung von Daniel Miller und Sophie Woodward wiederbelebt. In „Manifesto for a study of denim“ (2007) preisen Miller und Woodward die Jeans als Forschungsobjekt in der Ethnografie und Anthropologie. Mit zwei sehr unterschiedlichen Fallstudien zur Jeans, einer in Brasilien durchgeführten, einer in London, beleuchten Miller und Woodward die Jeans als ein einerseits globales Phänomen, andererseits betonen sie aber auch lokale Unterschiede. In Brasilien wurden Frauen zu

„Brazilian jeans“ interviewt: Hosen, die optisch der Jeans gleichen, aber aus dünnerem, elastischerem Material hergestellt sind und besonders figurbetont getragen werden. In London wurden Frauen dabei beobachtet, wie sie morgens ihr Outfit auswählen, mit besonderem Schwerpunkt auf Jeans und die Fragen, wie viele sie besitzen und wann welche genutzt werden (vgl. Miller/ Woodward 2007). Dem „Manifesto for a study of denim“ folgte das Global Denim Project, das bis 2013 lief, und aus dem der Sammelband „Global Denim“ (Miller/ Woodward 2011) hervorging. 2012 publizierten Miller und Woodward „Blue Jeans: The Art of the Ordinary“, in dem die Jeans als Alltagsgegenstand in ihrer *Alltäglichkeit* beleuchtet wird.

Auffällig ist, dass die Beschäftigung mit der Jeans, die anfänglich hauptsächlich im Rahmen der Volkskunde beschrieben wurde, durch alle möglichen sozial- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen gewandert ist. Neben der Ethnologie wurde sie ebenso aus soziologischer, linguistischer, kulturwissenschaftlicher und philosophischer Sicht betrachtet. Dabei ist es oft das Zeichenhafte oder Beispielhafte, aber ebenso das Banale, was sie zum Objekt des Forschungsinteresses macht. Dies ist insofern nicht verwunderlich, da die Bekleidungs- oder Modeforschung (noch) keine eigenständige Disziplin darstellt. Schmelzer-Ziringer hält dazu fest, dass Modeforschung interdisziplinär angesiedelt sein *muss*, da vestimentäre Artefakte auf verschiedenste Perspektiven verweisen: die der Designer_innen, Produzent_innen, Konsument_innen. Um den Facettenreichtum von Bedeutung, Wahrnehmung und Assoziationen abbilden zu können, muss auf verschiedene Forschungsdisziplinen zurückgegriffen werden (Schmelzer-Ziringer 2015: 89). Einige Forschungsbereiche habe ich hier ausgelassen. So haben beispielsweise die Techniken der Jeansproduktion, die genauen Webe- und Färbeprozesse sowie der Historie des Stoffes Denim für diese Arbeit keine Relevanz. Auch die besonders seit Anfang der 2000er Jahre zunehmenden Forschungsaktivitäten zu dem ökonomischen Faktor Jeans und zu der Frage, wie Jeansproduktion ökologisch und sozial nachhaltiger gestaltet werden können, habe ich bei dieser Arbeit nicht mit einbezogen.

3. Textile Geschlechterforschung

In dieser Arbeit wird (Be-)Kleidung großteils als Praxis verstanden, als Alltagshandlung, die ritualisierten und mehr oder weniger unbewussten Regeln folgt. Der Fokus liegt auf dem Tragen von Kleidung, nicht auf Design, Produktion oder ökologischen Aspekten.

Mitgedacht wird dabei immer, wie sich Kleidung auf Geschlecht auswirkt, bzw. wie Geschlecht durch Bekleidung (re-)produziert wird. Elke Gaugele hat für die Intersektion von Geschlechter- und Bekleidungsforschung den Begriff „Textile Geschlechterforschung“ geprägt (Gaugele 2002: 12, 17ff). Dabei werden in dieser Arbeit vor allem drei Betrachtungsweisen einbezogen: des „Bekleidungsverhalten als soziologisches Phänomen“, „Kleidung als Mittel der Kommunikation“, und, mit beiden überlappend, aber nicht deckungsgleich, *Doing Culture*, mit den Unterpunkten *Doing Gender* und *Designing Gender*.

Die Begriffe Mode und Bekleidung werden oft synonym verwendet oder auch nebeneinanderstehend, ohne die jeweiligen Bedeutungsrahmen klar abzugrenzen. Dabei scheint es einen Konsens zu geben, dass Bekleidung jegliche Art von Kleidungsstücken meint, auch Berufsbekleidung, Uniformen, Tracht, ebenso wie Alltagskleidung. Mode hingegen bezeichnet nur bestimmte Bekleidung, bezieht jedoch weitere Artefakte und Körpermodifizierungen mit ein. So bezieht sich Mode in der Regel auf „Trends“, auf Bekleidung, die zu einer bestimmten Zeit besonders verbreitet ist oder die auf den Laufstegen präsentiert wird. Auch Schmuck oder Handtaschen, Frisuren, Make-Up oder Körpermodifikationen wie Tätowierungen und Piercings können in den Begriff Mode miteinfließen.

Bekleidungsforschung wird insbesondere in den Disziplinen Soziologie, Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie betrieben, wobei erstere eher Modeforschung betreiben, letztere Kleidungsforschung oftmals in der Tradition der volkskundlichen Sachforschung betrachten. Aus diesen unterschiedlichen Perspektiven ergibt sich, dass sich Modeforschung insbesondere mit der kulturellen Bedeutungsproduktion von Textilien auseinandersetzt, die Sachforschung hingegen eher beobachtet, wie Bekleidung im Alltag integriert und genutzt wird. Auch eine Vielzahl anderer Disziplinen beschäftigt sich mit Kleidungs(er)forschung, seien es die Literaturwissenschaft, Philosophie, Kunst- und Sprachwissenschaft oder auch die Wirtschaftswissenschaften. Nichtsdestotrotz gibt es kaum definierte (Be)Kleidungstheorien; daher beziehe ich mich in Folge auf Modetheorien und adaptiere oder verwerfe diese gegebenenfalls. Diese werden auch gleich auf ihre Nützlichkeit in Bezug auf die Jeans geprüft.

3.1. Soziologische und Kulturtheoretische Bekleidungsforschung

Einer der frühen Modetheoretiker, der die Modeindustrie in einen soziologischen Kontext rückt, war Georg Simmel. Dabei ist besonders die soziale Schicht der Konsument_innen für Simmel von Interesse. Seine Kernthese ist, dass Mode von den oberen Klassen produziert, auch von ihnen adaptiert wird und von dort langsam in die unteren Schichten wandert (Simmel 1957: 543f). Diese Theorie der Modediffusion ist als trickle-down Effekt bekannt. Nach und nach werden Moden von unteren Schichten angenommen, da diese die Oberschicht (zumindest optisch) imitieren möchten. Nachdem die Oberschicht allerdings nicht mit der Unterschicht assoziiert werden will, sucht sie wieder neue Moden, neue Trends. So wird Mode gleichzeitig zum Objekt der Differenz und der Ähnlichkeit (Simmel 1957: 543f).

Simmels Theorie ist allerdings nur schwer auf die Jeans anzuwenden. Die Jeans kommt ‚von unten‘, sie wurde nicht von Modeschöpfenden geschaffen, um die Oberschicht zu bekleiden. Erst Mitte, Ende des 20. Jahrhunderts schaffte es die Jeans auf den Laufsteg, als sie bereits einer breiteren Bevölkerung zugänglich war. Daniel Miller und Sophie Woodward (2007) fügen hinzu, dass nicht nur der Schichtbegriff in Bezug auf die Jeans kaum Anwendung finden kann, sondern auch die Vorstellung von Differenz und Ähnlichkeit nicht eindeutig ist. Sie schreiben:

[J]eans transcend the fundamental divisions of the domestic wardrobe. They are not just the habitual, un-thought out items of clothing; they also allow women to be ‚noticed‘. They internally resolve the tensions between conformity and individuality that have been central to theories of fashion since Simmel (Miller/ Woodward 2007: 342).

Dazu ist jedoch anzumerken, dass auch Jeans Trends unterworfen sind, die wiederum schicht- oder geschlechtsspezifisch sein können. Auch die Beschreibungen von Jeans als ‚individuell‘ oder ‚uniformierend‘ deuten auf die Relevanz von Differenz und Ähnlichkeit hin, ohne dass Spannungen gelöst werden.

Lehnert konzentriert Simmels Aussagen auf das „Paradox der Mode – dass man sich unverwechselbar machen will, indem man andere nachahmt“ (Lehnert 2015: 31) und lässt den Klassenaspekt aus. Zusätzlich betont Lehnert, dass modische Innovationen diskursiv hergestellt werden.

Diese sind aber nicht notwendigerweise – oder: nicht immer – neu in dem Sinne, dass sie einen neuen ästhetischen bzw. sinnlichen Reiz besäßen, nie bisher gesehen oder dagewesen wären. Neuheit ist eine Behauptung des Fashion Systems, unterstützt von den Konsumierenden. [...] Zuweilen verändern sich nur Details, aber es wird vermittelt, dass damit neue ästhetische Qualitäten entstehen (Lehnert 2015: 32).

Das trifft auch auf die Jeans zu. Formen, Farben, Verzierungen verändern sich und bringen neue Deutungsmuster hervor. Es gibt nicht nur die *eine* Jeans, sondern viele verschiedene Modelle, die teilweise klassisch dem Modesystem in aufeinanderfolgenden Saisons propagiert werden. Die Schlaghose, Baggy Jeans oder Röhrenhose lassen sich alle unter dem Begriff Jeans subsumieren, haben aber jeweils unterschiedliche Konnotationen.

Auch in Bourdieus Konzeption des sozialen Raums steht Klassenzugehörigkeit im Mittelpunkt, allerdings wird mittels des Habitus diese deutlich differenzierter betrachtet als in Simmels relativ einfacher Unter-, Mittel- und Oberschichteinteilung. Bei Bourdieu gibt es nicht nur den Trickle-down-Effekt, auch Bottom-up-Effekte werden beobachtet.

Eine ursprünglich dem Adel vorbehaltene Praxis kann von den Adelligen aufgegeben werden – und wird meist auch aufgegeben –, wenn sie von einer immer größer werdenden Fraktion der Bürger und Kleinbürger, wenn nicht gar der unteren Volksschichten übernommen wird [...]; umgekehrt kann eine ursprünglich dem Volk vorbehaltenen Praxis eine Zeitlang von den Adelligen aufgegriffen werden (Bourdieu 2006 [1989]: 355f).

Häufig wird auch auf Roland Barthes' „Die Sprache der Mode“ (1985) verwiesen. Dabei gibt es allerdings mehrere Probleme. Barthes grenzt den Begriff der Mode stark ein. Ihm zufolge wird „die Synchronie der Mode von der Mode selbst festgelegt: eine Mode dauert ein Jahr“ (Barthes 1985: 20). Zudem bezieht sich Barthes ausschließlich auf beschriebene Mode, konkret in Modemagazinen. Er analysiert Bildbeschreibungen von Modefotografien in Magazinen. „Es wird hier also um beschriebene Kleidung gehen – und sonst um keine“ (Barthes 1985: 21). Barthes war also eher Modetexttheoretiker als Modetheoretiker. In diesem Sinne ist auch zu hinterfragen, dass Barthes oft als Modetheoretiker zitiert wird.

Daniel Friedmann verweist zwar in seinem „Jeans-Buch“ auf Barthes, jedoch lediglich in Bezug auf die Werbung. Friedmann betont das Auseinanderklaffen von „Modetext“ und gelebter Mode (Friedmann 1988: 42, 46). Obwohl die ‚Modehaftigkeit‘ der Jeans in der Vogue bereits 1935 beschworen wurde, „gelang es der Werbung nicht, die Jeans auch in

der Stadt oder an anderen Ferienorten als der *dude ranch* durchzusetzen. Jeans ist noch nicht in Mode” (Friedmann 1988: 46). Hier treffen verschiedene Vorstellungen der Mode aufeinander: die der Laufstege, Modemagazine und der abgebildeten Bekleidung auf der einen, die der Verbreitung und der Alltagspraxis auf der anderen Seite. So wird deutlich, dass Barthes’ Theorien nicht nur für diese Arbeit wenig geeignet sind, sie sind auch grundsätzlich zur Betrachtung der Jeans problematisch.

Für diese Arbeit produktiver ist die Mode- und Bekleidungsforschung im Kontext der Cultural Studies. Seit dem ‚cultural turn‘ in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wird auch Mode und Bekleidung immer mehr als Praxis angesehen. Der Fokus verschiebt sich von der Hochkultur zur Populärkultur. Die Betrachtungsweise verschiebt sich weg von Modemacher_innen, Oberschicht und Bild-/Textanalyse hin zu der Rezeption von diverseren Konsument_innen. Am Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham entwickelten sich die Dress Studies, die Mode interdisziplinär als popkulturelles Phänomen betrachten (Schmelzer-Ziringer 2015: 142). Besonders hervorzuheben ist hier Angela McRobbie, die Mode aufbauend auf Theorien von Stuart Hall in einen feministischen Kontext rückt. McRobbie geht beispielsweise der Frage nach, welche Rolle Modedesign in der ‚Kulturgesellschaft‘ spielt, also welche Bedeutung Mode in einer Gesellschaft hat, in der Gewinn aus kreativem Potential generiert wird. Dabei bezieht sie sich bewusst auf Haute Couture und grenzt diese von Subkultur ab. Gleichzeitig kritisiert sie, dass Mode zu wenig als „fine art“ erforscht wird (McRobbie 1999: 311ff). Für die vorliegende Arbeit relevanter sind McRobbies Überlegungen zu zwei unterschiedlichen Perspektiven der Modeforschung innerhalb der Gender Studies. Angela McRobbie hat dafür die Begriffe der ‚material feminists‘ und der ‚cultural feminists‘ geprägt (McRobbie 1999: 32). Dabei versteht sie unter ‚material feminists‘ feministische Forscher_innen, die sich mit den Problemen der Konsumation von Bekleidung im Hinblick auf deren Produktion beschäftigen. ‚Cultural feminists‘ hingegen konzentrieren sich auf die Bedeutung von Mode oder deren Semiotik (McRobbie 1997: 75).

Zwanzig Jahre später ist diese Trennung in der Bekleidungsforschung evident: Entweder werden Produktion und Auswirkungen von Konsumation oder aber Rezeption und Bedeutung erforscht, als wären diese Themenbereiche nicht verwoben. Gleichzeitig kritisiert McRobbie, dass die Ungleichheitsdimensionen Geschlecht, *Klasse* und Ethnizität/*Race* immer weniger Platz in der Forschung finden und insbesondere Armut und Konsum wenig erforscht werden (McRobbie 1997: 81). So beobachtet sie:

[T]here are few detailed accounts of consumption and I am unaware of any feminist work which is looking at how women actually shop and what sort of issues influences their choices (McRobbie 1997: 81).

McRobbies Feststellungen sind zwar über als 25 Jahre alt, sie treffen aber auf die jüngere Modeforschung und daher auf die hier verwendete Literatur weiterhin zum Großteil zu. Ausnahmen bilden die Publikationen von Daniel Miller und Sophie Woodwords (2007, 2011, 2012) sowie Elke Gaugeles Buch zu „Schurz und Schürze“ (2002).

Elke Gaugeles Buch „Schurz und Schürze. Kleidung als Medium der Geschlechterkonstruktion“ (2002) hat meine Arbeit maßgeblich inspiriert. Gaugele befragte Frauen und Männer zu ihren Erinnerungen und Assoziationen mit der Schürze, mit einem Schwerpunkt darauf, wie in den Erzählungen und in Bezug auf ein Kleidungsstück Geschlecht hergestellt wird und Geschlechterverhältnisse deutlich werden. Das theoretische Fundament, auf dem Gaugele aufbaut, nennt sie „textile Geschlechterforschung“ und entfernt sich damit von der Modetheorie. In der europäischen Ethnologie beheimatet, verknüpft Gaugele Geschlechterforschung und die Konstruktion von Geschlechterdifferenz im Umgang mit Objekten. Durch Interviews nähert sie sich einerseits der konkreten Gebrauchspraxis der Schürze, andererseits arbeitet sie symbolische Bedeutungen in der individuellen wie in der kollektiven Erinnerung heraus. Über die Befragung zu und die Auseinandersetzung mit einem Kleidungsstück kann viel über die Lebensrealitäten von Menschen erfahren werden, ebenso über den zeitgeschichtlichen Wandel.

In der jüngeren deutschsprachigen Bekleidungsforschung sind neben Elke Gaugele insbesondere Getrud Lehnert und Barbara Vinken zu nennen. Alle drei beschäftigen sich mit der Praxis des Kleidung-tragens und thematisieren die Vergeschlechtlichung der Mode, ebenso wie die Produktion von Geschlecht durch das Bekleiden.

Barbara Vinken analysiert in ihrem Buch „Angezogen. Das Geheimnis der Mode“ (2013) erfrischend essayistisch und zuweilen polemisch, welcher Logik die Mode folgt. Dabei wird immer wieder die Sichtweise der Mode als „weiblich“ und frivol in Frage gestellt. Des Weiteren definiert Vinken Mode als Cross-Dressing, nicht nur auf Geschlecht bezogen, sondern auch auf soziale Schicht und *Race* (Vinken 1999: 75f; 2013: 11). Dabei verknüpft sie immer wieder historische mit aktueller Mode. So vergleicht sie beispielsweise die Männermode der Renaissance mit aktuellen Überlegungen zu Frauenbeinen im 21.

Jahrhundert (Vinken 2013: 12). Für diese Arbeit besonders interessant sind ihre Überlegungen zu Unisex Mode, die weiter unten ausgeführt werden.

Gertrud Lehnerts Beweggründe Mode zu erforschen sind vielfältig:

Moden sagen viel aus über eine Kultur, ihr Selbstverständnis und ihre Geschichte, über Konzepte von Geschlecht, von Individualität und Privatheit, über ästhetische Vorlieben. Mode macht das kulturell variable Menschenbild anschaulich und auf dem Leib spürbar (Lehnert 2015: 29).

Dabei unterscheidet Lehnert zwischen ‚bloßen‘ Kleidungsstücken und Mode. Ihr zufolge wird Kleidung erst dann zu Mode, wenn ihr einerseits Bedeutung zugeschrieben wird, andererseits Kleidung ‚gelebt‘, genutzt wird. Mode spiegelt nicht nur Identität, sie formt sie auch (Lehnert 2015: 30). Lehnerts Fokus liegt dabei auf dem Schaffen von Bedeutung, das sie im Produktions- und Marketingprozess verortet. Dabei betont sie immer wieder, dass Mode helfen kann, aus binären Geschlechtereinteilungen auszubrechen und Heteronormativität in Frage zu stellen. So arbeitet sie widerständiges Potential bei Designer_innen und Modekollektionen heraus (bspw. Lehnert 2015: 17ff, 24-30). Ein zentrales Konzept ist Lehnerts „Modekörper“: der Modekörper als Summe von Körper und Kleidung steht über dem biologischen Geschlecht und dem Textilien, ist mehr als ihre bloße Kombination. Erst im Modekörper wird die Bedeutung von Kleidungsstücken ersichtlich, indem sie affirmativ oder widersprüchlich eingesetzt werden. Dabei wird das Spielerische der Mode und ihr kreatives Potential betont (Lehnert 2015: 34).

3.2. Kleidung, Körper, Kommunikation

In meinem Verständnis ist Kleidung auch ein Kommunikationsmittel. Viele Dinge können der Kommunikation dienen, so sagt beispielsweise die Wohnungseinrichtung etwas über die darin lebenden Personen aus. Bilder, Porzellanfiguren, Pflanzen oder eine gänzlich kahle Wohnung kommunizieren Vorlieben einer Person oder transportieren ein gewünschtes Selbstbild (Davis 1992: 3). Diese ‚Kommunikation‘ ist jedoch nur einem kleinen Personenkreis zugänglich. Kleidung ist sichtbarer, und sie ist konkreter. Bekleidung als „zweite Haut“ wird zum Teil der Person, unterstreicht oder karikiert Gesagtes, kann mit Erwartungshaltungen und Vorurteilen spielen, beeinflusst und verändert Körperhaltung und Körpersprache. Sie interagiert nicht nur mit ‚außen‘, sondern auch mit dem Körper, der sie trägt. Sie wird zum Teil des „Körpers als

Kommunikationsmedium“ (Hirschauer 2004: 76). Körper stellt (unter anderem) Geschlecht dar, *kommuniziert* dieses. Geschlecht wird „im praktischen Einsatz spezifischer Gesten, Gesichter, Gangarten und Kleidungsstücke“ konstituiert (Hirschauer 2004: 77). Das Wissen um Bekleidung wird gerade in der Negierung von sozial anerkannter Bekleidung sichtbar: Insbesondere Subkulturen nutzen Kleidung, um Abgrenzung nach ‚Außen‘ und Zusammenhalt untereinander zu kommunizieren. Um die Ablehnung von etablierter Politik, Mainstream der auch der Mode vestimentär verdeutlichen zu können, müssen Normen erst erlernt und verinnerlicht sein. West und Zimmerman demonstrieren wie Mode und Identität verknüpft sind und auch die Ablehnung von Heteronormativität oder das Passing als heterosexuell produziert werden:

Thus, lesbians and gay men concerned with passing as heterosexuals can rely on these indicators for camouflage; in contrast, those who would avoid the assumption of heterosexuality may foster ambiguous indicators of their dress, behaviour and style. But „ambiguous“ sex indicators are sex indicators nonetheless. If one wishes to be recognized as a lesbian (or heterosexual woman), one must first establish a categorial status as female (West/ Zimmerman 1987: 145).

Während also Kleidung zweifellos als Kommunikationsmittel wirkt oder wirken kann, ist umstritten, ob Bekleidung als Sprechakt angesehen werden kann. Während einige Wissenschaftler_innen versucht haben Bekleidungspraxis als Sprechakt zu analysieren, spricht doch viel gegen ‚Kleidung als Sprache‘. Die Abwesenheit von Grammatik, die Uneindeutigkeit von Zeichen, der diffuse Sinn und die einseitige Kommunikation sprechen alle gegen die Betrachtung von Bekleidung als Sprechakt (Schmelzer-Ziringer 2015: 65ff).

Dennoch ist der Begriff ‚Kleidersprache‘ metaphorisch zu begreifen, weil einzelne Kleidungsstücke nicht in jeder Situation eine Bedeutung haben, als Zeichen im semiotischen Sinne fungieren (Schmelzer-Ziringer 2015: 65f).

Nicht alle Kleidungsstücke sind sichtbar, wie beispielsweise ein abgelegter Mantel oder die Unterwäsche. Zugleich sind Kleidungsstücke höchst kontextgebunden und Bekleidungscode (bewusst) nicht von allen dekodierbar. Der Sozialpsychologe Michael Argyle zählt sie jedenfalls zu den präsentionalen Codes, die als Teil der Körpersprache gemeinhin durch Lebenserfahrung verständlich werden. Er beschreibt, dass Kleidung bewusst gewählt wird, um Nachrichten zu senden, sich an Situationen anzupassen und um die Meinung anderer über sich selbst zu beeinflussen (Argyle 1990: 333, 336). Schmelzer-Ziringer fasst zusammen:

Zwischenmenschliche (Kleider-)Atmosphären unterstreichen das Verständnis des Gesprochenen und ermöglichen die Erkenntnis über soziale Relationen. Daher fungiert Bekleidung als symbolisches Kommunikationsmedium, das im poststrukturalistischen Sinne keine festzulegende Sprache herausbildet, sondern Spuren hinterlässt, die es zu verfolgen gilt, um die Wertigkeit der medialen Leistung von Kleidung zu bestimmen (Schmelzer-Ziringer 2015: 67).

In Umberto Ecos kurzem Essay zur Jeans („Lumbar Thought“ 1976, in Eco 1986) arbeitet Eco anhand persönlicher Erfahrung heraus, wie das Tragen der Hose die eigenen Bewegungen und sukzessive das eigene Denken beeinflusst. „[I]n imposing an exterior demeanor, clothes are semiotic devices, machines for communicating“ (Eco 1986: 195). Eco schlussfolgert, dass Mode eine eigene Syntax hat, die unsere Wahrnehmung der Welt beeinflusst und spürbar macht. Für Eco ist Mode zwischen Unterdrückung und Befreiung angesiedelt, ein Kampf, den auch der Körper mitmacht (Eco 1986: 195).

So wird der Überlegung von „Kleidung als Kommunikationsmittel“ noch eine weitere Ebene hinzugefügt. Nicht nur Menschen kommunizieren durch Kleidung, auch Bekleidung ‚kommuniziert‘ mit Menschen. Kleidungsstücke ‚sagen‘ (im abstraktesten Sinne), wie Menschen sich zu bewegen haben, wie sie sich hinsetzen können, wo sie sich aufhalten dürfen. Lehnert (2016) spricht in diesem Zusammenhang vom „Modekörper“, ein Konstrukt, das in dem Zusammentreffen von biologischem, nacktem Körper mit Bekleidung entsteht und das „eigenständige Formen hat und eigene Räumlichkeiten, Körpergefühle und Bewegungsformen besitzt bzw. hervorbringt“ (Lehnert 2016: 19).

Dabei ist anzumerken, dass es neben direkten, physischen Auswirkungen von Kleidungsstücken auch normative gibt. So wird bereits kleinen Mädchen beigebracht, wie sie mit Röcken oder Kleidern zu sitzen haben, nicht weil breitbeiniges Sitzen körperlich unmöglich wäre (auch solche Kleider und Röcke gibt es), sondern weil es gesellschaftlich ‚nicht akzeptabel‘ ist, wenn Unterwäsche gezeigt wird. Dieser Punkt wird weiter unten in „Designing Gender“ noch einmal aufgegriffen werden.

3.3. Doing Culture

Unter ‚Doing Culture‘ vereinen sich verschiedene Theoriezugänge, denen gemeinsam ist, Kultur als Praxis zu begreifen.

Doing culture steht als Sammelbegriff für das ‘Dickicht’ der pragmatischen Verwendungsweisen von Kultur: doing gender, doing knowledge, doing identity oder doing ethnicity sind nur einige von zahlreichen Beispielen. Doing Culture sieht Kultur im pragmatischen Vollzug (Hörning/ Reuter 2004: 10).

Doing culture versucht die Trennung zwischen sozial und kulturell aufzulösen, vereint beide Aspekte und denkt diese gemeinsam. Insbesondere ritualisiert und/ oder normalisierte Praxen werden in den Fokus gerückt und analysiert (Hörning/ Reuter 2004: 10ff). Doing Culture begreift Kultur als etwas performatives, etwas, das (re)produziert und nicht nur konsumiert wird.

Auch der Zugang zu Mode hat sich mit den Cultural Studies und dem Konzept von Doing Culture gewandelt. Die Konsumierenden sind nicht (nur) passiv. Jane Schneider beobachtet: „consumers are active agents in the construction of their own histories, even when adopting the very fashions of those they seek to resist” (Schneider 2006: 212). Hier wird auch das Paradox von Nachahmung und Abgrenzung wieder aufgegriffen, Handlungen, die nicht immer bewusst oder reflektiert, aber jedenfalls aktiv getätigt werden.

3.3.1. Doing Gender

Laut Schmelzer-Ziringer wird Kleidung getragen, um ‚auf das andere Geschlecht‘ attraktiver zu wirken, die eigenen Attribute hervorzuheben oder zu kaschieren (Schmelzer-Ziringer 2015: 121, 125). Dieser Aussage entsprechend wäre nicht nur Mode absolut heteronormativ und zweigeschlechtlich, sondern auch die Menschen, die sie tragen. Lehnert problematisiert diese Sichtweise und betont insbesondere, wie sehr sexuelles Begehren implizit als heterosexuelles Begehren gedacht wird und so auch produziert wird (Lehnert 2016: 21-22).

Um sich dieser Annahme entgegenzustellen, soll hier kurz das Konzept ‚Doing Gender‘ vorgestellt werden. 1987 von Candace West und Don Zimmerman geprägt, wird bei Doing Gender Geschlecht als Praxis verstanden, Gender als „a routine accomplishment embedded in everyday interaction” (West/ Zimmerman 1987: 125). Doing Gender war eine Reaktion auf die strikte Trennung von Sex und Gender, also die Trennung von biologischem und sozialem Geschlecht. Zugleich wird darauf aufmerksam gemacht, wie sehr Geschlecht in alltäglicher Interaktion immer wieder neu hergestellt wird. Erst aus dieser (Re-)Produktion von Geschlecht ergeben sich Bevorteilung und Diskriminierung, die jedoch naturalisiert

werden (Gildemeister 2010: 137). Dabei ist es nicht die Bedeutung, die der Einteilung in Mann und Frau logisch folgt, sondern erst die Bedeutung bestimmt die Einteilung (Gildemeister 2010: 137; 2021: 177).

West und Zimmerman schlagen statt der Unterscheidung zwischen Sex und Gender eine dreiteilige Unterscheidung zwischen *sex*, *sex category* und *gender* vor. *Sex* beschreibt dabei die gesellschaftliche Einigung auf biologische Marker, also eine binäre Geschlechtseinteilung aufgrund vor allem von Chromosomen oder Genitalien (die nicht zwingend übereinstimmen müssen). Die damit verbundene Klassifizierung findet typischerweise kurz nach der Geburt oder auch schon vorher statt (Gildemeister 2010: 138).

Sex category wird als Anwendung von *sex* angesehen, beschreibt also die Einteilung in „Mann“ und „Frau“ im alltäglichen Leben und damit einhergehend die Annahme von der *sex category* auf *sex* Rückschlüsse ziehen zu können. Die Kategorisierung von Geschlechtlichkeit beruht auf Alltagswissen, geschieht oft unbewusst und tendenziell binär. *Sex category* beinhaltet Erscheinungsmerkmale wie Haarwuchs, Stimmhöhe oder Körperbau. Diese können, müssen aber nicht mit *sex* übereinstimmen (Gildemeister 2010: 138, 140).

Gender hingegen ist „the activity of managing situated conduct in light of normative conceptions of attitudes and activities appropriate for one’s sex category“ (West/ Zimmerman 1987: 127). *Gender* sind also die Handlungen, die ein Individuum als zu einer *sex category* zugehörig ‚zeigen‘ oder ‚machen‘. Dieses ‚Machen von Geschlecht‘, also *Doing Gender* beschreibt die Herstellung von Zweigeschlechtlichkeit – die nicht natürlich ist, aber genutzt wird, um die Natürlichkeit von Zweigeschlechtlichkeit herzustellen oder zu bestätigen (West/ Zimmerman 1987: 137). Dieses äußert sich insbesondere in normativen und normierten Verhaltensmustern (Gildemeister 2010: 138). In diesem Zusammenhang ist auch Intersexualität zu erwähnen, die die Vorstellung von Binarität transzendiert und ad absurdum führt. Diese Uneindeutigkeit wird deshalb oftmals bereits im Säuglingsalter chirurgisch behoben.

Neben der ‚natürlichen‘ Zweigeschlechtlichkeit wird auch ‚natürliche‘ Heterosexualität bestärkt bzw. als gegeben angenommen. Dies manifestiert sich in Gesten wie Tür aufhalten oder der Erwartung, die Tür geöffnet zu bekommen, in Überlegungen, wer wie öffentlich Sonnenbaden darf, aber auch in gesellschaftlicher Arbeitsteilung (West/ Zimmerman 1987: 135ff). Sowohl Geschlecht als auch Heterosexualität werden so naturalisiert und in

Interaktionen immer wieder hergestellt (Hagemann-White 1993: 70). Judith Butler beschreibt „generative Momente der Geschlechtsidentität [...], die die Identität gemäß den kulturell intelligiblen Rastern einer idealisierten Zwangsheterosexualität hervorbringen“ (Butler 1991: 199). Dabei spricht sie von Verboten und tabuisiertem Verhalten, das die Eindeutigkeit von Geschlecht und der heteronormativen Matrix in Frage stellen würde (Butler 1991: 199). In diesen Kontext führt Butler das Konzept der „Travestie“ an, das eine etwas unglückliche Übersetzung von *drag* und *cross dressing* ist (Butler 1991: 201f; Wissinger 2016: 290f). Butler versteht *drag* als Parodie von Geschlechternormen, die die Konstruktion von Geschlecht und Geschlechteridentität offenbart (Butler 1991: 202f). Daran anschließend beschreibt Hagemann-White Moden als Zeichen der Geschlechterordnung, mit denen bewusst gespielt und kokettiert werden kann (Hagemann-White 1993: 77)

West und Zimmerman beschreiben Kleidung als Teil des *identificatory displays*, das gesellschaftlich vorgegeben wird, um *sex categorization* zu ermöglichen. „[I]n everyday life, categorization is established and sustained by the socially required identificatory displays that proclaim one’s membership in one or the other category“ (West/ Zimmerman 1987: 127). Damit wird die Kleidung äußeren Erscheinungen wie der Stimme oder dem Haarwuchs zugeordnet und von gender displays abgegrenzt. „Gender, in contrast, is the activity of managing situated conduct in light of normative conceptions of attitudes and activities appropriate for one’s sex category. Gender activities emerge from and bolster claims to membership in a sex category“ (West/ Zimmerman 1987: 127). Diese Trennung ist nicht immer ganz eindeutig, man denke an den Einfluss von Bekleidung, die, wie von Eco beschrieben (s.o.), auf Haltungen und Aktivitäten direkten Einfluss ausübt. Doing Gender ermöglicht jedoch Bekleidungsverhalten differenzierter zu sehen, als Schmelzer-Ziringer dies tut.

3.3.2. Designing Gender

Designing Gender bezieht sich darauf, dass nicht erst die Konsumierenden entscheiden, welche Bekleidung als ‚männlich‘ oder ‚weiblich‘ gilt, sondern dass dieser Differenzierungsprozess bereits in den Entwürfen und Materialentscheidungen in der Produktion geschieht. Heike Jenß weist darauf hin, dass Bekleidung auf eine einzigartige Weise Marginalisierung ‚spürbar‘ macht (Jenß 2005: 397). Nicht nur Vergeschlechtlichung ist ihr eingeschrieben, auch die Hierarchien zwischen Designer_innen, Produzent_innen

und Konsument_innen werden vestimentär manifestiert (Schmelzer-Ziringer 2015: 166). Laut Lehnert bewegt sich der Modekörper anders als ein nackter Körper, er hat andere Möglichkeiten, nutzt Raum anders (Lehnert 2013: 52). So beschreibt bereits Simone de Beauvoir: „Unbequeme und kostbare Kleidung werden ihr [dem Mädchen/ der Tochter] angezogen, auf die sie sorgsam achten muß, sie bekommt eine komplizierte Frisur, sie erhält Vorschriften wie sie sich zu benehmen hat“ (Beauvoir 1988: 276).

Welche Möglichkeiten durch Kleidung eröffnet oder verschlossen werden, ist bereits in den Designprozess eingeschrieben und wird in Geschäften mit getrennten Frauen- und Männerabteilungen manifestiert. Insbesondere die Damenmode hat Bekleidung hervorgebracht, die stark die Haltung beeinflusst und Bewegungen verunmöglicht – beispielsweise das Rennen mit Bleistiftrock und Stöckelschuhen. Das Korsett wird als so einengend angesehen, dass der Begriff auch im metaphorischen Sinn genutzt wird. Aber auch in der Herrenmode gibt es Kleidungsstücke, die Bewegung einschränken, wie das Sakko, oder die das allgemeine Wohlbefinden negativ beeinflussen, wie die Krawatte. Natürlich gibt es auch hier Gegen- und Befreiungsbewegungen. Karin Mann beschreibt die Baggyhose als ausufernde, raumeinnehmende Hose, die als Teil der Hip-Hop-Kultur den Wunsch, „nicht übersehen zu werden“, visualisiert (Mann 2004a: 122). Die Baggyhose wurde und wird allerdings vor allem von Männern getragen, parallel dazu ist die Silhouette der Frauenjeans immer schmaler, enger geworden (Mann 2004a: 122). Da stellt sich die Frage, ob auch dies auf Verhalten Einfluss hat – also ob weite Kleidung dazu einlädt, sich Raum zu nehmen und das Tragen enger Kleidung zu ‚platzsparendem‘ Verhalten führt. Frühe Versuche Kleidung bequemer und bewegungsfreundlicher zu gestalten, wie die Reformkleidung des Jugendstils, setzten auch auf weite Kleidung, die wiederum stark gegendert war.

Ausgehend vom 18. Jahrhundert wurden Konfektionsgrößen normiert (Mann 2004a: 122), auch hier binär. Es wird zwischen Frauen- und Männerkonfektionsgrößen unterschieden, die sich jeweils auf die Maße eines (abstrakten und standardisierten) Körpers beziehen. Jeansgrößen wiederum beziehen sich auf die Maße des Kleiderstücks, nicht auf die des Körpers, daher sind sie nicht offensichtlich gegendert. In welchen Maßen und Längen-und-Weiten Kombinationen Jeans angeboten werden, ist jedoch von den produzierenden oder verkaufenden Unternehmen abhängig, hier findet oft wiederum eine Normierung statt. Mann (2004) beobachtete beispielsweise 2003, dass bei H&M in der Damen- und Herrenabteilung die gleichen Jeanslängen angeboten wurden (30, 32, 34 inch), jedoch

unterschiedliche Weiten. Dabei waren die Hosen, die für Frauenkörper gedacht waren, deutlich schmaler (26-32 inch), als die für Männerkörper (29-36 inch) (Mann 2004a: 123). Ein weiterer Unterschied bei Jeans ist die Richtung, in die der *Fly*, also der Hosenschlitz, geöffnet ist bzw. wird. Dieses Phänomen gibt es auch bei Hemden und Blusen oder anderer Oberbekleidung. Männerkleidung wird meistens rechts verschlossen; der Hosenschlitz, unabhängig davon, ob er eine Knopfleiste oder Reißverschluss verdeckt, ebenso. Bei Frauenkleidung ist es andersrum; dort ist alles nach links ausgerichtet. Dafür gibt es zwei häufig genannte Erklärungen. Die eine Erklärung ist, dass Männer meistens Rechtshänder sind, und um schnell zu Degen oder Schwert greifen zu können, seien Knopfleisten so konzipiert worden, dass sie dem nicht im Wege stünden. Die Frauenkleidung sei nach links orientiert, da Damen angekleidet wurden, und sich Dienerinnen oder Zofen so leichter getan hätten. Das führt zu den Fragen, wie viele Menschen tatsächlich ständig Waffen mit sich trugen oder Untergebene hatten, die sie anzogen. Es ist anzunehmen, dass in den Zeiten, in denen Männer Degen trugen und Frauen Zofen hatten (auch diese waren Frauen, von wem wurden sie eingekleidet?), es noch keine industrialisierte Massenproduktion gab oder zumindest die beschriebenen Schichten Maßkleidung trugen. Warum also die Festlegung auf eine Richtung? Weil die französische Modeproduktion lange die westlichen Trends bestimmt hat, wird ein Blick nach Frankreich geworfen. Im 18. Jahrhundert gab es in Folge der französischen Revolution ein starkes Bedürfnis Mode wieder stärker zu vergeschlechtlichen (Vinken 2005: 12).

Die Frage bleibt, warum diese Moderegeln nicht nur auf Knopfleisten, sondern auch bei Reißverschlüssen Anwendung fand und weiterhin (zumindest Ende der 2000er Jahre) noch in Modeschulen gelehrt wird. Sollte es eine tatsächlich historische Notwendigkeit gewesen sein, unterschiedliche Verschlüsse zu haben, so ist der einzige Grund, an der Rechts-Links Regel bis heute festzuhalten, das Markieren von Geschlecht. Und es ist ein Festhalten an Kleidungskonventionen, die weiterhin geschlechtertypisch kodiert sind und dekodiert werden. Sie teilen der Trägerin oder dem Träger mit, ob diese sich gerade geschlechterkonform verhalten. Hier möchte ich an die Konzepte von *Designing Gender* und *Doing Gender* erinnern. Den Kleidungsstücken wird bereits im Designprozess eine geschlechtliche Binarität eingeschrieben.

Lehnert (2016) sieht die Trennung in Damen- und Herrenmode als (mode)systeminhärent an. Erst das Modesystem – Lehnert klammert hier Konsument_innen explizit aus – sorgt dafür, dass Kleidung Bedeutung beigemessen wird und sie zur Mode wird. Dafür „bringt

[es] in der Konsumkultur notwendig Normierungen hervor, die Lebensstile und soziale Distinktion erzeugen und immer gendern – und zwar eindeutig heteronormativ gendern (Lehnert 2016: 21f).

Dass die Trennung in Damen- und Herrenmode keiner biologischen Notwendigkeit folgt, wird besonders deutlich in den Kinderabteilungen. Geschlechterdifferenz bei prä-pubertären Körpern ist marginal, Kleinkinderkörper in Windeln sind geschlechtlich nicht markiert. Nichtsdestotrotz wird von Modedesigner_innen, Einkäufer_innen und der Werbung Kleidung in Mädchen und Buben getrennt, in Rosa und Hellblau, in Prinzessinnen und Superhelden. Dem Gender Marketing können sich Eltern kaum entziehen, nicht nur bei Bekleidung, auch bei Malbüchern, Tütensuppen oder Schaumbad. Die in den letzten Jahren immer wieder beworbenen Unisex-Kleiderlabel und Kollektionen für Kinder richten sich vorrangig an Mittel- und Oberschichteltern, für viele Menschen sind diese schlicht unbezahlbar.

Paoletti und Kidwell merken an, dass die Modeindustrie nicht nur Geschlechtervorstellungen propagiert, sondern manchmal auch interveniert, wenn Mode ‚geschlechteruntypisch‘ adaptiert wird.

Consider the time required for women to adopt trousers for everyday dress. In the process new feminine forms of trousers appeared, as if to mitigate the extent to which a potent male symbol was being usurped (Paoletti/ Kidwell 2007: 133).

Somit werden solche kurzen Phasen der modischen Gleichberechtigung schnell vereinnahmt, kommerzialisiert und wiederum vergeschlechtlicht. Dabei ist anzumerken, dass Designer_innen Mode nicht nur vorgeben, sondern gesellschaftliche Werte und damit auch Geschlechterrollen in der Mode abbilden (Paoletti/ Kidwell 2007: 134). Paoletti und Kidwell schlussfolgern, dass Moden Indikatoren für gesellschaftliches Miteinander sind, und dass derzeitige Modetrends darauf hinweisen, dass es bis zur Gleichstellung der Geschlechter noch lange dauern wird (Paoletti/ Kidwell 2007: 135).

Zusätzlich wurden und werden der Mode immer wieder durch gesetzliche oder regulative Vorgaben Grenzen gesetzt. Arbeitskleidung, Schuluniformen oder auch Ge- und Verbote bestimm(t)en, welche Kleidung genutzt und somit auch angeboten wurde bzw. wird. So wurden Farben oder Materialien genutzt, um Status zu markieren oder Menschen wurden gezwungen bestimmte Kleidung zu tragen, um ihren Status oder ihre Position sichtbar zu machen (so beispielsweise Prostituierte, Sklav_innen, Leibeigene oder

Gefängnisinsass_innen). Dabei lag der Schwerpunkt vor allem auf einer kollektiven Identität, geprägt durch Status, Finanzkraft und Okkupation (Vinken 1999: 75).

3.3.3. Androgyn, Unisex, Queer?

Trotz einer starken Fokussierung in der Modebranche auf vergeschlechtlichte Mode, werden immer wieder androgyne, Unisex oder queere Mode als der ‚letzte Schrei‘ heraufbeschworen. Unisex beschreibt Kleidung, die bewusst die Grenzen zwischen Geschlechtern aufbricht und in Frage stellt. Es ist Kleidung, die geschlechtliche Konnotationen zu vermeiden versucht. Androgyn hingegen – schon die Wortschöpfung ist eine Kombination von Mann (griechisch andros) und Frau (griechisch gyne) – wird in der Mode als Kleidungsstil mit ‚maskulinen‘ und ‚femininen‘ Elementen gedeutet. Das kann entweder in der Kombination des Outfits passieren, beispielsweise eine Blue Jeans kombiniert mit High Heels oder Seidenbluse, oder innerhalb eines einzelnen Kleidungsstück, wie ein ‚maskulines‘ Hemd mit ‚femininen‘ Mustern oder Farbgebung. Gleichzeitig werden die Begriffe androgyn und Unisex oft synonym verwendet oder nur unscharf voneinander abgegrenzt (Vinken 2013: 31).

Der Begriff Unisex wird insbesondere in Bezug auf die 1960er und 1970er Jahre genutzt, in denen das, was vorher als unumstößlich ‚maskulin‘ oder ‚feminin‘ angesehen und geschlechtlich zugeordnet wurde, in Frage gestellt wurde. Männer ließen sich Haare lang wachsen, Frauen trugen Hosen (Paoletti 2015: 18). Die Mode wurde ‚unisex‘.

By the 1970s, parents involve in the ‚nonsexist‘ child-rearing movement pressed manufacturers for children’s clothes they considered gender-free. Interestingly, the resulting pants were only ‚gender-free‘ in the sense, that they incorporated styles, colors and trims currently acceptable for boys, eliminating any ‚feminine‘ adornment such as the color pink or ruffles. (Callahan/ Paoletti 2007: 128)

Schon früh wurde deutlich, dass die angebliche Unisex-Mode nicht geschlechtsneutral war. So konnte die Bekleidung zwar von allen Geschlechtern getragen werden, stellte aber für Männer keine Innovation dar. Denn während Frauen Hosen, Anzug, Hemd tragen können, werden Röcke und Kleider bei Männern immer noch kritisch beäugt. So überlegt Vinken: „Wenn sich Frauen wie Männer anziehen, ziehen sich dann beide gleich an? Oder ist es etwas anderes, ob ein Mann oder eine Frau eine Hose, einen Businessanzug trägt?“ Unisex

würde dann ja lediglich heißen, „dass Frauen sich endlich wie Männer anziehen“ (Vinken 2013: 32f).

Laut Vinken kann das Konzept „Unisex“ nicht funktionieren, nicht innerhalb der Mode, und die Mode lässt Unisex nicht funktionieren (Vinken 2013: 33). Denn, „[w]ährend der Männerkörper in der Mode der Moderne seine Geschlechtlichkeit unmarkiert lässt, geht es in der weiblichen Mode ausschließlich um die Markierung von Geschlechtlichkeit“ (Vinken 2013: 36). Gleichzeitig betont Vinken, dass die unmarkierte Männlichkeit im Vergleich zu der markierten Weiblichkeit erst eine Erfindung der Moderne ist (Vinken 2013: 15). Ob Vinkens Beobachtungen zutreffend sind, sei dahingestellt, dass Unisex-Mode ihr Versprechen der Neutralität nicht halten kann, wird jedoch deutlich.

Queer ist ein neuerer Begriff und findet seltener in Bezug auf Mode Verwendung. Manchmal wird er als weiteres Synonym für das Phänomen androgyne oder Unisex Mode verwendet, meistens wird er jedoch in deutlich politischeren Kontexten genutzt. Lehnert (2013) sieht queere Mode als Ablehnung von Normen, nicht nur geschlechtlicher. Queere Mode grenzt ans Groteske, nicht nur Geschlecht und Sexualität wird in Frage gestellt oder bewusst überzeichnet, auch die Frage danach, was als schön und was als hässlich gilt, wird gestellt. Mode und Queerness verbindet, dass beide nicht fixiert sind, dass Identität genauso wie Mode im Wandel begriffen ist (Lehnert 2013: 17, 19, 21). Dabei betont Lehnert insbesondere „das Gleiten der Bedeutungen [...], oder sogar noch eher das Gleiten der Möglichkeiten“ (Lehnert 2016: 21), das sie als konstituierend für Queerness und auch für Mode ansieht. Dabei entsteht Queerness in der Praxis des Kleidungstragens. Hier liegt der Unterschied zu androgyner oder Unisex Mode: während androgyne Mode sich in das Modesystem einpasst bzw. von ihm (mit)entwickelt wird, rebelliert queere Mode gegen die strikten vestimentären Normen. Laut Lehnert wird Queerness in der Regel bewusst eingesetzt. Auftreten und Inszenierung werden gezielt genutzt, um zu irritieren und die eigene queere Identität zu verdeutlichen. Queerness wird allerdings auch von außen interpretiert, so wie Lehnert anhand ihrer Interpretationen der Kollektionen der Modedesigner Alexander McQueen und Leigh Bowery demonstriert. Dabei ist es immer das Spiel mit Normen und der Bruch derselben, der in Lehnerts Augen queere Mode konstituiert (Lehnert 2016: 21). So schreibt sie zu Bowery:

Er präsentierte sich selbst als Kunstwerk und inszeniert mit unerhörter Konsequenz in immer neuen Kostümen und Verkleidungen eine provokante Uneindeutigkeit von Geschlecht, Identität, Sexualität, Schönheit und Hässlichkeit. [...] Diese künstlerische

Praxis kann man durchaus als Analogie zu dem von Teresa de Lauretis, Sue-Ellen Case, Judith Butler und anderen Gendertheoretikerinnen zur gleichen Zeit theoretisch entwickelten Konzept von Queerness verstehen (Lehnert 2016: 17).

Im Kontext dieser Arbeit fällt es mir schwer, den Begriff queer zu nutzen. Der Fokus der Interviews liegt in einer Zeit, in der es noch keine Queer-Theory gab und ‚queer‘ überwiegend ein Schimpfwort im englischsprachigen Raum war. Obwohl ‚queer‘ seitdem eine Resignifizierung erlebt hat, ist es doch ein Begriff, der hauptsächlich der Selbstermächtigung dienen sollte, und mir als Fremdbezeichnung ungeeignet scheint. Zudem ist Queerness in meinem Verständnis explizit politisch, so dass nicht jede widerständige Bekleidungspraxis als queer bezeichnet werden kann.

4. Methodisches Vorgehen

Die zentrale Forschungsfrage lautet, welche Bedeutung die Jeans für Frauen, die zwischen 1958 und 1968 geboren sind, in ihrer Jugend hatte und wie sich diese im Laufe des Lebens geändert hat. Ein Schwerpunkt der Interviews war dabei, welche Assoziationen die Jeans hervorruft, und welchen Stellenwert die Jeans in den persönlichen (Bekleidungs-)Biografien von Frauen einnimmt. Um sich dieser Fragestellung zu nähern, boten sich Interviews an, nachdem Erfahrungsberichte von Frauen in der Literatur rar sind und die Generation selten im Fokus von Bekleidungsforschung steht. Auch im Sinne der feministischen Theorie, war es mir wichtig, Frauen als Expertinnen ihres eigenen Lebens zu Wort kommen zu lassen. Insbesondere kann anhand von biografischen Erzählungen nachvollzogen werden, wie sich gesellschaftliche Geschlechterverhältnisse auf Einzelne auswirken, gleichzeitig reproduziert die Nacherzählung von Lebensgeschichte auch Geschlechterverhältnisse (Dausien 2004: 319).

Verschiedene Interviewformen wären möglich gewesen, wie beispielsweise narrative Interviews oder Fokusgruppeninterviews. Schlussendlich ist aber die Entscheidung auf das Problemzentrierte Interview nach Andreas Witzel und Herwig Reiter (2012) gefallen. Ich habe das Problemzentrierte Interview gewählt, da es sowohl freies Erzählen zulässt als auch ermöglicht, den Fokus auf ein bestimmtes ‚Problem‘ zu lenken und so das Interview immer wieder darauf zurückzuführen und dazu gezielte Fragen zu stellen. Für die Auswertung der Interviews habe ich mich für die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring entschieden, diese jedoch für meine Studie adaptiert. Zum einen habe ich einen deutlichen Fokus auf die

qualitative Auswertung im Vergleich zur quantitativen Auswertung gelegt. Zudem habe ich die Analyse computergestützt mit dem Programm ATLAS.ti vorgenommen. Dieses wird auch von Mayring explizit erwähnt (Mayring 2015: 217). Er thematisiert jedoch nicht die Möglichkeit, die etwa bei ATLAS.ti gegeben ist, Netzwerke zu bilden. Diese habe ich stark genutzt, um Kategorien zu bilden.

4.1. Das Problemzentrierte Interview

Das Problemzentrierte Interview (PZI) nach Witzel und Reiter (2012) gehört zu den halb-offenen Interviewverfahren, in Abgrenzung auf der einen Seite zu narrativen oder biografischen Interviews, auf der anderen Seite zu standardisierten Interviews. Das PZI nimmt einen Zwischenplatz ein, da einerseits freies Erzählen erwünscht ist und auch angeregt wird, dabei jedoch zugleich eine Fokussierung auf eine spezifische Problemstellung ermöglicht wird. Anzumerken ist, dass sich „Problem“ nicht auf eine problematische Thematik bezieht, sondern auf das Forschungs-Problem, die Forschungsfrage. Daher wird es auch themenzentriertes oder thematisches Interview genannt (Langenbacher-König 2020). Das PZI ist theoriegeleitet und in der qualitativen Forschung beheimatet.

Für die Durchführung des PZI wird ein Leitfaden entwickelt, der möglichst offene Fragestellungen beinhaltet, deren Reihenfolge nicht fixiert ist. Laut Witzel (2000) gliedern sich die Interviews in 4 Stadien: in die Gesprächseröffnung, die allgemeine Sondierung, die spezifische Sondierung und Ad-Hoc-Fragen (Witzel 2000: Absatz 11). Die Gesprächseröffnung ist selbsterklärend, die allgemeine Sondierung beschreibt das freie Erzählen der Gesprächspartner_innen mit Zwischenfragen, die das Erzählen anregen und dabei helfen, Themengebiete zu vertiefen. Die spezifische Sondierung ermöglicht das Erzählte einzuordnen, zu verdeutlichen und zu konkretisieren. Der Begriff ‚Ad-Hoc-Fragen‘ ist etwas irreführend, denn er bezeichnet jene Fragen, die im Leitfragebogen vorgesehen sind, im Gesprächsverlauf jedoch nicht oder nur unzureichend beantwortet wurden (Witzel 2000: Abs. 13-16).

Entsprechend entwickelte ich einen Leitfaden zum Themenkomplex „biografische Erfahrungen mit Jeans“. Der Interviewleitfaden bestand aus 15 Fragen, die in die drei Themenkomplexe gegliedert wurden: *Frühe, individuelle Erfahrungen/ Erinnerungen*, *Umfeld und Gesellschaftliche Normen* und *Weitere Jeansbiografie*. Der erste

Fragenkomplex sollte sich vor allem der Fragestellung nach der Verbreitung der Jeans und der Aneignung durch die Befragten nähern, der letzte vor allem die weiteren Entwicklungen in der biographischen Bedeutung von Jeans aufzeigen. *Umfeld und gesellschaftliche Normen* beinhaltet Fragen danach, wie die Frauen die Rezeption von außen wahrgenommen haben.

Als Gesprächseröffnung wählte ich anfänglich die Frage: „Kannst du dich an deine erste Jeans erinnern?“ Schnell wurde aber klar, dass diese Frage ungeeignet ist, ein umfassenderes Erzählen anzuregen, da sie mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden kann. Daher wurde die Eröffnungsfrage in „Kannst du mir von deiner ersten Jeans erzählen?“ geändert. Eine Definition von Jeans wurde von mir nicht vorgegeben, sondern von den Frauen selber vorgenommen. Manche Frauen definierten beispielsweise die Schnürsamthose, also eine Cordhose mit Jeans-ähnlichem Schnitt, als Jeans, andere ausschließlich Hosen aus Denim, dazu mehr in den Ergebnissen.

In den Interviews wurde ein möglichst freies Erzählen angeregt und damit auch Erzählsprünge zugelassen. Das entspricht der Phase der allgemeinen Sondierung. Die Interviewpartnerinnen erzählten mir von ihren ersten Jeans, ihren ersten Erfahrungen mit der Jeans und den Assoziationen, die diese bei ihnen auslöst. In dieser Phase habe ich Zwischenfragen gestellt, um detaillierteres Erzählen anzuregen. In der Phase der spezifischen Sondierung wurde Gesagtes von mir noch einmal zusammengefasst, also zurückgespiegelt, um Verständnisfehler zu vermeiden sowie Erzählungen zeitlich einzuordnen und weiteres Erinnern anzuregen. Dabei flossen immer wieder die Fragen des Interviewleitfadens ein, wenn diese gerade zum Gesprächsthema passten, die sogenannten Ad-Hoc-Fragen. Dabei ist anzumerken, dass die Phasen der spezifischen und der allgemeinen Sondierung zeitlich nicht separiert, sondern miteinander verwoben waren und ineinanderflossen. Dies ist auch von Witzel und Reiter so vorgesehen, die 2021 nochmal explizit ausführen, dass „die Durchführung von problemzentrierten Interviews in einem Wechselspiel aus Fragen, aktivem Zuhören, Nachfragen und aktivem Verstehen“ besteht (Witzel/ Reiter 2021: 2).

Zusätzlich habe ich konkret Themenkomplexe angesprochen und Fragen des Interviewleitfadens gestellt, die im Gesprächsverlauf noch nicht beantwortet worden waren. Abschließend habe ich schriftlich demografische Daten erhoben.

4.2. Stichprobe

Die Erhebung der Daten hat im Februar, März und Juli 2019 stattgefunden. Die Interviews wurden alle in Wien geführt, wobei eine Person nie in Wien gelebt hat, zwei Personen sowohl in Wien geboren als auch aufgewachsen sind und die anderen Interviewten aus dem Wiener Umfeld (Niederösterreich) kommen oder zum Studium nach Wien gezogen und dortgeblieben sind.

Die Befragungen fanden in Caféhäusern und in den Privatwohnungen/-häusern der Befragten statt, ein Interview wurde in einer Rehaklinik geführt. Insgesamt habe ich Einzelinterviews mit sieben Frauen geführt, die Interviews dauerten zwischen 27 und 47 min, in Summe 4h 18min. Der Kontakt zu den Interviewpartnerinnen kam vereinzelt über Bekanntschaften wie Kolleginnen oder Verwandte von Freund_innen zustande, in der Mehrzahl allerdings über Social Media. Dafür habe ich in der Facebook Gruppe „Share & Care Wien“ folgenden Aufruf gepostet:

Gesucht: Interviewpartnerinnen im Alter von 60-70 Jahren

Hallo!

Ich bin Studentin an der Uni Wien und suche für meine Masterarbeit Frauen im Alter von 60 - 70 Jahren, die Lust hätten sich zum Thema "Jeans" interviewen zu lassen! Wichtig wäre, dass ihr einen Teil eurer Kindheit und die Pubertät in Österreich verbracht habt. Das Interview dauert ca. 45 Minuten. Wir können uns gerne in einem Café treffen, oder ich komme zu euch nach Hause. Ihr würdet mir sehr weiterhelfen & ich freue mich euch kennenzulernen 😊

Liebe Grüße,

Johanna

Die Gruppe „Share & Care Wien“ habe ich gewählt, da der Wienbezug die Möglichkeit persönlicher Interviews garantiert hat, zudem kam mir die Gruppe in Bezug auf Herkunft und sozioökonomischen Status der Mitglieder heterogen vor.

Die Mehrzahl der Interviewpartnerinnen hat sich also selbständig auf Facebook zum Interview gemeldet. Um sich als Interviewpartnerinnen zu qualifizieren gab es drei Bedingungen: weiblich (selbstdefiniert), geboren zwischen 1958 und 1968, spätestens seit

der späteren Kindheit in Österreich lebend beziehungsweise die Pubertät in Österreich verbracht.

Es hat sich eine relativ homogene Gruppe ergeben. Die Interviewpartnerinnen hatten zwar beruflich unterschiedliche Hintergründe, waren aber alle berufstätig, haben alle eine Ausbildung oder ein Studium absolviert und waren cis und *weiß*, in Österreich geboren und besitzen die österreichische Staatsbürgerschaft. Auch in den Erzählungen spiegelt sich das wider, da die verschiedenen Erinnerungen der befragten Frauen nicht nur kaum Widersprüche aufweisen, sondern sich des Weiteren plausibel ergänzen oder sogar decken.

Alle Interviewpartnerinnen haben freiwillig teilgenommen, es wurde im Vorhinein keine Entlohnung oder Gegenleistung vereinbart. Ich habe jedoch bei den Interviews in den Kaffeehäusern in der Regel die Rechnung übernommen. Wenn ich in die Privatwohnungen oder Häuser der Interviewten eingeladen wurde, gab es als Dankeschön nach dem Interview eine Tafel Schokolade.

Die Interviewpartnerinnen wurden vorab ausführlich darüber informiert, dass sie das Interview jederzeit abbrechen können, dass sie Passagen streichen lassen oder das Interview komplett zurückziehen können. Zusätzlich habe ich ihnen die Möglichkeit gegeben, die Transkripte der Interviews durchzulesen, bevor ich sie für meine Arbeit verwendet habe. Ebenso wurde die Anonymisierung besprochen. Auch diese Aspekte sehen Witzel und Reiter als integralen Teil des PZI an (Witzel/ Reiter 2021: 2).

Bereits im Vorhinein wurden alle Interviewpartnerinnen darüber informiert, dass das Thema „die Jeans“ sein würde, und dass es dabei um ihre persönlichen Erfahrungen ginge. Sonst gab es vorab wenig weitere Informationen zu meinem Forschungsinteresse. Trotzdem erwähnten viele Frauen, dass sie sich seit der ersten Kontaktaufnahme bereits Gedanken über die Jeans und ihre Erfahrungen damit gemacht hatten. Zu Beginn des Interviews wurde dann mein Forschungsinteresse genauer erläutert, insbesondere auch meine Studienrichtung erklärt und die Forschungsaspekte Gender bzw. Geschlechter- und Textilforschung angesprochen.

Die Interviews habe ich anfangs parallel sowohl mit Diktiergerät als auch der Diktiergerätfunktion des Smartphones aufgezeichnet, um ein technisches Versagen auszuschließen, später nur mehr mit dem Smartphone, und in Folge transkribiert. Die Gesamtseitenzahl der Transkripte entspricht 118 Normseiten. Dabei wurden Wörter zumeist vom Dialekt ins Hochdeutsche übertragen. Im Dialekt wurde dann transkribiert,

wenn sonst eine (grobe) Bedeutungsverschiebung stattgefunden hätte, die Grammatik dialektal war (und somit im Hochdeutschen ‚falsch‘ gewesen wäre) oder Begriffe besonders betont oder mehrfach wiederholt wurden. Neben dem wörtlichen Transkribieren wurden Anmerkungen in eckigen Klammern im Dokument gemacht, wenn beispielsweise etwas unverständlich war, gelacht wurde oder die Bedeutung des Gesagten nur in Zusammenhang mit der Betonung verständlich wurde (also sonst eine Bedeutungsänderung stattgefunden hätte). Dabei fanden folgende Regeln Anwendung:

Die Transkripte werden wörtlich und vollständig transkribiert (mit nachfolgenden Ausnahmen):

- Transkription ins Schriftdeutsch, außer die Grammatik muss dadurch umgestellt werden oder die Interviewpartnerin hat gerade auffällig in den Dialekt gewechselt
- Fülllaute wurden nicht transkribiert, mit Ausnahme von solchen, die Bedeutungsträger sind, beispielsweise Zustimmung oder Ablehnung ausdrücken, ebenso Lachen. Dies wurden transkribiert und durch die Bedeutung/ Interpretation in eckigen Klammern ergänzt.
- Auffällig lange Pause im Gespräch wurden mit (--) markiert.

Die ursprünglich für die Interviewpartnerinnen gewählte Nummerierung wurde später durch frei gewählte Namen ersetzt, da sich die Zahlen für den Schreib- und Lesefluss als hinderlich erwiesen haben. Bei der Wahl der Pseudonyme habe ich darauf geachtet, welche Namen in den Geburtsjahren gängig waren. Vermieden habe ich Namen, die den ursprünglichen zu ähnlich waren oder für mich persönlich starke Konnotationen aufweisen. Gleichwohl sollten die Pseudonyme gewisse Anknüpfungspunkte zu den realen Namen aufweisen, etwa im Hinblick auf ‚modernere‘ oder ‚altmodischere‘ Namen, eher weltliche oder religiös konnotierte. Die Interviewpartnerinnen werden im Anschluss an dieses Kapitel vorgestellt.

4.3. Datenauswertung

Bei der Auswertung habe ich mich an der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring orientiert. Mayring fixiert sechs Punkte, die definierend für die qualitative Inhaltsanalyse sind. Demnach will die Inhaltsanalyse laut Mayring:

- Kommunikation analysieren.
- fixierte Kommunikation analysieren.
- systematisch vorgehen.

- also regelgeleitet vorgehen.
- auch theoriegeleitet vorgehen.
- das Ziel verfolgen, Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen (Mayring 2015: 13).

Die ersten beiden Punkte betreffen das Analysematerial: Bei der Inhaltsanalyse wird Kommunikation analysiert. So wird oft, wie in meinem Fall, gesprochene Sprache herangezogen, aber auch andere Mittel der Kommunikation, wie Schrift, Fotografien, Zeichnungen oder Musik können Forschungsgegenstand sein. Diese Kommunikation muss fixiert sein (Mayring 2015: 12). In meinem Fall habe ich, wie oben ausgeführt, Interviews geleitet, diese aufgenommen und in ihrer Gänze verschriftlicht. Die verschriftlichten Interviews bilden das Material, es wurden keine Einschränkungen vorgenommen, wie beispielsweise die Auswahl nur gewisser Passagen als Analyseeinheiten, und das Material wurde auch nicht durch weitere Dokumente oder Transkripte ergänzt.

Die nächsten Punkte betreffen das konkrete Forschungsvorgehen. Das Material wird nicht frei, sondern systematisch analysiert. Dafür werden Regeln fixiert, die einerseits das Handwerk bilden, um das Material auszuwerten, andererseits das Vorgehen nachvollziehbar machen. Mayring stellt dabei drei Grundformen des Interpretierens vor, Strukturierung, Explikation und Zusammenfassung (Mayring 2015: 67). Die Strukturierung wird genutzt, um das Material auf vorab definierte Kategorien zu prüfen. Explikation bedeutet, ausgewählte Passagen des Analysematerials herauszugreifen und diese durch Hinzuziehung ergänzenden Materials zu erweitern, um Textteile besser zu verstehen. Bei der Zusammenfassung werden größere Textmengen so aufbereitet, dass sie übersichtlich sind und trotzdem den Sinn weitertragen. Diese drei Grundformen entsprechen laut Mayring unserem Alltagsverständnis davon, wie man sich sprachlich Unbekanntem nähert (Mayring 2015: 67). Dabei ist zu betonen, dass diese Formen der Analyse sowohl isoliert als auch verknüpft verwendet werden können (Mayring 2015: 68).

Ein weiterer wichtiger Aspekt laut Mayring ist die Theoriegeleitetheit, die aussagt, dass das Material in Bezug auf eine gewisse Fragestellung untersucht wird und in einen weiteren theoretischen Kontext gestellt wird (Mayring 2015: 13). So ist der Blick auf das Material vom Kenntnisstand des Gegenstands geprägt. In diesem Fall habe ich also bereits vor der Analyse die Literaturrecherche durchgeführt und hatte auch bereits den Theorieteil geschrieben. Ich habe nicht unbekanntes Gebiet betreten, sondern Texte analysiert mit deren thematischer Ausrichtung ich mich bereits gründlich auseinandergesetzt habe. Diese theoretische Fundierung spiegelt sich insbesondere im Fragebogen sowie in den deduktiven

Kategorien wider, aber natürlich auch in der Interpretation der induktiven Kategorien in Bezug auf Jeans, Geschlecht und vestimentäre Forschung.

In dieser Arbeit wurde eine Mischform aus den von Mayring vorgestellten Grundformen des Interpretierens genutzt. Dabei hat insbesondere der erste Teil meines Fragenkataloges zu frühen, individuellen Erfahrungen und Erinnerungen dazu eingeladen, den Text anhand deduktiver Kategorien inhaltlich zu strukturieren. Deduktive Kategorien sind solche, die im Vorhinein theoriegebunden definiert werden (Mayring 2015: 68, 85). So wurden kurz die Erfahrungen der jeweiligen Interviewpartnerin vorgestellt, um dann Interviewpassagen zu spezifischen Kontexten, die bereits im Fragebogen genannt wurden, zuzuordnen. Beispielsweise sind, vom Vorwissen gestützt, die Fragen „In welchen Kontexten hast du Jeans getragen? In welchen Kontexten war sie undenkbar?“ und „Gab es in deinem Umfeld Reaktionen auf deine Jeans?“ gebildet worden und damit verknüpft die Kategorien „Jeans im Schulkontext“ und „Reaktion von Eltern“. Deduktive Kategorien haben sich insbesondere im Zusammenhang mit dem ersten Teil des Fragenkataloges bewährt, sie sollten dazu dienen, eine „Geschichte der Jeans“ nachzeichnen zu können. Weitere Kategorien waren „erste Jeans“ „erste Hose“, „Definition Jeans“ oder auch „Jeansmarken“ und „Jeansmodelle“. Im Bereich Gender und Vergeschlechtlichung von Mode habe ich ebenfalls deduktive Kategorien genutzt, wie beispielsweise „Definition Weiblichkeit“, „Definition Männlichkeit“ oder „Unisex“.

Diese deduktiven Kategorien wurden durch induktive Kategorien ergänzt. Induktive Kategorien sind solche, die nicht aus der Theorie, sondern direkt aus dem Material gebildet werden (Mayring 2015: 68, 85). Die induktive Kategorienbildung lässt Raum für Überraschendes, für Themenbereiche, die in der Literatur kaum oder gar nicht besprochen werden und auch in meinem Fragebogen nicht genannt wurden. Die induktiven Kategorien können theorienbildend genutzt werden. Als Beispiel wäre der Themenkomplex „Do it Yourself (DIY)“ zu nennen, unter dem unterschiedliche handwerkliche Tätigkeiten, wie nähen, stricken, und textile Verzierungen, subsumiert wurden. Diese Tätigkeiten werden in der Literatur im Zusammenhang mit der Jeans wenig angesprochen, in den Interviews waren sie jedoch regelmäßig Thema. Ein weiteres Beispiel betrifft Antworten zum Bereich „Schutz vor sexuellen Übergriffen“, die für mich besonders überraschend waren. So haben mehrere Interviewpartnerinnen den Schutz vor Blicken oder Berührungen als Merkmal der Jeans im Vergleich zu Rock oder Kleid angeführt.

Insgesamt habe ich die Auswertung der Interviews computergestützt mit dem Programm ATLAS.ti vorgenommen. Dabei wurden alle Transkripte in das Programm hochgeladen, wobei jedes einzelne Interview einen eigenen Reiter bildet. In Folge habe ich das erste Interview durchgelesen und darin auffällige Textstellen markiert. Solche Passagen können zwischen wenigen Worten bis zu einem Absatz lang sein. Diese Textstellen wurden markiert und mit Codes bzw. Kategorien versehen. Wie oben erwähnt waren ein Teil deduktive Kategorien, ergänzt durch induktive Kategorien, wobei ich bei den induktiven Kategorien sicher freier vorgegangen bin als Mayring dies vorsieht und in Richtung offenes Kodieren gearbeitet habe. Dieses Verfahren habe ich dann mit den weiteren Interviews wiederholt und dabei auf die bereits bestehenden Codes zurückgegriffen, jedoch auch fortlaufend neue definiert. Als nächstes habe ich die Codes vereinheitlicht – beispielsweise Synonyme zu einem Code zusammengeführt. In einem zweiten Durchlauf wurden alle Transkripte auf die bestehenden Codes geprüft.

Es hat sich eine Vielzahl induktiver Codes ergeben. Während einige eigene Kategorien gebildet haben, habe ich andere wiederum mithilfe von ATLAS.ti zu Netzwerken verknüpft, die Zusammenhänge visualisieren. Dabei habe ich die vom Programm vordefinierten Verknüpfungen genutzt.

- A contradicts B
- A is a B
- A is associated with B
- A is cause of B
- A is part of B
- A is property of B

Diese Verknüpfungen haben es ermöglicht, dass feingliedrige Codes bestehen bleiben, jedoch Zusammenhänge sichtbar werden. Als Beispiel hier (Abb. 1) eine Visualisierung des Netzwerks „Familie“, wobei einige Verknüpfungen zugunsten der Übersichtlichkeit weggelassen wurden.

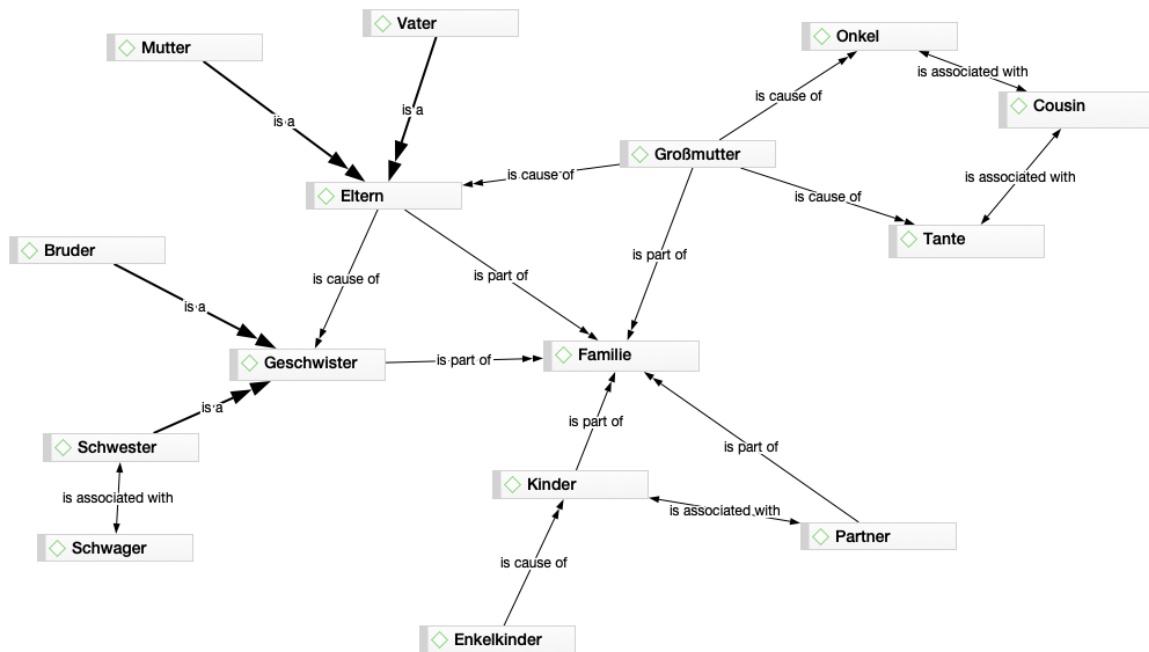


Abbildung 1 Netzwerk „Familie“, eine Visualisierung der Beziehungen verschiedener Familienmitglieder

Diese Netzwerke können beliebig erweitert werden, indem benachbarte Codes angezeigt und verknüpft werden. Aus diesen Netzwerken entstanden dann Kategorien, die die Grundlagen für verschiedene Kapitel gebildet haben. Hier als Beispiel das Netzwerk „DIY“, das die Grundlage für das Kapitel „damit ich wieder passende Flicker hab‘ für die nächste Hose – Handarbeit und Nachhaltigkeit“ bildet.

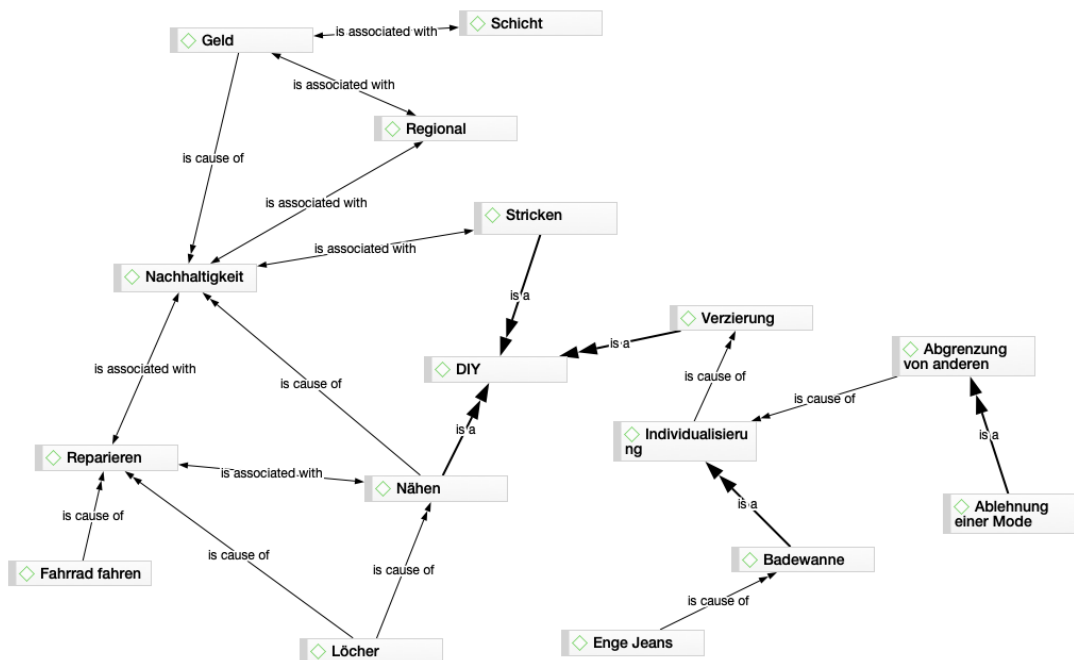


Abbildung 2 Netzwerk „Nachhaltigkeit und DIY“, eine Visualisierung der Verknüpfung von DIY, Nachhaltigkeit und verwandten Begriffen

Ergänzend habe ich, dort wo die Daten das zuließen, computergestützt mit der KWIC Funktion von ATLAS.ti quantitativ erfasst, wie oft bestimmte Begriffe genannt wurden. Dies war insbesondere in Bezug auf Familienstrukturen interessant, so wurden etwa Mütter 54mal, Väter hingegen nur 20mal erwähnt. Dieser Befund ist in das Kapitel Geschlecht eingeflossen.

Der sechste und letzte Aspekt, der die Inhaltsanalyse definiert, ist laut Mayring, dass sie eine schlussfolgernde Methode ist. So soll das Material nicht isoliert betrachtet werden, sondern als Teil eines Kommunikationsprozesses (Mayring 2015: 13). Dabei habe ich bei der Analyse insbesondere darauf geachtet in welchen Kontexten Geschlecht (nicht) thematisiert wird und wie Geschlecht (re)konstruiert wird.

Im Bereich „Gütekriterien“ zeigen sich die Schwachstellen der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring als Methode einer Masterarbeit. Als spezifisches Gütekriterium der Inhaltsanalyse wird von Mayring (2015: 124) die Intercoderreliabilität genannt. Bei diesem Verfahren codieren verschiedene Forscher_innen dieselben Textstellen, um zu überprüfen, ob gleich codiert wird. Dies Verfahren ist leider in einer Masterarbeit, die als Einzelarbeit verfasst wird, nicht umzusetzen. Dem Bereich der Realibilität habe ich mich genähert, indem ich mehrere Kodierdurchläufe gemacht habe im Sinne eines „Re-Tests“, auch wenn ich die Forschungsoperation nicht komplett wiederholt habe. Die „Unabhängigkeit der Ergebnisse von der untersuchenden Person“ (Mayring 2015: 124) habe ich aber naturgemäß nicht gewährleisten können, dafür hätte es eine Forschungsgruppe benötigt.

Möglich ist jedoch Validität im Kontext des Außenkriteriums zu überprüfen – also die Ergebnisse mit vertrauenswürdigen Publikationen zu vergleichen. Nachdem es über den Adaptionprozess der Jeans in Österreich keine wissenschaftliche Arbeit gibt, habe ich dafür Vergleiche mit Frankreich (Friedmann 1988) sowie Deutschland (Dettmer 1985, Könenkamp 1985) gezogen. Dabei zeige sich hohe inhaltliche Übereinstimmung in Bezug auf Datierung der Verbreitung sowie Assoziation zu der Jeans und gesellschaftlichen Konventionen.

5. Ergebnisse

In Folge werden die Ergebnisse der Interviews dargelegt und diskutiert. Anfänglich werden die Interviewpartnerinnen vorgestellt, in welchem Setting das Interview stattfand und eventuelle Auffälligkeiten benannt. In Folge werden die Ergebnisse in die zwei

Unterkapitel „Zur Aneignung der Jeans“ und „Geschlecht“ organisiert. Dabei versucht „Zur Aneignung der Jeans“ die Verbreitung der Jeans bei Frauen in Österreich nachzuzeichnen, konzentriert sich auf die frühen Jeans und das gesellschaftliche Umfeld in den 1960er und 1970er Jahren. Das Kapitel „Geschlecht“ arbeitet verschiedene geschlechterspezifische Aspekte der Jeans aus. Zunächst werden Schönheitsideale und Körperbilder diskutiert. In Folge wird der Themenkomplex „Handarbeit und Nachhaltigkeit“ beleuchtet. Dieses Themen führt über zu Care- und Familienarbeit und beleuchtet, wie sich Rollenbilder in den letzten 60 Jahren in Österreich verändert haben. Androgynität und Verkleidung greift auf das Theorie Kapitel „Androgyn, Unisex, Queer?“ zurück und betrachtet, wie diese im Alltag gelebt wurden oder werden. Abschließend wird die Jeans als Schutzutensil betrachtet, das explizit im Kontext sexualisierter Gewalt genannt wurde.

5.1. Die Interviewpartnerinnen

Karin ist 1957 geboren und in Oberösterreich aufgewachsen. Ich habe sie in einem Café in Wien getroffen. Nachdem es dort aber sehr laut war, haben wir einen Ortswechsel beschlossen. Karin hat mir dann angeboten, dass wir in ihr Büro gehen können, das in der Nähe liegt. Dort führte ich das insgesamt 38 Minuten dauernde Interview. Während des Interviews hat sie mehrmals angezweifelt, eine ‚gute Interviewpartnerin zu sein, da sie sich nicht für Mode interessiere. Trotzdem hat sie genaue Vorstellung, welche Kleidung ihr gefällt und welche nicht, insbesondere Komfort ist ein wichtiges Thema für sie. Dies war für mich insofern spannend, da Karin implizit die Vorstellung transportiert, dass Bekleidung stets Mode ist, insbesondere also die Jeans immer schon ein Modestück ist. Weitergedacht impliziert dies, dass Kleidung als Mode zu untersuchen wertvoll ist, während im Gegensatz dazu Kleidung als Alltagshandlung in der Forschung selten thematisiert wird. Das ist besonders interessant, da sie als Lektorin an der Universität arbeitet. Zusätzlich ist sie Grafikerin und Layouterin.

Den Großteil ihrer Schulzeit hat Karin im Salzkammergut im Internat verbracht. Nach der Matura ist sie nach Wien gezogen, um zu studieren. Sie erzählt mehrfach von ihrer Mutter, ihr Vater kommt in ihren Erzählungen nicht vor. Zusätzlich erwähnt sie ihre Schwester und ihren Partner.

Christine wurde 1954 geboren. Sie ist in Wien aufgewachsen und zur Schule gegangen. Wir haben das Interview in einem Café geführt. Kurz nachdem ich die Aufnahme gestartet habe, hat sie mich gebeten, das Aufnahmegerät noch einmal auszuschalten, da sie etwas nervös sei und sich sammeln wolle. Auch später hat sie manchmal darum gebeten, dass ich pausiere, um mir Geschichten ‚off- the-record‘ zu erzählen. So ist die Aufnahme in Summe 47 Minuten lang, das Gespräch hat jedoch länger gedauert.

Christine hat in Wien studiert, Jus und Soziologie, nach der Pensionierung arbeitet sie weiterhin als Mediatorin und Anwältin und hat noch ein Studium begonnen. Christine hat eine starke Verbindung zur Jeans, sie sagt von sich, dass sie „in Jeans lebt“ und das seit der Schulzeit getan habe. Neben Österreich hat sich Christine auch längere Zeit in den USA und in Deutschland aufgehalten. Sie war mit einem Diplomaten verheiratet, mit dem sie auch ein Kind hat. Nun lebt sie mit ihrer Partnerin zusammen.

Eva ist Jahrgang 1958 und damit eine der beiden jüngsten Interviewpartnerinnen. Sie ist im Innviertel in Oberösterreich geboren und aufgewachsen, wo sie nun auch wieder lebt. Eva hielt sich jedoch zum Zeitpunkt des Interviews für eine Reha in Wien auf, wo ich sie in der Klinik in ihrem Zimmer interviewt habe. Das Interview mit Eva war streckenweise etwas stockend, da sie sehr nervös war und ich noch wenig Routine in der Interviewführung besaß. Sie hatte die Sorge, dass sie wenig Relevantes zum Thema beitragen könne. Ich hatte nur unzureichende Strategien, um die Situation zu entspannen und ihr die Sorgen zu nehmen. Nichtsdestotrotz hat das Interview 33 Minuten gedauert und war sehr aufschlussreich, insbesondere da Eva einen sehr viel stärkeren ländlichen Bezug hat als die anderen Interviewteilnehmerinnen.

Eva hat eine Lehre als Bürokauffrau gemacht und in verschiedenen Branchen gearbeitet, unter anderem als Sekretärin, Näherin, Fabrikarbeiterin und Buchhalterin. Aktuell ist sie Angestellte beim Standesamt. Sie hat zwei erwachsene Söhne mit ihrem früheren Ehemann. Ihr späterer langjähriger Lebensgefährte ist verstorben.

Susanne ist ebenfalls 1958 geboren, also gemeinsam mit Eva eine der beiden jüngsten Gesprächspartnerinnen. Sie ist stolze Donaustädterin, dort aufgewachsen und lebt auch weiterhin im 22. Wiener Gemeindebezirk. Ebenda habe ich sie im Garten ihres Reihenhauses interviewt. Das Interview war sehr entspannt und Susanne gradlinig in ihren Erzählungen. Susanne kennt sich gut mit verschiedenen Aspekten von Mode(n) aus und Trends sind ihr wichtig. Sie hat insgesamt einen spielerischen Zugang zu Bekleidung.

Susanne hat fast etwas enttäuscht gewirkt, als das Interview nach 32 Minuten abgeschlossen war.

Sie hat eine Lehre im Bereich Einzel- und Großhandel absolviert und in Folge als Schreibkraft gearbeitet. Später hat sie eine halbjährige Ausbildung zur Programmiererin gemacht und bei einschlägigen IT-Unternehmen gearbeitet. Susanne ist verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder sowie ein Enkelkind, von denen sie gerne erzählt.

Marianne ist mit Jahrgang 1950 eine der älteren Interviewteilnehmerinnen. Sie ist in Wien geboren und zur Schule gegangen, hat jedoch in ihrer Kindheit und Jugend im ländlichen Niederösterreich in der Nähe von Wien gewohnt und dort auch ihre Freizeit verbracht. Sie kommt aus einer eher strengen und konservativen Familie, ein Thema, das sie im Interview immer wieder aufgreift und betont. Sie hat die Lehrerinnenausbildung gemacht und in Folge auch als Lehrerin gearbeitet, dann jedoch noch ein Studium abgeschlossen und den Master of Education erworben. Später hat sie dann selber an der pädagogischen Hochschule unterrichtet.

Heute lebt sie wieder in Niederösterreich, jedoch in einem anderen Bezirk. Sie ist geschieden, hat eine Tochter und drei Enkelkinder. Ihre Tochter näht Federmäppchen aus alten Jeans, dies hat sie als Grund genannt, warum sie sich für das Thema interessiert und sich für das Interview gemeldet hat. Nachdem ihre Tochter in Wien lebt, hat sie einen Familienbesuch und unser Interview verbunden. Das kleine Café, in dem wir uns getroffen haben, hatte eine ruhige Nische, in dem sich ein entspanntes Gespräch entwickeln konnte. Das Interview hat 40 Minuten gedauert.

Ingrid, Jahrgang 1949, war mit ihren 69 Jahren zum Zeitpunkt des Interviews meine älteste Interviewteilnehmerin. Sie ist in der Umgebung von Wels am Land aufgewachsen und ist nach der Matura nach Wien gezogen, wo sie seitdem lebt. Ich habe sie auf dem Balkon ihrer Wohnung interviewt. Sie hat eine Ausbildung an der Werbeakademie abgeschlossen, aber ansonsten wenig über ihre Berufsbiografie erzählt. Als einzige Interviewteilnehmerin hat sie als Beruf „Pensionistin“ angegeben. Sie ist geschieden und hat zwei Kinder sowie mehrere Enkelkinder. Ähnlich wie Marianne kommt sie aus einem konservativen Elternhaus. Sie hat weniger über ihren Lebensweg und ihr Privatleben erzählt als die anderen Interviewpartnerinnen, daher war das Interview mit 27 Minuten wohl auch das kürzeste. Dafür hat sich Ingrid sehr auf die Themen Jeans und Mode fokussiert.

Petra wurde 1953 geboren. Sie ist in Mödling aufgewachsen, später in Bad Gastein zur Schule gegangen und lebt nun in Wien. Ihre Arbeitsbiografie ist vielfältig. Sie hat eine Hotelfachschule besucht und zunächst „im Büro gearbeitet“. Dann ist sie Programmiererin geworden und hat in Folge die EDV-Abteilung bei einem Unternehmen geleitet. Petra hat auch in einem Seminarzentrum gearbeitet und für eine kurze Zeit Schafe in Oberösterreich gehütet. Sie ist ledig und hat zwei Kinder sowie ein Enkelkind. Das Interview mit Petra war mit 42 Minuten das zweitlängste, das ich geführt habe. Nach dem Interview hat sie mich noch gebeten, dass ich ihr eine Jeans abstecke, die sie sich neu gekauft hat, aber zu lang ist. Das habe ich gerne getan. Sie hat mir ausführlich über ihre Biografie erzählt und dabei sehr bestimmte Ansichten vertreten – zur Bekleidung, aber auch zu Menschen in ihrem Umfeld und in Bezug auf allgemeine Themen, insbesondere aber zu ihrer Herkunftsfamilie. Gleichzeitig war das Interview am schwierigsten auszuwerten, da es stark von Widersprüchen geprägt ist. So sagt sie beispielsweise, dass es ihr egal sei, wie sich andere Menschen kleideten, und ihr dies gar nicht auffiele, um im nächsten Atemzug die Kleidung eines Nachbarkindes zu kommentieren und zu bewerten. Oder sie betont ihre flexible Einstellung zu Männlichkeit und Weiblichkeit, um dann Stereotype zu bemühen. Dazu mehr in den nächsten Unterkapiteln.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Jeans von den Interviewteilernehmerinnen, meist implizit, unterschiedlich konzipiert wird. Während sie für manche fest mit Mode verbunden ist, sehen andere sie als ein Kleidungsstück, mit dem man spielerisch umgehen kann, oder als eines, das untrennbar mit dem eigenen Leben und der eigenen Biographie verbunden ist. Die damit angesprochene unterschiedliche Bedeutung der Jeans zeigt sich gerade auch in der mehr oder weniger detaillierten Erinnerung an den Erwerb und das Tragen der ersten Jeans.

5.2. Zur Aneignung der Jeans

In diesem Kapitel werden die Erinnerungen an die ersten oder frühen Jeans zusammengefasst. In 5.2.1 wird nachgezeichnet, wie alt die Befragten waren, als sie die erste Jeans getragen haben, und wie sie diese bekommen haben. Auch welche Bedeutung die erste Jeans für sie hatte, findet hier Raum. Daran anknüpfend werden Kontexte herausgearbeitet, in denen die Jeans getragen wurde, erlaubt oder auch verboten war. 5.2.2 thematisiert die Jeans als Freizeithose, die für Sport, Ausflüge und Urlaube genutzt wurde. Der praktische Nutzen der Jeans steht hier im Vordergrund. In Kapitel 5.2.3. werden die

unterschiedlichen Schulen, die die Interviewten besucht haben, betrachtet, mit ihren verschiedenen Kleidervorschriften. Dabei zeigt sich, dass viele Schulen explizite oder implizite Kleiderordnungen hatten, die wiederum geschlechtsabhängig waren. Kapitel 5.2.3 beleuchtet die Jeans als Symbol der Zugehörigkeit und auch der Ausgrenzung und setzt sich dabei kritisch mit der These auseinander, dass die Jeans die Spannung zwischen Individualismus und Anpassung lösen konnte und in der Modegeschichte einen besonderen Platz in Bezug auf Zugehörigkeit und Individualität einnimmt (Miller /Woodward 2007: 342, Friedmann 1988: 130). Dabei nutzten die Befragten die Jeans vorrangig, um sich vom Elternhaus oder älteren Generation abzugrenzen, zugleich drückte sie Zugehörigkeit zu Gleichaltrigen oder politischen Gruppierungen aus.

5.2.1. „die erste Hose und a Jean“ – Erinnerungen an die ersten Jeans

Karin (geb. 1957) vermutet, dass sie ihre erste Jeans bekommen hat, als sie schon in der Oberstufe war. So genau kann sie sich nicht mehr daran erinnern, jedoch ist sie sich sicher, dass in ihrem Gymnasium in der Unterstufe das Tragen von Hosen noch verboten war. Sie erzählt, dass sie in den ersten Urlauben allein beziehungsweise mit Freund_innen dann schon Jeans getragen habe, ebenso im Studium. An eine „erste Jeans“ kann sie sich nicht explizit erinnern, sie ist sich aber sicher, dass sie, ebenso wie heute, auch damals keine sehr engen Jeans getragen habe. In der Oberstufe habe sie die Jeans mit Parker kombiniert, um eine gewisse Ablehnung gegenüber ihrer konservativen Schule zu signalisieren.

So diese grünen Parker. Was ich nie so mitgemacht hab, was mit der Jean ja schon dazugehört, so diese Jeans *ganz ganz* eng, also so dieses sich Hinlegen und du kriegst es fast nicht zu (Karin).

Insgesamt interessiert sich Karin nicht sehr für Mode und legt grundsätzlich bei Kleidung eher auf Komfort Wert.

Christine (geb. 1954) hat nachgefragt, was ich denn unter Jeans verstehe – ob es um den Schnitt ginge, oder Blue Jeans gemeint seien. Nachdem ich ihr die Definition überlassen habe, erzählt sie mir von einer rostbraunen „Schnürsamtjean“, einer Cordhose, die sie mit 12 oder 13 Jahren bekommen habe. Sie erklärt, dass zu der Zeit Blue Jeans noch „verpönt“ gewesen wären. An die Cordhose kann sie sich jedoch genau erinnern, auch daran, wie stolz sie darauf war. Gleichzeitig grenzt Christine die Cordhose von „echten“ Jeans ab, die

sie als blaue Denim-Hosen definiert. Sie erzählt, dass sie die erste „echte“ Jeans dann mit ihrem eigenen Geld gekauft habe, das sie mit 14 Jahren bei einem Ferienjob verdient hat.

Eva (geb. 1958) erinnert sich ganz genau, wann sie ihre erste Jeans bekommen hat, wie diese aussah und was der Anlass dafür war:

Ich hab' die erste Jeans gekriegt und zwar war das in dem Jahr 1967, genau. Und zwar für Camping. (Eva)

Der [Schwager], mit dem hab' ich dann ein Wochenende am Höllerersee zelten mitfahren dürfen. Das war die erste Jeans. Das war zwar keine Levi's, aber immerhin eine Jean, also mit hinten Taschen, vorne Taschen, ich glaube andere Hosen hat's da sowieso früher nicht gegeben für Frauen. (Eva)

So war Evas erste Jeans gleichzeitig auch ihre erste Hose überhaupt. Vorher hat sie ausschließlich Röcke und Kleider getragen und teilweise in der Schule auch noch Kleiderschürzen. Jeansmarken sind ihr wichtig, gerade die Marke Levi Strauss & Co., abgekürzt zu Levi's, wird immer wieder von ihr erwähnt. Sie habe sich in der Jeans dann sehr wohl gefühlt und bald darauf eine zweite bekommen, die sie dann auch in der Schule getragen habe.

Susanne (geb. 1958) unterscheidet ebenso wie Christine zwischen „echten Denim Jeans“ und „Schnürsamtjeans“. Ihre erste Jeans war eine Cordhose, die ihre Mutter selbst genäht hatte. Diese Hose hat Susanne mit 12 Jahren bekommen, da war sie ihr aber bereits zu kurz.

Das war nur eine sogenannte Hochwasserhose. Es war mit Glocke und beim Knie hatte sie so einen V-Einsatz, dass sie auch schön weit weggestanden ist, aber wie gesagt, Hochwasserhose waren das halt damals alles, weil ich schneller gewachsen bin als die Hose fertig war. (Susanne)

Ihre Traumjeans war aber „eine schöne dunkelblaue [...] mit so orangenen Nähten“, also eine prototypische Jeans. In Susannes Elternhaus war Denim verpönt, daher haben die Eltern ihr diese nicht finanziert. Susanne kaufte sich dann, genau wie Christine, ihre eigene Jeans vom ersten selbstverdienten Geld im Alter von 14 Jahren. Auch sie beschreibt die erste Jeans mit Stolz. Für Susanne war die Jeans eine Möglichkeit aus der Menge herauszustechen – ihr war und ist Mode sehr wichtig. Sie sieht sich selber als Trendsetterin. In der Schule durfte sie die Jeans nicht tragen, aber sobald sie nach Hause gekommen ist,

hat sie sich umgezogen und die Jeans angezogen. Später in der Lehre zur Einzel- und Großhandelskauffrau war „legerer Look“ angesagt, auch Jeans wurden akzeptiert.

[N]ur, wie gesagt, Jeans waren halt relativ teuer damals und ja, man hat normale Sachen angehabt. Stoffhosen im Jeansschnitt, was aber keine Jeans waren logischerweise. (Susanne)

Interessant ist, dass bei Susanne eine Cordhose im Jeansschnitt noch in die Kategorie Jeans fällt, eine „Stoffhose“ jedoch nicht. Mit „Stoff“ werden in den Interviews eher dünnere, weichere Textilien beschrieben, daher scheint eine gewisse Stoffdichte oder Stoffdicke der Definition von Jeans eingeschrieben zu sein.

Marianne (geb. 1950) hat aus ihrer Sicht erst spät begonnen Jeans zu tragen – mit 18 oder 19 Jahren. Die Jeans wollte sie haben „um in der Natur zu sein, Bewegungsfreiheit zu haben“. Ebenso wie bei Eva war diese Jeans ihre erste Hose, mit Ausnahme von Trainingsanzughosen. Ursprünglich war die Jeans nur für Wanderungen und Ausflüge gedacht, nach und nach wurde sie aber immer mehr zum Alltagskleidungsstück. Für sie stand vor allem der Komfort sowie die Langlebigkeit des Denims im Vordergrund.

Also so mit 19 war dann der Aufbruch, auch in die Welt hinaus, mehr Ausflüge zu machen, oder auch zu einem Camping einmal zu fahren mit Freunden, und da war natürlich diese Kleidung – fester Stoff, haltbar und überall zu tragen. (Marianne)

Petra (geb. 1953) erinnert sich gut an ihre erste Jeans: Diese gerade geschnittene, „einfache“, hellblaue und robuste Jeans hat sie „heiß und innig geliebt“ und immer wieder mit anderem Denim geflickt, sogar bis in ihr Erwachsenenalter hinein.

I: Ja? Wie lang hattest du die, wenn du sagst, die hattest du ganz lange?

Petra: Ich glaub‘ mindestens zehn Jahre, aber das ist jetzt eine Vermutung.

Wie alt sie genau war, als sie angefangen hat, die Hose zu tragen, kann sie nicht mehr sagen, nur, dass es im jugendlichen Alter war. Auch daran, woher die Hose kam, ob sie diese selber gekauft hat, ob sie dabei alleine war oder von einem Elternteil oder Freund_innen begleitet wurde, daran erinnert sich Petra nicht. Ebenso waren die finanziellen Aspekte, also wer diese erste Jeans bezahlt hat, für sie anscheinend weniger relevant als für die anderen Interviewpartnerinnen.

Ingrid (geb. 1949) hat ihre erste Jeans mit ungefähr 15 Jahren bekommen, gegen den Widerstand von Eltern und Großmutter. Die Hose war dunkelblau und gerade geschnitten, und keine Markenjeans, wie sie betont.

Ingrid: Ich war eh zufrieden, aber ein bisschen später hat man dann schon angefangen, sich nach, halt nach Marken umzuschauen.

I: Welche Marke war das?

Ingrid: Ja, Levi's. Hauptsächlich. Mustang war damals sehr in.

Ingrid sagt auf Nachfrage, dass sie im Freund_innenkreis wohl eine der ersten gewesen sei, die eine Jeans besessen habe – nach einer kurzen Nachdenkpause fügt sie allerdings hinzu, „Vielleicht haben die Burschen schon vorher eine gehabt, ich glaub fast schon, ja“.

In meinem Sample fingen alle Frauen zwischen 1964 und 1970 an Jeans zu tragen. Dies deckt sich mit Friedmanns Beobachtung, dass die ersten Frauen Anfang der 1960er Jahre Jeans zu tragen begannen (Friedmann 1988: 88). Von den Interviewteilnehmerinnen wird die „Schnürsamthose“, also eine Cordhose, mehrmals als erste Jeans genannt – um gleich darauf die Erzählung mit der ersten ‚richtigen‘ Jeans aus Denim zu ergänzen. Auch Markennamen erwiesen sich als wichtig, insbesondere Levi's, Wrangler, Mustang und Lee. Was eine Jeans ausmacht und als wie hochwertig sie empfunden wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ausschlaggebend sind vorrangig der Schnitt der Hose in Kombination mit solchen Markern wie sichtbare Nähte, Hosentaschenform oder Nieten. Zweitrangig sind Farbe und Material – so wird die Schnürsamtjeans als Jeans genannt, aber nicht als ‚richtige‘ oder ‚authentische‘. Die Stoffhose mit ähnlichem Schnitt gilt nicht als Jeans. Das deutet darauf hin, dass eine gewisse Stoffdicke oder Festigkeit in die Essenz der Jeans eingeschrieben ist, beziehungsweise als eindeutige Funktion der Jeans gesehen wird. Cord ist, ebenso wie Denim, ein dichtes, reißfestes Material, aus dem traditionell Arbeitskleidung hergestellt wird und wurde, beispielsweise die Zunftkleidung der Zimmerleute und Dachdecker_innen. Um in den Augen der befragten Frauen den ‚echten‘ Jeansstatus zu erlangen, benötigt es dennoch Denim, die blaue Farbe und orangene Nähte. Und als wirklich begehrenswert wurden von den Interviewpartnerinnen bestimmte Marken genannt, die auch eine bestimmte Gruppenzugehörigkeit oder einen Status signalisierten, also im Kontext der Schule und der Peers Bedeutung erlangten.

Auffällig ist, dass die Eigeneinschätzung der Interviewpartnerinnen, ob sie ‚früh‘ oder ‚spät‘ angefangen haben, Jeans zu tragen, eher mit ihrem eigenen Alter als mit der Jahreszahl korreliert. So empfand Susanne ihre erste Jeans mit 12 als ‚früh‘ – obwohl sie von allen Interviewten chronologisch als letzte Jeans getragen hat. Sie war auch die jüngste Interviewteilvernehmerin. Marianne liegt mit ihrer ersten Jeans, die sie ca. 1968 bekam, eher im Mittelfeld, empfand das eigene Jeanstragen aber als ‚spät‘ – da sie bereits 18 oder 19 Jahre alt war.

Mit Ausnahme von Karin können sich alle gut an ihre erste Jeans erinnern, was bemerkenswert ist, da Alltagsgegenständen wie Bekleidung häufig wenig Relevanz zugesprochen wird und sie dementsprechend auch weniger im Gedächtnis bleiben. Dagegen wird der Jeans in der Erinnerung der Befragten ein besonderer Platz beigemessen. Spätere Generationen können sich vermutlich nicht mehr an ihre erste Jeans erinnern, da sie, wie einige Interviewteilvernehmerinnen von ihren eigenen Kindern erzählen, diese bereits im Kleinkinderalter bekommen haben. Wenn man dem in der Geschlechter- und Kleidungsforschung genauer nachginge, könnte vermutlich der Übergang vom ‚besonderen‘ zum ‚alltäglichen‘ Kleidungsstück zwischen zwei Generationen beobachtet werden.

5.2.2. „dann der Aufbruch, auch in die Welt hinaus“ – die Jeans als Freizeithose

Die Jeans wurde, besonders in den Anfängen der Verbreitung, mit Sportlichkeit und Freizeit konnotiert. Insbesondere Wanderungen, Zeltausflüge und Urlaube wurden in den Interviews im Zusammenhang mit der Jeans genannt, oft auch in einem Atemzug.

Marianne hat ihre Jeans ursprünglich ausschließlich für Wanderungen genutzt und für Zeltausflüge im Freund_innenkreis. „Also Stoffhose für die Straße, da kann ich mich jetzt nicht erinnern“. Sie kaufte ihre erste Jeans kurz vor ihrem Einstieg in das Berufsleben als Lehrerin, und nutzte Jeans anfänglich exklusiv für Ausflüge. In der Schule wurde das Tragen von Jeans akzeptiert. Sie trug diese auch selbst, allerdings „vor allem eben für Wandertage, oder irgendwelche Ausflüge mit den Schülern oder Kollegen [war] das ein selbstverständliches Utensil“ (Marianne). Auffällig ist an dieser Stelle die Bezeichnung der Jeans als „Utensil“, die Mariannes damaliges Verhältnis zur Jeans unterstreicht: Die Hose wurde als zweckmäßig und zweckgebunden angesehen. Sie wird nicht als modisch gewertet oder als neutrales Kleidungsstück bezeichnet, sondern als ein nützliches Werkzeug, um verschiedene Freizeitaktivitäten auszuführen. Mariannes recht restriktive

Ansicht lockert sich später etwas, nachdem auf Reisen die Jeans zur geschätzten Begleiterin wird.

Also Reisen... wir sind vor mehr als 40 Jahren das erste Mal auf eine griechische Insel gefahren, besser gesagt geflogen und dann gefahren, und da war die Jean... eine Jean natürlich das A und O. Auf dem Schiff, auf der Fähre, das war sehr praktisch, und da habe ich das auch genossen. Wirklich frei zu sein, auf dem Schiffsboden sitzen zu können und ohne irgendwelche Probleme zu haben. (Marianne)

Auch hier wird jedoch betont, wie praktisch die Hose ist. Am Boden sitzen zu können deutet auf mehrere Eigenschaften der Jeans hin. Die Bewegungsfreiheit ist im Vergleich zu Rock oder Kleid erweitert, so ist es möglich sich im Schneidersitz auf den Boden zu setzen, was mit engen Röcken kaum der Fall ist. Die Robustheit des festen Denims, der relativ unempfindlich gegenüber Schmutz ist und nicht leicht reißt, ermöglicht das Niedersetzen auf dem Schiffsboden. Auch bietet die Hose einen besseren Blickschutz, sowohl beim Sitzen als auch bei Windstößen, was auf die Schutzfunktion der Jeans hindeutet, die im Kapitel „Freiheit und Sicherheit“ behandelt wird.

Inzwischen ist die Jeans für Marianne zur Alltagshose geworden. Für Sport oder Outdooraktivitäten wird sie im Gegensatz zu früher gar nicht mehr genutzt, denn dabei haben Funktionshosen die Jeans abgelöst – das unterstreicht nochmals, welchen Anforderungen die Jeans ursprünglich für Marianne genügen musste.

Auch Eva hat die erste Jeans für Outdooraktivitäten genutzt, sie hat diese explizit fürs Zelten bekommen und danach weitergetragen, da sie den Komfort geschätzt hat. Jeans und Urlaub sind untrennbar in ihrer Erzählung verknüpft, ebenso wie Jeans und Bewegungsfreiheit. Dass Jeans praktisch sind, hat sie damals als Argument genutzt, um ihren Vater von der ‚Notwendigkeit‘ des Tragens einer Jeans zu überzeugen, „[I]ch hab‘ gesagt: ‚Das ist gut, das ist bequem, das brauch‘ ich auch zum Radfahren‘, und damit war das Thema [erledigt]“ (Eva). Ihr Vater war der Meinung, dass die Hose ein Männerkleidungsstück sei und ist dem Wunsch seiner Tochter entsprechend skeptisch gegenübergestanden, hat sich jedoch letztlich von ihr überzeugen lassen.

Auch Susanne hat die Hose zum Fahrradfahren getragen, hatte dabei aber ein unglückliches Erlebnis, aus dem sie für sich das Beste gemacht hat.

Irgendwann einmal hab‘ ich dann auch eine Jean gehabt, und dann bin ich mit der Jean, eine funkelneue, beim Radfahren in die Kette gekommen. Und dann war

die Jean natürlich hinüber. Und dann hab' ich mir eine Hotpants draus gemacht.
(Susanne)

Fahrradfahren mit der Jeans verweist auf die Anfänge der Hose als Frauenkleidungsstück: die ersten Hosen, die bei Frauen eine breite gesellschaftliche Akzeptanz fanden, waren Hosenröcke zum Radfahren (Friedmann 1988: 76). Fahrradfahren beinhaltet auch eine Vergrößerung des Bewegungsradius, da längere Strecken in kürzerer Zeit zurückgelegt werden können als zu Fuß. Es berührt damit auch Aspekte von Selbstständigkeit und Unabhängigkeit, da die Befragten nicht mehr auf den Bus warten mussten oder auf eine Mitfahrgelegenheit angewiesen waren. Reisen und Ausflüge lösen bei den Befragten ebenfalls Assoziationen von Unabhängigkeit und Freiheit aus. Auffällig ist hierbei, dass die erwähnten, beziehungsweise als erwähnenswert angesehenen, Reisen mit Freund_innen oder Partner_innen stattgefunden haben, in Evas Fall einmal mit der älteren Schwester und dem Schwager, in Petras Fall allein, aber in keiner Erzählung mit Eltern oder Großeltern unternommen wurden.

Petra erzählt davon, dass sie einmal per Anhalter gereist sei und dabei wochenlang die gleiche Hose ungewaschen getragen habe.

[D]a war es so, dass die Jean, die hab ich ausgezogen, die ist von allein gestanden. Das war so herrlich. [...] Autostoppen – immer die gleiche Hose, weil sonst... schleppst ja keine zweite, dritte Hose mit. Und die Jean hat das ausgehalten, ja (Petra).

Hier wird erneut die Strapazierfähigkeit der Jeans angesprochen, auch einer der Gründe, den Marianne nennt, warum sie die Hose zum Wandern genutzt hat.

Später, Mitte der 1970er Jahre, steht die Praktikabilität der Jeans nicht mehr so stark im Vordergrund. So erzählt Eva:

Ja, zum Beispiel hab' ich da noch ein Foto, wo wir in London waren, [...] Ich bin dann wieder zurückgewechselt auf Jeans, weil das einfach dann mode-bedingter geworden ist [...] – so eine Glockenhose. Und dann hab' ich so einen Pelzmantel angehabt, also der ist außen bestickt gewesen und innen war er halt Pelz, und das ist irgendwie so eins meiner Lieblingsfotos, das hab' ich sogar immer noch. (Eva)

Die Jeans ist weiterhin für Eva eine geschätzte Reisebegleiterin, aber modische Aspekte überwiegen inzwischen gegenüber der Nützlichkeit.

Karin, die Einzige, die sich nicht konkret an ihre erste Jeans erinnern kann, verbindet sie dennoch mit Reisen. „[D]ie ersten Urlaube, wo wir dann allein waren, habe ich sicher dann schon Jeans getragen“ (Karin). Mit der Betonung des „Wir Allein“ findet auch eine Abgrenzung zu den Eltern oder zu Erwachsenen allgemein statt.

„Fortgehen“ ist eine weitere Freizeitbeschäftigung, die in den Interviews mehrmals genannt wird. Dieses Thema soll jedoch weiter unten beleuchtet werden, da es vorwiegend im Zusammenhang mit Mode und Weiblichkeit genannt wird, weniger mit Bewegung, Sport und Ausflügen, die hier im Fokus standen.

5.2.3. „wenn es ganz kalt war, dann hat man schon eine Hose anziehen dürfen“ – Schulzeit

Die Jeans als Freizeithose anzusehen und zu nutzen, war nicht nur einer freien Wahl, sondern auch den Kleiderzwängen in den 1960er und 1970er Jahren geschuldet. In der Schulzeit der Interviewpartnerinnen gab es oftmals Kleiderordnungen, manche waren explizit, häufig galten diese jedoch unausgesprochen. Diese Regelungen waren von Schule zu Schule unterschiedlich, schlossen jedoch meistens Jeans aus. Deutlich zeigt sich in den Erzählungen, dass Kleiderordnungen zu Beginn der Schulzeit noch strenger ausfielen, sich dann im Laufe der Jahre jedoch lockerten. Auffällig ist zudem, dass solche Regelungen von der Schulform abhängig waren (Internate scheinen strenger gewesen zu sein) und von den Schulen individuell gestaltet wurden. Es scheint damals keinen gesellschaftlichen Konsens darüber gegeben zu haben, was eine adäquate Bekleidung für Schüler_innen ausmachte. Das zeigt, wie sich die Neuaushandlung von Geschlechterrollen auch bei Kleiderordnungen bemerkbar machte.

Petra war zuerst auf einem Mädchengymnasium, an dem es keinen strikten Dresscode gab. Dann wechselte sie auf eine berufsbildende Schule, in der es eine Schuluniform gab. Die Schule war gemischtgeschlechtlich und sah unterschiedliche Bekleidung für Burschen und Mädchen vor. So gab es für die Mädchen nur einen plissierten Rock, eine Hose war hingegen keine Option. Petra erzählt, dass die Mädchen, auch um Grenzen auszutesten, den Bund hochgedreht hätten, und so den Rock in einen Minirock verwandelten.

Karin besuchte ein Mädcheninternat. Bei ihr gab es in der Schule keine Schuluniform, jedoch eine strikte Verhaltens- und Kleiderordnung. Diese sah vor, dass lange Haare zusammengebunden werden mussten, Schminke verboten war und rote Hausschuhe

getragen werden mussten. Hosen waren generell verboten, dementsprechend auch die Jeans. Eine gewisse Ausnahme davon gab es im Winter, denn dann durften die Mädchen Hosen unter den Röcken tragen. Das galt allerdings nur für den Weg von den Schlafräumen zur Schule, in der Schule selber mussten diese ausgezogen werden. Sie erzählt, dass diese Regeln während ihrer Zeit im Internat jedoch allmählich gelockert wurden. Später wurde sogar im Haushaltsunterricht eine Stoffhose selbstgenäht.

In Susannes Schule gab es keine offizielle Kleiderordnung. Trotzdem durfte die Jeans nicht in der Schule getragen werden. Sie erinnert sich, dass eine Lehrerin explizit ein Verbot aussprach, Jeans in ihrem Unterricht zu tragen, andere Hosen waren jedoch erlaubt. Diese Regel galt nur für Mädchen und wurde von der Schulleitung entsprechend exekutiert. So wurde Susanne einmal fast von der Direktorin nach Hause geschickt, nachdem sie mit Jeans in die Schule gegangen war.

Susanne: [...] nachdem die Schule aber doch ein bisschen weit weg war, hat sie gemeint, naja, sie lässt das einmal durchgehen, aber sie will's nicht mehr sehen.

I: Und du hast dich dann auch drangehalten, erstmal?

Susanne: Ja, bringt ja nix. Weil sie gemeint hat, das nächste Mal schickt sie mich wirklich nach Hause. Außerdem war das damals halt auch noch so, wenn du dich nicht nach den Lehrern gerichtet hast, hat es sich auf die Noten auch niedergeschlagen.
(Susanne)

Susanne erzählt, dass sie nach der Schule immer mit dem Hund der Familie Gassi gehen musste. Dafür habe sie sich dann jeden Tag umgezogen und ihre „geliebte Jean angezogen“ (Susanne). Auch im Verlauf von Susannes Schulzeit wurden die Kleidervorschriften nach und nach aufgehoben. Ihre sechs Jahre jüngere Schwester durfte Jeans dann tragen – sowohl von der Schule als auch von den Eltern aus. Susanne erinnert sich, dass sie für ihre erste Jeans auf die Mariahilfer Straße fahren musste, die laut ihr damals noch keine Einkaufsstraße war, da es dort ein spezialisiertes Jeansgeschäft gab. Gemeint ist wohl der Jeans Shop 33, der seit 1966 in der Mariahilfer Straße 33 angesiedelt ist und seit Anfang der 1970er Jahre Jeans verkauft (Jeans Shop 33 „Über uns“ o.D.). Ein weiteres Jeansgeschäft gab es laut Susanne in der Judengasse. Bei ihrer jüngeren Schwester waren Jeans dann schon in den meisten Kleidungsgeschäften erhältlich. Die Erzählung zeigt, dass das Jeanstragen für Mädchen in den sechs Jahren, die die Altersdifferenz zwischen den Schwestern ausmacht, deutlich breitere gesellschaftliche Akzeptanz gefunden hat.

Ingrid erzählt davon, dass Jeans in der Schule nicht verboten waren, aber auch nicht gerne gesehen wurden. So machten manche Lehrer und Lehrerinnen darüber abfällige Bemerkungen. Ingrid hätte zwar gerne Jeans in der Schule getragen, hat dies jedoch nie gemacht. Dies lag zwar auch an der Haltung der Schule, vor allem jedoch an ihren Eltern, die konsequent dagegen waren. Besonders in Erinnerung geblieben ist Ingrid, dass sie in der Schule die Fingernägel herzeigen musste, da kein Nagellack getragen werden durfte. Auch gefärbte Haare wurden nicht akzeptiert.

Marianne hat grundsätzlich keine Hosen getragen, daher waren diesbezügliche Regulierungen für sie als Schülerin nicht wichtig. Sie erzählt, dass sie zunächst „in einem reinen Mädchengymnasium [war], das heißt, da war das überhaupt kein Thema“. Aber obwohl Marianne sagt, dass das Thema für sie keine Relevanz gehabt habe, deuten ihre Äußerungen doch darauf hin, dass in ihrer Schule das Tragen von Jeans nicht Usus und nicht gern gesehen war. Von Marianne wurde das jedoch nicht hinterfragt. Sie wurde später Lehrerin, und obwohl sie inzwischen Jeans trug, empfand sie diese in ihrer Position nicht als adäquate Arbeitskleidung. Sie verhielt sich also auch später noch im schulischen Kontext dem Tragen der Jeans gegenüber reserviert.

Eva hat eine Hauptschule besucht. An die Kleidung, die sie dort getragen hat, hat sie großteils keine Erinnerungen. Es scheint jedenfalls dort keine strenge Kleiderordnung gegeben zu haben. Eva erzählt jedoch, dass sie in manchen Schulfächern Kleiderschürze tragen musste. Insgesamt erzählt sie jedoch nur sehr wenig über ihre Schulzeit. Sie sagt, dass sie mit 16 Jahren ihre Schulzeit beendet habe; die Berufsschule, die sie als Bürokauffrau besucht haben müsste, kommt im Interview nicht vor.

Christine hat demgegenüber ganz andere Erfahrungen in der Schule gemacht. Sie begründet dies damit, dass sie das Lycée français de Vienne besucht habe. Hier seien durch die Verbindungen zu Frankreich die 1968-Bewegungen präsenter gewesen als in der breiten Wahrnehmung in Österreich.

Das heißt Frankreich war so ein bisschen fortschrittlicher und das hat man in der Schule auch gemerkt. [D]a hat man in österreichischen Schulen noch nicht wirklich von der französischen Revolution, 68er Revolution gewusst – ja schon gewusst, aber *wir* haben das damals schon praktiziert. (Christine)

Und das war halt der Grund, warum es nie irgendwelche Probleme gegeben hat, nie ein Lehrer oder eine Lehrerin was gesagt hat. (Christine)

So konnte Christine als einzige Interviewteilnehmerin frei entscheiden, wie sie sich in der Schule kleiden wollte. Sie erzählt, dass sie sich mit 14 wie ein Bursche gekleidet habe, auch das wurde in dieser Schule akzeptiert oder zumindest doch toleriert. Christine sieht diese Freizügigkeit bis heute als bemerkenswert fortschrittlich und außergewöhnlich für Österreich an.

Zusammenfassend haben also Petra und Karin Schulen besucht, in der es offizielle Schulkleidung gab, beides waren Internate. Susannes und Ingrids Schulen hatten beide implizite Kleiderordnungen, wohingegen das bei Marianne zu vermuten ist, jedoch nicht klar aus dem Interview hervorgeht. Ihre Aussagen deuten zwar darauf hin, für sie selber war dieses Thema jedoch anscheinend nicht relevant, da ihr Elternhaus strenger als die Schule war. Eva war an der Hauptschule mit weniger strengen Regeln konfrontiert. Jedoch berichtet sie mit der Kleiderschürze ebenfalls von einer Vorgabe, was sie zu tragen hatte. Nur Christines Schule zeigte sich als offener, was sie als eine Besonderheit ihrer Schule betont.

Schon während der Schulzeit der Interviewpartnerinnen wurden viele der Kleiderregelungen gelockert, in ihrer Ausbildung und während des Studiums gab es dann keine strengen Kleidervorschriften mehr. Susanne erzählt, dass in der Lehre ein „legerer Look“ angesagt war. Christine und Karin berichten entsprechend von entspannter und eher sportlicher Kleidung während des Studiums, wobei Christine auf die Unterschiede zwischen verschiedenen Fakultäten hinweist. So waren auf der Soziologie die Studierenden lässiger mit Jeans und T-Shirt angezogen, am Juridicum hingegen konservativer mit Blazer oder Sakko. Im Berufsleben haben die Interviewten ganz unterschiedliche Erfahrungen mit Bekleidungs Vorschriften gemacht. Bei manchen Jobs war das Tragen von Jeans völlig unproblematisch, in anderen wurde aber eine formellere Kleidung verlangt. Sowohl Petra als auch Susanne berichten davon, dass in der IT-Branche von Frauen erwartet wurde, ein Kostüm anzuziehen, obwohl eben diese Branche inzwischen den Ruf hat, einen sehr legeren Dresscode zu haben. Christine hat als Juristin gearbeitet und berichtet davon, dass in der Gerichtsordnung auch Kleidervorschriften enthalten waren, diese allerdings nicht vollzogen wurden.

5.2.4. „Weil irgendwer muss ja protestieren“ – Abgrenzung und Zugehörigkeit

Ein besonderes Augenmerk habe ich bei der Auswertung darauf gerichtet, wie die Jeans im Zusammenhang mit Abgrenzung und Zugehörigkeit beziehungsweise Inklusionen und

Exklusionen thematisiert wird. Dies knüpft an die Aussage von Daniel Miller und Sophie Woodward an, die postulieren, dass Jeans „internally resolve the tensions between conformity and individuality that have been central to theories of fashion since Simmel“ (Miller/ Woodward 2007: 342). Auch Friedmann betont die parallel existierenden Deutungsmuster der Jeans als Symbol der Uniformierung, aber auch der Abgrenzung (Friedmann 1988: 130).

Die interviewten Frauen haben unterschiedliche Zugänge zur Jeans, für manche war sie Ausdruck von Gruppenzugehörigkeit, für andere der Inbegriff der Individualität.

Marianne bezeichnet Jeans, insbesondere ausgestellte Jeans, die sie als besonders modisch ansah, als „progressiv“. Sie selber hat diese zwar nicht getragen, kann sich jedoch nicht mehr daran erinnern, ob ihr das Tragen vom Elternhaus aus verboten war oder sie einfach den Schnitt nicht mochte. Sie hat die Jeans mit der Hippie-Bewegung assoziiert, der sie sich nicht zugehörig fühlte.

Es war nicht der Alltag, und ich gehöre nicht in diese Gruppe der 68er Generation mit wirklicher Freiheit. Ich war eher mehr im Familienverband eingebunden und durfte mit 18 auch nicht wirklich weggehen zu irgendwelchen Veranstaltungen (Marianne).

Sie beschreibt damit einen von ihr offensichtlich so wahrgenommenen Gegensatz zwischen Familie und (modischer) Freiheit. Später, in den 1970er Jahren, wandeln sich ihre Vorstellungen jedoch. Sie ist von daheim ausgezogen, hat angefangen zu arbeiten und einen engeren Freund_innenkreis. Die Jeans drückt diese Veränderungen für sie aus.

Ein bisschen modisch oder ein bisschen zugehörig zu der(--) Flower-Power, sagen wir das so. Ein bisschen zugehörig. (Marianne)

Marianne unterscheidet damit zwischen den 1968er-Bewegungen und der ‚Flower-Power‘. Erstere scheint bei ihr politischer konnotiert zu sein – wovon sie sich ausgeschlossen gefühlt hat –, wohingegen ‚Flower-Power‘ eine Moderichtung oder einen Lebensstil bezeichnet, mit dem sie sich identifiziert und zu dem die Jeans als ein wichtiger Teil dazugehört.

Für Susanne hatte die Jeans eine genau gegenteilige Funktion als für Marianne, sie wollte sich abgrenzen, wollte auffallen. Sie sagt zur Jeans: „Damals war’s irgendwo ein Statement und heute ist es eine Alltagshose, die du halt überall siehst.“ Dabei verortet sie ihre mit der

Jeans sichtbar zum Ausdruck gebrachte Haltung eher auf der individualistischen als auf der politischen Ebene.

Susanne: Ja das [war] eben wieder die Abgrenzung von den anderen, dass du halt ein bisschen auffällst, dass du eben anders bist als die anderen.

I: Und wie waren ‚die Anderen‘?

Susanne: Ja eher normale Stoffhosen, lässige Hosen oder (--) ja es gab damals diese Midiröcke, die waren hochaktuell, sowas hab‘ ich überhaupt nicht gehabt, weil die mir nicht gefallen haben. Da hab‘ ich eben wieder diese Jeans gehabt, und da gab es eben, so diese Rockträgerinnen und dann diese Hosen- oder Jeansträgerinnen. (Susanne)

Gleichzeitig bedeutete die erste selbstgekaufte Jeans (im Gegensatz zu der ersten von der Mutter genähten) auch eine Abgrenzung von der Familie. Susanne erzählt: „Meine Mutter hat die Hände zusammengeschlagen, oder meine Eltern überhaupt. Haben gemeint, mit sowas kann ich nicht außer Haus gehen [lacht].“

Um besonders herauszusteichen, hat Susanne die Jeans auch selbst individualisiert. Neben dem Baden mit der Jeans, um eine möglichst körpernahe Hose zu erhalten, hat sie ihre Jeans mit Nieten, Kugelschreiber, Filzstiften und Stoffapplikationen verziert. In den 1970er Jahren hat sie dann seltener Jeans getragen, da eine andere Moderichtung ihr näher lag. „Ja das war damals in den Diskos, zu unserer Zeit, war eher der Glamour-Look angesagt, also da waren die Jeans eher verpönt.“

Somit ist Susanne, trotz ihrer Beteuerungen der Abgrenzung und Individualität, den jeweiligen Moderichtungen gefolgt. Susannes Bezug zu modischen Strömungen lässt sich durchaus mit Simmel beschreiben – „Mode gleichzeitig [als] Objekt der Differenz und der Ähnlichkeit“ (Simmel 1957: 543f). Jedoch ist hierbei die Schichtzugehörigkeit ein wichtiger Faktor, im Unterschied zu Simmels Ausführungen, denn die Jeans war keine Oberschichtsbekleidung, was auch in der Reaktion von Susannes Eltern sichtbar wird. Sie sagt dazu: „Diese echten Denim Jeans, die waren eben verpönt eigentlich als Arbeiterkleidung.“

Eva beschreibt, dass für sie das Mitmachen einer Mode zum Teenagersein dazugehört, in ihrer Generation also der Jeansmode. Das formuliert sie ganz allgemein und erzählt auch von Modeströmungen, die ihre Söhne mitgemacht haben, die sie selber jedoch schrecklich fand. Sie verknüpft Trends mit der Jugendzeit und der Abgrenzung von den Eltern. Ihr

Vater war gegen die Jeans, allerdings aus anderen Gründen als Susannes Eltern. Während bei Susannes Eltern die Schichtzugehörigkeit mitschwingt, war Evas Vater auf Geschlechterrollen fixiert. Er fand, dass Frauen grundsätzlich keine Hosen tragen sollten.

Hosen allgemein. Joa, der ist 1926 geboren, das ist halt einfach noch (--) Frauen kennt er halt von jeher nur mit Röcken und das ist dann halt auch wieder ein bisschen ein anderer (--) eine andere Zeit gewesen, mit der er mithalten hat müssen [lacht] (Eva).

Auch in Ingrids Familie waren traditionelle Rollenbilder vorherrschend. Ingrid hätte gerne Jeans getragen, in ihrem Elternhaus war dies jedoch unerwünscht, da sie nicht „unangenehm auffallen“ solle. Trotzdem, oder gerade deshalb, hat sie angefangen Jeans zu tragen: „[V]ielleicht war es sogar ein bisschen abgrenzen, ja gegen die Anzüge und Hauskleidung meiner Mutter [lacht]“. Sie bezeichnet ihre Familie als konservativ, aber nicht religiös. Sie kann sich die Aversion gegenüber den Jeans bis heute nur schwer erklären, am ehesten vermutet sie, dass die Ablehnung damit zusammenhing, dass die Jeans mit Amerika konnotiert war. Später erzählt sie jedoch von ihrem jüngeren Bruder. „Wahrscheinlich war es bei ihm schon irgendwie einfacher. Ich glaub das war einfach ‚Ein Mädchen trägt sowas nicht‘.“ Ingrid ist, ebenso wie Eva, am Land aufgewachsen und hat das Gefühl, dass die Bekleidungs Vorstellungen dort strikter waren als in der Stadt. Sie vermutet, dass sie eine der Ersten im Freundinnenkreis war, die Jeans trug, wobei die Burschen da aber bereits Jeans getragen hätten. Über Zugehörigkeiten erzählt Ingrid wenig. Für sie stand, jedenfalls in Bezug auf das Tragen von Jeans, die Abgrenzung vom konservativen Elternhaus im Vordergrund. Sie definiert ihr Jeanstragen zugleich als nicht politisch, aber als revolutionär. Das Aufbegehren gegen Rollenbilder ist allerdings durchaus als politisch zu deuten, und auch der Begriff revolutionär ist klar politisch konnotiert. Hier scheinen verschiedene Definitionen aufeinander zu treffen. Ingrid nutzt den Begriff als Synonym für rebellisch, und „politisch“ bedeutet für Ingrid ein eher organisiertes bzw. bewusst zielgerichtetes Handeln zur Veränderung der politischen Situation.

Für Christine war es wichtig in der Schule Markenjeans zu tragen, um ihre Zugehörigkeit zu verschiedenen Peergroups auszudrücken. Sie zählt die Marken Levi's, Mustang und Lee auf und führt aus, dass die Levi's die „besseren“ Jeans gewesen wären: „Da war man quasi etwas Besseres.“ Die Wrangler Jeans waren demgegenüber im Vergleich günstiger. Christine datiert die Verbreitung der Jeans früher als die anderen Interviewpartnerinnen, 1968 „haben eigentlich gleich mal alle Jeans getragen.“ Im Studium war die Jeans für sie

ein wichtiges Symbol sowohl der Zugehörigkeit als auch der Abgrenzung. Christine hat Jus studiert und während dieser Zeit gleichzeitig mit der Hippie-Bewegung geliebäugelt. Während sie Jeans und Sweatshirts trug, erlebte sie die Kommiliton_innen am Rechtswissenschaftlichen Institut als „schöner“ angezogen, als bürgerlicher und konformer. Neben Jus hat Christine auch in Soziologie reingeschnuppert, und erlebte dort einen ganz anderen Dresscode. Sie erzählt von einer deutlichen Trennung – auf der einen Seite die konservativeren Jusstudierenden, auf der anderen Seite die linken Soziologiestudierenden. „Also mit der Kleidung hat man sich an der Uni schon ganz deutlich politisch positioniert.“ Gleichzeitig bezeichnet Christine die Jeans durchaus kritisch als eine „Uniform“, die diese sowohl im schulischen Kontext als insbesondere auch innerhalb linker Bewegungen Ende der 1960er, Anfang der 1970er Jahre gewesen sei. Sie spricht von „Peer-Pressure“, also Gruppenzwang, der sie dazu bewegt habe, gewisse Kleidungsstücke zu tragen oder eben nicht zu tragen. Sie sieht bestimmte Kleidungsstücke – indisch bestickte Hemden, gewisse Sandalen und eben die Jeans – als politische Statements an, die sie auch selber genutzt habe. Gleichzeitig kritisiert sie die Konformität innerhalb der sich so präsentierenden Gruppierungen. Später, Ende der 1970er, Anfang der 1980er Jahre habe sie Ähnliches in feministischen Kontexten erlebt, nur dass diesmal lila Latzhosen und wallende Kleider, Christine sagt: „die Bekleidungs Vorschriften“ waren. Christine hat trotz ihrer Kritik Jeans getragen und hat sich „wie soll ich sagen, Außenseiter ist schwer übertrieben, aber ein bisschen anders gefühlt.“ Das führt sie darauf zurück, dass das Tragen von Jeans durch manche Feministinnen abgelehnt worden sei, da diese als männliches Kleidungsstück gegolten habe.

Auch für Petra war die Jeans ein männlich besetztes Kleidungsstück. Sie wollte Jeans tragen, um einerseits „zu den Burschen“ dazu zu gehören und sich andererseits von der Mutter abzugrenzen, ihr zu zeigen, dass sie nicht ihr „(kleines) Mädchen“ ist. Insgesamt sind Petras Erzählungen deutlich von dem Protest, wenn nicht sogar von der Ablehnung gegen ihre Mutter geprägt. Sie bezeichnet Rebellion als ihr „Lebenselixier“. Die eigene Geschlechtsidentität ist ein zentrales, aber in sich auch widersprüchliches Motiv, in diesem Interview. Petra berichtet von ihrem ganz eigenen Stil, dass Mode ihr nie wichtig gewesen wäre, und dass es ihr auch egal gewesen sei, was Freunde und Freundinnen anhatten. Sie illustriert das mit einer Situation am Lagerfeuer, bei der sie mit Glatze, Jeans und Lederjacke von einem Mann ein Bier angeboten bekommen habe, und sie sich den Männern zugehörig und von ihnen akzeptiert gefühlt habe. „Da bin ich irgendwie schon als Bursche

durchgegangen. Hab‘ ich mir gedacht, das gefällt mir gut.“ Petra hat also die Jeans genutzt, um mit ihrer Geschlechteridentität zu spielen und um in der Männerrunde akzeptiert zu werden.

Ähnlich wie Christine unterscheidet Karin bei ihrer Reflexion über die Jeans konservativere und fortschrittlichere Kreise. Sie zählt sich zur „fortschrittlicheren Seeliger-Gruppe²“ in Abgrenzung zu dem „Rest des konservativen, eher schwarz-blauen Internats.“ Mit dem Tragen von Jeans habe sie einerseits ausgedrückt, dass sie sich dem Konservativen und „Schönen“ verweigert habe, gleichzeitig habe sie sich damit für komfortable Kleidung entschieden. Inzwischen sieht Karin die Jeans als ein Kleidungsstück an, das von Allen, unabhängig von Geschlecht, Schicht, Alter oder Herkunft getragen wird.

Prinzipielle Konflikte über das Tragen einer Jeans hatte Karin mit ihrer Mutter nicht. Jedoch haben beide austariert, welche Jeans „schön genug“ und welche bereits zu „abgewetzt“ gewesen sei. Trotzdem hat die Jeans einen gewissen Einschnitt in der Mutter-Tochter Beziehung bedeutet, jedoch nicht wegen des Kleidungsstücks an sich, sondern weil Karins Mutter lange für ihre Töchter selber Kleidung genäht hat. Diese wollten jedoch irgendwann gekaufte Kleidung tragen. Aber auch diese Auseinandersetzung war nicht scharf, da Karin auch später noch von der Mutter genähte Kleidungsstücke trug. Sie erzählt, dass sie im Studium ihrer Mutter noch entsprechende ‚Aufträge‘ erteilt habe. Später im Berufsleben hat Karin Kleidung bewusst als Symbol der Zugehörigkeit und Abgrenzung eingesetzt. Als Lektorin an der Universität trug sie Blazer, um zu verdeutlichen, dass sie Teil des Kollegiums und keine Studentin mehr ist. Inzwischen trägt sie auch beruflich Jeans, T-Shirt und Westen.

Friedmanns Beobachtung, dass die Jeans die Funktion hatte, eine bestimmte Gruppenzugehörigkeit zu symbolisieren, sei es in der US-amerikanischen Bürgerrechtsbewegung, feministischen oder studentischen Bewegungen in den USA und Europa (Friedmann 1988: 94ff), zeigt sich also auch in den von mir geführten Interviews. Die Jeans wurde dazu genutzt, um sich Gleichaltrigen zugehörig zu fühlen. Dabei war die Jeans jedoch nicht Erkennungsmerkmal nur einer Gruppierung, sondern verschiedener zeitlich paralleler Strömungen. Die Jeans wurde getragen, um zu zeigen, dass man einer Subkultur wie den Hippies angehört, und durch die Jeans wurden politische Statements

² Damit bezieht sich Karin auf die oberösterreichische Schriftstellerin Renate Seeliger, die u.a. Autorin von „Wer ein solches Kind aufnimmt - Das SOS-Kinderdorf-Buch“ (1959) ist.

transportiert, für eine progressive Politik und gegen konservative Strömungen. Gleichzeitig wurde das Tragen von Jeans von anderen Interviewpartnerinnen nicht als politisch angesehen bzw. wahrgenommen und einfach als Teil einer Jugendmode verstanden, die sie mitgemacht haben. Unabhängig davon, ob die Jeans als politisch angesehen wurde oder nicht, hatte sie die Funktion der Abgrenzung vom Elternhaus oder auch von der Schule. Generationenkonflikte wurden nicht nur in der Mode sichtbar, sie wurden auch mittels spezifischer Bekleidungsstücke ausgetragen. Die Jeans war damals (noch) keine Massenmode, sondern als „jugendkulturelle Mode Ausdruck jugendkultureller Identitäten“ (Mann 2004b: 128). Wie in diesem Kapitel bereits erwähnt wurde, symbolisiert die Jeans aber nicht nur eine bestimmte Generationszugehörigkeit, sondern sie wird auch mit Geschlechteridentitäten und Geschlechterrollen in Zusammenhang gebracht. Das wird im nächsten Ergebniskapitel nun eingehender beleuchtet.

5.3. Geschlecht

Nachdem mein Forschungsinteresse in den Gender Studies verortet ist, bildet die Frage danach, wann und ob Geschlecht thematisiert wird, einen Schwerpunkt.

In dem Zusammenhang lassen sich meine Interviewpartnerinnen in zwei Gruppen einteilen: Christine und Petra bilden eine Gruppe, die beide viel über die eigene Geschlechtlichkeit nachgedacht und reflektiert haben, dies insbesondere durch ihre Identifikation mit Männlichkeiten. Bei den anderen Interviewpartnerinnen wird Geschlecht sehr viel seltener und vor allem viel weniger explizit thematisiert. Dies ist auch kaum überraschend, da eine gefühlte ‚Natürlichkeit‘ weniger Reflexion abverlangt, als wenn mit der eigenen Weiblichkeit oder gesellschaftlichen Vorstellungen von Weiblichkeit gehadert wird.

Christine bezeichnet sich als Feministin, und erzählt davon, dass sie als Jugendliche als Bursche wahrgenommen werden wollte. Auch die gesellschaftliche Ungleichbehandlung von Frauen und Männern findet Raum im Interview. Petra erzählt ebenso davon, dass sie gerne als Bursche gelesen werden wollte. An einem Punkt im Interview sagt sie, dass ihre Mutter sie als Mädchen sehen wollte – sie aber eher Bube war. Später führt sie aus, dass die Beziehung zu ihrem eigenen Geschlecht wechselhaft war. So hat sie mal mehr männliche, mal mehr weibliche Tendenzen ausgelebt, am liebsten aber beides gleichzeitig. Sie illustriert dies damit, dass sie gerne Jeans und Minirock kombiniert habe. Hierbei werden Kleidungsstücke wieder vergeschlechtlicht: der Rock ist weiblich, die Hose

männlich konnotiert. Diese Zuweisung taucht in den Interviews immer wieder auf und entspricht dominanten Modekonventionen.

Die anderen Frauen erzählen impliziter von Geschlecht oder tun dies erst auf meine Nachfragen hin. So erzählt Eva, dass es eigentlich nur ein einziges Jeansmodell gegeben hätte, auf meine Frage, ob das ein Damen- oder ein Herrenmodell gewesen sei, oder ob es sich um Unisex-Mode gehandelt habe, antwortet sie sehr bestimmt, dass das schon eine Frauenhose gewesen sei. Susanne erzählt mir davon, dass sie das Hemd ihres Großvaters getragen habe, weist aber von sich, dass es sich dabei um ein Spiel mit Weiblichkeit und Männlichkeit gehandelt hätte, sondern dies einfach modisch gewesen sei. Beide Aussagen deuten darauf hin, dass den Befragten geschlechtliche Eindeutigkeit wichtig ist.

Weiblichkeit wurde bei den Interviews überwiegend im Kontext von Mode und in der Verweigerung von Moden thematisiert. Dabei spielen Schönheitsideale eine zentrale Rolle. Diese sollen folgend beleuchtet werden.

5.3.1. „Ich hatte aber auch nie die Figur für eine ganz enge Jean“ – Schönheitsideale

Weiblichkeit wird in den Interviews oft über die Abgrenzung zu anderen Frauen bzw. zu Vorstellungen von Weiblichkeit hergestellt. Dabei wird insbesondere auf Stereotype zurückgegriffen, die man selber nicht bedienen kann oder nicht bedienen will. Das bezieht sich sowohl auf Körperbilder wie Schlankheit, lange Beine, Wespentaille, aber auch auf Bekleidung und Accessoires und das Design derselben, wie Glitzer, High Heels, Schminke, Kleider und Röcke oder Stickereien.

Mehrere Frauen lehnen diese Modestile ab, die sie als besonders ‚weiblich‘ ansehen. Christine formuliert das besonders explizit:

Es gibt ja viele Frauen, ich seh‘, die (--) es gibt ja diese besonders weiblichen Jeans auch, die zieh ich nicht an, die besonders weibliche die, [...] unten enger werden, und die werden dann mit High Heels getragen oder so, das ist ein besonderer Stil, den ich halt nicht hab‘ (Christine).

Auf meine Frage, ob Karin Jeans modisch findet, fallen ihr ebenso direkt hohe Schuhe ein:

Also Jeans können richtig Alltagsgewand sein, aber sie können durchaus, ich mein was ich ja nicht tue, aber Jeans mit High Heels schon, so. [...] Nur High Heels sind

nicht meine Schuhe [lacht]. Beziehungsweise ich hab‘, schaff‘ überhaupt keine Absätze (Karin).

Es kommt hier zu einer Verstrickung von Mode, Weiblichkeit und gleichzeitig der Distanzierung davon. Dabei wird kaum hinterfragt, was Kleidung zu Männer- oder Frauenkleidung macht und welche Schönheitsideale damit verbunden sind. Wenn Barbara Vinken davon spricht, dass „[t]he first-degree fetishism of clothing becomes tangible in the female body, which is overstressed in its secondary sexual characteristics“ (Vinken 2005: 25), dann sind genau diese Artefakte, wie High Heels oder Korsetts gemeint, die den weiblichen Körper und dessen Haltung auf bestimmte Art betonen und formen. Auch Petra spricht das Thema an, wenn sie sich „[n]icht einzwängen lassen [will] in irgendwelche Korsetts oder BHs oder sonstige Sachen“. Während auf der einen Seite diese Trends abgelehnt werden, wird die Jeans gleichzeitig zur modischen Selbstoptimierung genutzt, um Körperstellen zu betonen, Blicke zu lenken oder auch zu kaschieren.

Dies wird teilweise in der Wahl oder Behandlung der Jeansmodelle sichtbar. Susanne hat sich beispielsweise mit Jeans in die Badewanne gelegt, damit sie anliegend und figurbetont werden.

Damit sie wieder schön eng ist, hat man sich dann mit der Hose in die Badewanne gesetzt und am Körper trocknen lassen, dann war‘s wirklich steinhart, extrem eng, wenn man‘s ausgezogen hat und wieder anziehen wollte, dann ist‘s kaum zu gegangen, dann gab‘s dieses (--) jo, schöne Experiment, dass du dich auch aufs Bett legst am Rücken und mit Gewalt den Zipf zuziehst (Susanne).

Petra war eine Jeans gar so zu eng, dass sie sie nicht ohne fremde Hilfe schließen konnte. Sie hat einen Kollegen, den sie in morgens am Bahnhof getroffen hat, um Hilfe gebeten.

[D]ann bin ich mit der engen Hose, die ich nicht zugekriegt hab‘, bin ich zum Bahnhof [...] und da hab‘ ich gesagt [erstickte Stimme] ‚Entschuldigung, kannst mir bitte die Hose zu machen?‘ [lacht] Dann hat er mir in der Früh die Hose zugemacht, weil ich hab‘s nicht geschafft (Petra).

Auch Ingrid wollte anliegende Jeans, dafür hat sie sich nicht in die Badewanne gelegt, sondern sich diese gleich zu klein gekauft.

Nein, aber zum Anziehen, wenn man sie immer zu eng kauft mit den Rücken aufs Bett gelegt, Bauch eingezogen und dann schnell hochgezogen und den Reißverschluss zu [lacht] (Ingrid).

Demzufolge sollte die Jeans nicht nur eng sitzen, sie sollte so eng sein, dass sie liegend oder gleich von anderen zugezogen werden musste.

Das Bild der am Bett liegenden Frau, die mit dem Reißverschluss ihrer Hose kämpft, wird oft mit Frauen und Jeans in Verbindung gebracht. In der Populärkultur ist es immer wieder Motiv in Filmen, beispielsweise in „Dazed and Confused“ (1993) oder „Bridget Jones’s Diary“ (2001).

Die Motive, sich mit Jeans in die Badewanne (oder in den Teich) zu legen oder eine so enge Hose zu haben, dass man sie im Liegen anziehen muss, tauchen gehäuft auf. Neben Susanne und Christine erzählt auch Marianne davon, mit der Hose gebadet zu haben: „In den Teich gesprungen, also ins Wasser gesprungen mit der Jeans und dann trocknen lassen am Körper, das war schon (--) (Marianne).

Susanne berichtet, dass die Beine durch die enge Hose möglichst lange aussehen sollten, den Effekt hat sie durch Plateauschuhe und breite Gürtel noch verstärkt, zusätzlich wollte sie so das Bild einer schmalen Taille kreieren. Karin hat sich diesem Trend verwehrt und betont Komfort.

Was ich nie so mitgemacht hab, was mit der Jean ja schon also dazugehört, so dieses Jeans *ganz, ganz* eng, also so dieses sich hinlegen, und du kriegst es fast nicht zu, also das, da war ich immer zu (--) zu sehr: ‚Es soll bequem sein‘ oder so. (Karin)

Nicht nur Karin nennt Gemütlichkeit als zentrales Kaufmotiv, auch für Eva ist es der wichtigste Aspekt beim Kauf einer Hose. Bei Susanne und Christine wird Komfort nicht so häufig im Interview genannt, aber auch ihnen ist es wichtig, dass eine Hose bequem ist. Obwohl Petra davon erzählt hat, dass sie die Jeans selber nicht zumachen konnte, beteuert sie an einer anderen Stelle im Interview, dass sie sich von Mode nicht einzwängen ließe. Auf die Inkonsistenz angesprochen, sagt sie, dass sich der Wunsch nach Bequemlichkeit erst später entwickelt habe, und erklärt: „Man muss da überall durch, glaube ich, um zu erkennen, was man nicht will“. Für sie wurde Komfort erst im Erwachsenenleben ausschlaggebend.

Bei mehr als der Hälfte der Interviewpartnerinnen beeinflussen die eigene Körperlichkeit und gegenwärtige Schönheitsideale, welche Hose gekauft wurden und werden. Besonders das eigene Gewicht spielt eine große Rolle bei der Auswahl und Vermeidung bestimmter Schnitte oder Stoffe. Ingrid wünscht sich, dass ihre Hosen „ein bisschen bauchverhüllend sind [lacht]“. Eva gefallen unterschiedliche Jeansmodelle, welche sie kauft, „das kommt

immer ganz drauf an, welche Figur ich im Moment dann hab [lacht]“. Karin sagt von sich, dass sie „doch relativ dicke Wadln“ habe und daher ein ambivalentes Verhältnis zu Röhrenjeans besitze. Sie ergänzt: „Aber an und für sich gefallen sie mir, also diese Röhr-Dinger. Also vor allem bei großen Frauen, was ich natürlich selber nicht bin.“ So ist auch Karins Körpergröße für sie ausschlaggebend. Dies ist auch bei Marianne der Fall, die manche Schnitte partout ausschließt.

Es war eher immer so wie jetzt, also eher pummelig oder etwas untersetzter, und hautenge Jeans war sowieso nie das Thema, weil ich gedacht hab, das passt sowieso nicht. Und es hat auch wirklich nicht gepasst [lacht]. (Marianne)

Auffällig ist, dass diese Aussagen immer wieder mit einem Lachen quittiert werden. Auch sonst taucht diese Reaktion bei den Themen Körperlichkeit oder Schönheitsideale immer wieder auf, wie in der Erzählung von Karin über die Ausstellung eines Künstlers, die sie besucht hat: „[...] und in der Ausstellung sind halt auch seine ganzen Skizzen von den (--) Modellskizzen. Alle mit *solchen* Wespentailen [lacht]“ (Karin).

Während die Interviews auch sonst streckenweise humorvoll waren, war die Häufung bei diesem Themenkomplex doch auffällig. Unklar bleibt in diesem Zusammenhang, ob Humor genutzt wird, weil das Thema zu persönlich ist, ob sich die Befragten über die eigene „Eitelkeit“ lustig machen, oder ob das Aussprechen einen Reflexionsmoment über Schönheitsideale auslöst – das muss sich natürlich auch nicht bei allen Interviewpartnerinnen decken.

Eine weitere Beobachtung ist, dass Verhalten in Bezug auf die Jeans entpersonalisiert wird. Bei der bereits zitierten Aussage von Susanne – „Hat man sich dann mit der Hose in die Badewanne gesetzt und am Körper trocknen lassen, dann war’s wirklich steinhart, extrem eng, wenn man’s ausgezogen hat und wieder anziehen wollte, dann ist’s kaum zu gegangen“ – ist auffällig, dass sie aus einer entfernten Perspektive erzählt. Nicht „*Ich* habe mich mit der Hose in die Badewanne gelegt.“, sondern „*Man* hat sich in die Badewanne gelegt“. Diese Konstruktion ist auch bei Christine zu finden „dann hat *man* sich mit selbiger [Jeans] in die Badewanne gesetzt und so mit Bleichmitteln, nur an den Oberschenkeln“. Beide vermeiden sich selber als Akteurinnen zu benennen. So werden persönliche Erfahrungen generalisiert und als allgemeingültige (Mode-)Regeln benannt.

Der Bereich Schönheitsideal und Modediktat scheint den Interviewpartnerinnen insgesamt eher unangenehm zu sein, Lachen und generische Konstruktionen könnten entspannend

oder erleichternd wirken. Die Art, wie mit den Gefühlen zu Schönheitsidealen, Stereotypen und dem eigenen Körper umgegangen wird, ist eine spannende, hier aber zu weit führende, Forschungsfrage.

Auch sonst wirkt es, als würde es einige Tabus im Bereich „Schönheitsideale“ geben. Während Schmelzer-Ziringer (2015: 121) Attraktivität und sexuelles Begehren als zentrale Aspekte bei der Kleidungswahl sieht, wird dies in den Interviews nicht an- oder ausgesprochen. Grundsätzlich wurden Partner_innen nur sehr selten erwähnt, dabei nie im Zusammenhang damit, welche Jeans gefiel oder gewählt wurde. Auf andere attraktiv zu wirken, wurde nicht als Motiv der Kleidungswahl genannt, auch wenn es unwahrscheinlich ist, dass solche Überlegungen nie eine Rolle gespielt haben.

Die Selbstoptimierung und auch der Wunsch aktuellen Schönheitsidealen zu entsprechen, wirken jedoch zentral. Schmelzer-Ziringer (2015: 125) beschreibt den „Wunsch der Menschheit nach innerer und äußerer Schönheit, nach Jugend, der Überwindung von Alter, Angst, Neid und ähnlichen Unzulänglichkeiten als ein zeitloses Bedürfnis.“

Diesem kommt die Modeindustrie mit der Vermarktung eines unbeschwerten, elitären, jugendlichen ‚Lifestyles‘ entgegen, um Bekleidungs- und Kosmetikartikel zu verkaufen, die auf der Oberfläche des Körpers getragen werden und das innere Erleben, die Selbst- und Fremdwahrnehmung des eigenen Körpers optimieren sollen (Schmelzer-Ziringer 2015: 125).

Es wurde deutlich, dass Schönheitsideale massiv in die Vorstellung einer „guten“ oder einer „hübschen“ Jeans hineingespielt haben. Entweder, weil die Interviewpartnerinnen aus ihrer Warte nicht dem Schönheitsideal entsprochen haben oder weil sie versucht haben, bestimmte Körperteile oder -eigenschaften zu betonen. Gleichzeitig ist die ‚Verweigerung‘ gewisser Trends in den Interviews ein wiederkehrendes Motiv. So ist der Themenkomplex Schönheitsideale geprägt von Widersprüchen. Neben der Anpassung der Jeans an den eigenen Körper durch das Baden, wurden auch zahlreiche weitere Adaptionen genannt, die zum nächsten Kapitel überleiten. Folgend werden Handarbeit und Nachhaltigkeit der Jeans diskutiert.

5.3.2. „damit ich wieder passende Flicker habe für die nächste Hose“ – Handarbeit und Nachhaltigkeit

Die Themen Nähen, Reparieren, Sticken, Verzieren bzw. Handarbeit generell waren sehr viel präsenter in den Interviews, als ich bei einem industriell gefertigten Produkt wie der Jeans angenommen hatte. Bei dem Kategoriencluster „Handarbeit und Nachhaltigkeit“ habe ich lange überlegt, an welcher Stelle der Arbeit ich ihn eingliedere. Die Clusterbildung deutete jedoch darauf hin, dass dieses Unterkapitel ein Bindeglied zwischen der Adaption der Jeans, die bereits im Zusammenhang mit Schönheitsidealen erwähnt wurde, und der Diskussion von Care-Arbeit im nächsten Unterkapitel bildet. Zudem wurde es dem Überkapitel „Geschlecht“ zugeordnet, da ich die Vermutung habe, dass es in vergleichbaren Interviews mit Männern derselben Generation seltener angesprochen werden würde. Das kann ich an dieser Stelle nicht überprüfen, die Abwesenheit des Themas in der Literatur zu Jeans deutet jedoch darauf hin.

Immer wieder wurde in den Interviews davon berichtet, dass Jeans verziert oder die Lebensdauer der Jeans verlängert worden sei. Besonders bei Susanne ist das Thema präsent. Nachdem ihr eine Jeans beim Fahrradfahren in die Kette geraten ist, hat sie diese abgeschnitten und als Hotpants weitergetragen. Eine andere Jeans ist ihr zu kurz geworden, daraufhin habe sie sich „rechts und links noch Zwickel reingenäht, aus weißem Stoff und unten verlängert, auch mit weißem Stoff. Ja, das war irr damals“. Neben der Verlängerung der Lebensdauer der Jeans, war ein zentraler Aspekt die Individualität, die durch eine Jeans ausgedrückt werden sollte. So erzählt sie davon, dass sie ihre Jeans „mit Nieten verziert oder mit Kugelschreiber, Filzstiften Muster draufgemalt“ habe. Christines Behandlung der Jeans war gesundheitlich fragwürdig: „[D]ann hat man sich mit selbiger in die Badewanne gesetzt und so mit Bleichmitteln, nur an den Oberschenkeln, weil mehr durfte man nicht, und das war natürlich für die Haut auch (--“.

Auch hier treten Widersprüche auf. Obwohl Hosen bekritzelt und gebleicht wurden und Marianne von der Behandlung von Jeans mit „Wurzelbürsten“ erzählt (was sie aber selber nie gemacht habe), war auch Nachhaltigkeit ein wichtiger Aspekt.

[I]ch glaube, unsere Generation hat schon noch die Langlebigkeit und die Nachhaltigkeit mitbekommen von den Eltern, die ja aus der Kriegsgeneration sind, nicht? Das war (-- das versuche, oder habe ich auch meiner Tochter zu vermitteln versucht und ich glaube, das ist auch ganz gut angekommen (Marianne).

Dass Hosen lange halten, war einerseits aus ästhetischen, andererseits aus ökonomischen Gründen wichtig. Bei einigen Interviewpartnerinnen konnten oder wollten die Eltern kein Geld für Jeans ausgeben. Die Töchter nutzten das Ersparte vom Ferienjob, um sich eine Hose zu kaufen, die dementsprechend lange halten sollte. Dies war sowohl bei Susanne als auch bei Christine der Fall. Christine hat zwar ihre Cordhose von ihrer Mutter bekommen, die erste Jeans musste sie jedoch selber finanzieren.

Wenn ich mich richtig erinnere, war das noch irgendwie so ein bisschen verpönt Blue Jean zu tragen, also war das meine erste, aber relativ bald danach dann, möglicherweise mit 14, hab' ich begonnen ein bisschen eigenes Geld zu verdienen mit so Ferienjobs, und da habe ich mir dann Jeans gekauft (Christine).

Susanne generalisiert und erzählt davon, dass Kleidung grundsätzlich hochpreisig war.

Vor allem war das eine Zeit damals, wo Kleidung relativ teuer war [...] Jeder war stolz, dass er so ein Trumm einmal gehabt hat, so ein Stück, weil das war halt eigentlich, ja fast unerschwinglich, man hat sich's Großteils entweder verdient in den Ferien mit dem Arbeiten oder so oder vom Taschengeld zusammengespart (Susanne).

Nachdem sich Christine ihre erste Jeans selber finanziert hat, wurden die darauffolgenden von ihrer Mutter bezahlt. Christine erzählt, dass Jeans 200 bis 300 Schilling gekostet hätten, „das war viel Geld damals und von meiner Mutter quasi so abgespart“. Mariannes Budget war ebenfalls begrenzt, auch als sie schon berufstätig war.

Es war nicht die Zeit, wo wir wirklich sehr oft einkaufen konnten, auch als Lehrerin verdiente man damals nicht so viel, dass man (--) Es war die Zeit eine Wohnung zu suchen, eine Wohnung zu renovieren. Da [hatte ich] nicht das Geld für großartig oft Hosen zu kaufen, und wenn halt irgendetwas aufgescheuert war oder wirklich zerrissen war, dann hat man das auch geflickt, ja (Marianne).

Dabei wurde die Wertigkeit einer Jeans vor allem zu der Zeit als hoch eingeschätzt, als die interviewte Person selber (noch) nicht viel Geld hatte. Dieser Aspekt ist der Modeforschung oft fremd, da immer wieder die Kleiderpraxis von Mittel- und Oberschichtfrauen und -mädchen erforscht wird, aber selten von Frauen aus dem Proletariat oder Prekariat (McRobbie 1997: 78).

Ingrid erzählt davon, dass sie als junge Frau darauf geachtet habe, lange was von ihrer Kleidung zu haben.

Ich habe mit 20 das erste Kind gekriegt und mein Mann war 23, [...] Da haben wir nicht viel ausgemistet, weil es, wenn man was Neues wollte, eher sparsamer war [lacht] (Ingrid).

Inzwischen tauscht sie Jeans häufiger aus.

Wenn man sie jahrelang getragen hat [...] Dann nehme ich mir immer vor, wenn ich was Neues kauf, gebe ich irgendwas anderes weg. Ich bin keine (--) ich tu nicht horten – weder Kleider, Jeans, noch sonst irgendeinen Krimskrams (Ingrid).

In den letzten Jahrzehnten sind Jeans immer billiger geworden, gleichzeitig sind die Einkommen der befragten Frauen gestiegen. Parallel dazu hat sich die Qualität der Jeans, vor allem des Denims, verändert. So wird beispielsweise angesprochen, dass Jeans inzwischen durch das beigemischte Elasthan elastischer und damit komfortabler seien, gleichzeitig allerdings die Haltbarkeit begrenzt sei. Auch die Beimischung von anderen synthetischen Fasern wird erwähnt. Eva achtet beim Einkaufen sehr

auf die Qualität. Also ob das jetzt Baumwolle ist, oder (--) ich mag z.B. eben nicht das mit Polyacryl und Polyamid. Ja, einfach Naturfasern, das ist mir schon sehr wichtig (Eva).

Aufgrund der Materialmischungen ist es schwieriger Denim weiterzuverwenden Dies wird von Interviewteilnehmerinnen ebenso kritisiert. So sagt Petra:

Das war zuerst nur Komfort. Jetzt wird es auch zur Umwelt, weil (--) Ich habe jetzt einen Bericht wieder gehört wo sie die Altkleider sammeln, und die finden überhaupt nichts Passendes mehr, das ist nur mehr Dreck. Sagt dann, man kann ja nicht mal mehr Putzfetzen draus machen. [lacht] Aus einer Funktionskleidung kannst keinen Putzfetzen machen, weil wasserabweisend. Was soll der Scheiß? Kannst nur wegschmeißen (Petra).

Es werden also Naturfasern mit Haltbarkeit und Qualität assoziiert, Kunststofffasern hingegen auch mit dem Blick auf Wiederverwertbarkeit abgelehnt.

In den Interviews lag ein starker Fokus auf der Zeitspanne vom Kauf der Jeans bis zu dem Zeitpunkt, an dem sie beziehungsweise das Material verbraucht ist.

Wie die Hose überhaupt produziert wird, kommt in keinem einzigen Interview vor. Zugleich ist aber die Arbeit, die in der Produktion einer Jeans steckt, nicht weniger geworden. Durch die globalisierte Modeindustrie und das globale Lohngefälle werden

Jeans nur mehr selten in westlichen Ländern produziert, sondern vor allem in Textilfabriken des globalen Südens. Die Arbeitsbedingungen in diesen Fabriken werden von NGOs wie der Clean Clothes Kampagne oder World Vision kritisiert, insbesondere aufgrund von Kinderarbeit, unsicheren Arbeitsbedingungen und Löhnen, die nicht zum Leben ausreichen. Auch Medien kreiden die Herstellungsbedingungen immer wieder an – gerade, wenn ein Unglück passiert, wie der Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza 2013 in Bangladesch. Trotzdem ist dieser Themenkomplex in den Interviews nicht aufgetaucht. Aspekte wie ökologische oder soziale Nachhaltigkeit, werden zwar im Kleinen, Persönlichen gelebt, aber beeinflussen das Einkaufsverhalten kaum und werden selten angesprochen. Am ehesten gibt es noch eine Reflektion in Bezug auf Natur- und Kunststoffasern. Das ist sicher (auch) darauf zurückzuführen, dass die Jeans inzwischen ein Massenprodukt ist, dass es in allen möglichen Preiskategorien gibt. In der Zeit der Adaption der Jeans war dies noch nicht der Fall. Die Jeans war ein Produkt, das als hochwertig angesehen wurde, ein Statussymbol war, teuer und nicht immer leicht zu bekommen. In den späten 1960er, frühen 1970er Jahren war die Jeans auch nur in wenigen Modegeschäften erhältlich. So berichtet Susanne von lediglich zwei Geschäften in Wien, wo sie die Jeans erwerben konnte, einem in der Judengasse und einem zweiten in der Mariahilfer Straße, die damals noch keine Einkaufsstraße war.

Auch weiterhin wird es als Verschwendung angesehen, eine Jeans wegzuworfen, nur weil sie nicht mehr so ‚schön‘ ist. Bei der befragten Gruppe zeichnet sich ein Verwertungszyklus ab: Neue Jeans werden ins Kino, ins Theater oder auch zur Lohnarbeit angezogen. Hosen, die Gebrauchsspuren aufweisen, werden zu ‚Alltagshosen‘ und später zu ‚Arbeitshosen‘. Dabei sind mögliche Alltagssituationen z.B. Besuche von Freund_innen und Familie, Lebensmitteleinkauf – und augenscheinlich auch die Interviewsituation. ‚Arbeit‘ bezeichnet in diesem Zusammenhang Reparatur-, Garten- oder Care-Arbeit und nicht Lohnarbeit. Diese Hosen dürfen löchrig, geflickt oder fleckig sein. Die Jeans als ‚Arbeitshose‘ verweist also wieder auf die Ursprünge als robuste Hose, die schmutzig werden darf.

Auch nachdem eine Hose als ‚Arbeitshose‘ ausgedient hat, ist der Lebenszyklus der Jeans noch nicht vorbei. Manche der interviewten Frauen verarbeiten zerschlissene oder anderweitig untragbar gewordene Jeans weiter. So wird Upcycling betrieben, in dem unter anderem Federmappen oder Taschen aus kaputten Jeans genäht werden. Die Reste werden

ebenfalls oft weiterverwendet, indem beispielsweise alte Textilien noch als Putzfetzen genutzt werden.

Die Trennung zwischen Produktion und Konsum, die Angela McRobbie (1997: 75) in der Forschung kritisiert, wird so in der Praxis transzendiert. Die Interviewpartnerinnen sind sowohl Produzentinnen als auch Konsumentinnen. Dies zeigt sich nicht nur bei Reparaturen und Upcycling von Jeans, sondern gilt allgemeiner: Oftmals haben die Interviewpartnerinnen auch Kleidung für ihre Kinder hergestellt. Beispielsweise hat Christine aus ihrer eigenen alten Jeans eine neue für ihren Sohn hergestellt:

Ich habe eine alte Jean von mir zerschnitten und die hintere Tasche war vorne auf dem Latz, und den Gürtel habe ich abgeschnitten, waren die Träger, und kaum konnte er halbwegs gehen, hat er das gekriegt, also du siehst, ich war ganz narrisch irgendwie (Christine).

Marianne hat extra Denim gekauft, um ihrer Tochter eine Hose zu nähen.

Ich erinnere mich auch, dass ich aus einem Jeansstoff meiner Tochter, als sie 2 Jahre alt war eine Latzhose genäht hab, weil damals war der Jeansstoff für mich etwas gut zu verarbeitendes, ein gut zu verarbeitendes Material und auch praktisch – zum Waschen und zum Tragen, es war aber nicht so ein ganz fester Jeansstoff. Also da war schon, das war so in '78, '77 bis '78, wenn ich mich jetzt erinnere, ein Material, das ich für verschiedenes auch selbst verarbeitet habe (Marianne).

Eva hat für ihre Söhne sowohl Kleidung gestrickt als auch genäht.

Also wie's noch *Kleinstkinder* waren, habe ich Hosen gestrickt, mit so Latz, also aus Wolle. Und später dann habe ich ihnen Hosen auch genäht – Leinenhosen. Da waren wir im Mühlviertel und da war in der Nähe so eine Weberei, und da hat man ganz günstig so Leinen- und so Bauwollstoffe kaufen können, und da habe ich sogar Bundfaltenhose gemacht für die Kinder (Eva).

Auch hier spielen wieder finanzielle Überlegungen mit. Während inzwischen Stoffe oft einen Meterpreis haben, der mit fertigen Produkten nicht mithalten kann, war das vor 40-50 Jahren noch anders. Selber nähen hat Geld gespart, zumindest so lange die Arbeitszeit nicht einberechnet wurde. So haben Petra, Susanne, Christine und Eva privat genäht. Dies haben sie oft von ihren Müttern oder Großmüttern gelernt, aber teilweise auch in der Schule. Gleichzeitig berichtet keine Interviewpartnerin, davon, dass das Nähen ein besonderes Hobby von ihnen gewesen sei. Das deutet auf die notwendige oder auch von

ihnen erwartete Arbeit hin, die sie zuhause geleistet haben. Karin und Susanne erzählen, dass auch ihre Mütter für sie Kleidung genäht hätten. Dabei war Karins Mutter beruflich Schneiderin. Eva war Arbeiterin in einer Fabrik, in der Leggings hergestellt wurden.

McRobbie beschreibt:

Consumption has been an aggravated activity. It has most certainly been linked with the necessity of both paid work and also with unpaid work in the home (Mc Robbie 1997: 74).

Und obwohl McRobbie dabei frühere Jahrzehnte beschreibt, nämlich den Zeitraum von 1850 bis ins frühe 20. Jahrhundert, ist diese Beobachtung auch in den 1960er bis 1980er Jahren in den Erzählungen der interviewten Frauen präsent. Neben der Versorgung der Kinder mit Kleidung wird auch von anderen Tätigkeiten berichtet, die sich unter die Begriffe *unbezahlte Arbeit* oder Care-Arbeit subsumieren lassen. Gleichzeitig wird in den Interviews thematisiert, dass sich die gesellschaftlichen Erwartungen an Frauen und Männer in der Zeit von Kindheit bis ins Alter der Interviewpartnerinnen geändert haben.

5.3.3. „Das muss. Und es geht. Ich weiß auch nicht. Vielleicht wird es besser.“ – Care-Arbeit und gesellschaftlicher Wandel

In den Interviews hatte ich zuerst den oberflächlichen Eindruck, dass meine Interviewpartnerinnen besonders konfliktreiche Beziehungen mit ihren Müttern hatten. Bei genauerer Analyse, wird jedoch sichtbar, dass Mütter sehr viel häufiger erwähnt werden, und es schwierig ist, auf die Qualität der Beziehung zu den Vätern einen Rückschluss zu ziehen. Mütter werden 54-mal erwähnt, Väter nur 17-mal. Die Mütter werden dabei in verschiedenen Kontexten genannt, überwiegend in ihrer Rolle als Modeexpertin, die selber nähte, Vorstellungen hatte, wie ihre Tochter sich zu kleiden habe und Moderegeln vermittelte. Freizeitaktivitäten von Müttern werden nur dreimal genannt. Marianne erzählt, dass ihre Mutter höchstens zum Skifahren Hosen getragen habe. Ingrid berichtet davon, dass sie mit ihrer Mutter in die Oper und ins Theater gegangen sei und Susanne erwähnt, dass ihre Mutter gerne Modezeitschriften gelesen habe. Lohnarbeit kommt im Zusammenhang mit Müttern gar nur einmal vor: Karin erzählt, was ihre Mutter beruflich getan hat.

Bei den Vätern ergibt sich ein etwas anderes Bild. Auch hier wird nur einmal der Beruf des Vaters erwähnt, Ingrid erzählt, dass dieser Personalchef bei einer großen Firma gewesen

sei. Auch Hobbies werden nur einmal genannt, von Susanne, die bemerkt, dass ihr Vater in der Freizeit gefischt habe. Am häufigsten werden Väter erwähnt, wenn es um Verbote oder Konflikte bezüglich der Jeans geht. Viele der Väter wollten nicht, dass ihre Töchter Jeans oder generell Hosen anziehen. Petra ist die einzige Interviewpartnerin, die über gemeinsame Aktivitäten mit ihrem Vater spricht. Sie hat mit ihm Ziegel getragen, ein Baumhaus gebaut und die Dachrinne gestrichen. Dazu sagt sie:

Der hat sogar mich als Bub gefördert. Das war eher so, der hat sich einen Buben gewünscht, wie es damals üblich war [...]. Also ja, er hat das eher forciert, dass ich meine männlichen Anteile auslebe (Petra).

In Summe ergibt sich das Bild, dass die Mütter aktivere Beziehungen zu ihren Töchtern hatten. Dies kann auf verschiedene Phänomene hindeuten. Zum einen waren Väter traditionell wenig in die Kindererziehung involviert. Zugleich wird auch Mode als Frauenthema angesehen, dem von Männern wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde und denen diesbezüglich auch wenig Expertise zugetraut wurde. Dabei waren es oftmals die Väter, die strenge Vorstellungen darüber hatten, wie sich ihre Töchter oder Frauen generell kleiden sollten. Eva erzählt, dass ihr Vater, Frauen lieber in Röcken oder Kleidern sah. Susannes Vater bringt den Aspekt der Klasse ein, wenn er seiner Tochter sagt, dass sie wie ein „Arbeiterbua“ mit der Jeans ausschauen würde. Obwohl der aktive Part des Einkleidens oder Einkaufens Sache der Mütter war, hatten die Väter strikte Meinungen in Bezug auf das Bekleidungsverhalten der Töchter.

Auch bei den Interviewpartnerinnen selber wirkt es, als wären sie mehr für die Bekleidung der eigenen Kinder verantwortlich gewesen als die Väter. Das äußert sich in den zuvor besprochenen selbstgenähten Kleidungsstücken ebenso wie in der Reflektion über den Kleidungsstil der eigenen Kinder. Susanne erzählt, dass es ihr nicht gefallen habe, dass ihr Sohn Baggy Jeans trug. Marianne sagt, dass sie das erste Piercing ihrer Tochter ganz schrecklich gefunden habe, und Petra erwähnt, dass sie sich über die Markenfixierung ihrer Kinder geärgert habe. Die Befragten setzen diese Erfahrungen in Bezug zu den Konflikten, die sie mit ihren eigenen Eltern hatten. Susanne reflektiert: „Irgendwo verstehe ich auch meine Mutter jetzt, dass sie wie ich damals mit der Jean nach Hause gekommen bin: Ja, es ist irgendwo ein déjà-vu, ja“.

Petra erzählt zwar, dass sie sich einen Partner gesucht habe, der kinderfreundlich gewesen sei und mit dem sie sich die Arbeit aufgeteilt habe, zugleich sagt sie aber auch:

Man sieht jetzt zumindest viele Väter mit Kinderwägen, also da bin ich schon einmal froh, oder auch sonst die Kinder immer dabei. Das war ja damals auch noch nicht. Männer haben keinen Kinderwagen geschoben (Petra).

Petra ist die Interviewpartnerin, die Care-Arbeit am stärksten thematisiert. Sie erzählt von den Erwartungshaltungen, die sie als Tochter und Schwester erlebt habe.

Weil ich immer so allein war, habe ich gesagt: ‚Ich wünsch mir ein Geschwisterchen.‘ Und dann kam das Geschwisterchen elf Jahre danach, und das habe ich dann viele Jahre lang mehr oder weniger betreut, also aufgezogen (Petra).

Später hat sie ihre Mutter gepflegt. Sie hätte sich die Arbeit gerne mit ihrem Bruder geteilt, dieser hat das jedoch verweigert.

Petra: Zum Schluss war ich dann die Sachwalterin von ihr, und es war grauenhaft.

I: Und dein Bruder wollte es nicht übernehmen?

Petra: *Nein*. Kennst du Männer, die sowas freiwillig übernehmen? Pflege von Alten? Ich kenne keinen.

Sie hat die Aufgabe nicht gerne übernommen und sagt dazu: „Das muss. Und es geht. Ich weiß auch nicht.“

Diese Arbeitszuteilungen könnte auch ein Grund sein, warum Petra sich immer wieder mit Weiblichkeiten schwertut und mit Männlichkeiten kokettiert. Sie thematisiert auch den gesellschaftlichen Status von Männern und Frauen und unterstreicht diesen mit finanziellem Wert:

Also Männer waren damals einfach *noch* viel höher im Kurs als heute. Das ist ja immer noch, aber damals noch mehr. Wie ich dann Kinder bekommen habe, bekam ich Golddukat, für meine Tochter sechs Stück, und wie ich dann einen Sohn bekommen habe, habe ich neun Stück bekommen (Petra).

So wird von Petra besonders explizit die gesellschaftliche Ungleichbehandlung von Männern und Frauen herausgearbeitet, aber auch die anderen Interviewpartnerinnen sprechen diese an. So erzählt Karin, dass an der Universität, mit einer Ausnahme, nur Männer gelehrt hätten. Laut Christine war die Gerichtsordnung noch nicht darauf eingestellt, dass auch Frauen Juristinnen sind. Diese bestimmte, was sie anzuziehen hatte – allerdings wurde dort nur von schwarzen Beinkleidern gesprochen. Sie hat beruflich

Gebiete eingenommen, die traditionell männlich besetzt waren, und artikuliert das auch so. Christine spricht von der „Aneignung männlicher Räume“, und nennt neben dem Beruf explizit die Männerabteilung in Kleidergeschäften, die sie frequenziert.

[Das hat] sicher was mit Aneignung des männlichen Raums zu tun [...] Ich glaub, dass das irgendwie so damit zu tun hat. wenn ich ein männliches Kleidungsstück, für mich männlich konnotiertes Kleidungsstück nehme, weil ich ja auch in die *Männer*abteilung gehe, bewusst, denke ich, dass ich mir dann eben so die Männlichkeit reinhole (Christine).

Spannenderweise überträgt Christine die Raumaneignung auch auf Bekleidungsgeschäfte – eine Sphäre, die traditionell weiblich konnotiert ist. Noch immer räumen etwa die meisten Läden Frauenkleidung einen größeren Platz ein als Männerkleidung.

Obwohl die Jeans von allen getragen wird, wurde sie, besonders in den Anfängen des Jeans-tragens, oft mit Männlichkeit in Verbindung gebracht. Dies ist besonders auf die Eltern der Interviewpartnerinnen zurückzuführen. Alle Frauen, mit Ausnahme von Karin, erzählen, dass die Akzeptanz für Männer Hosen und Jeans zu tragen höher war als für Frauen. Dabei sagt Karin nichts Gegenteiliges, sondern spricht das Thema im Interview einfach nicht an. Mehrere Interviewpartnerinnen berichten, dass es bei ihren Brüdern oder männlichen Freunden stärker akzeptiert gewesen wäre, dass diese Jeans trugen. Sie hatten deswegen weniger Konflikte im Elternhaus und weniger Regeln in der Schule. Ingrid erzählt, dass sie mit Eltern Konflikte bezüglich der Jeans ausgetragen habe, die ihr drei Jahre jüngerer Bruder nicht gehabt hätte. „Wahrscheinlich war es bei ihm schon irgendwie einfacher. Ich glaub das war einfach ‚Ein Mädchen trägt sowas nicht‘“ (Ingrid). Sie ergänzt, dass das Jeanstragen „bei den Burschen eher schon geduldet war wie bei den Mädchen. Das ist lang her, es hat sich viel getan seither“ (Ingrid).

Insgesamt zeigt sich die Tendenz, dass Mode weiblich gedacht wird und die Vorstellung von Mode als weiblicher Sphäre manifestiert wird. Zugleich gilt ein patriarchales Regelwerk im Hintergrund. Gleichzeitig wurde Gesellschaftlicher Wandel in der Geschlechterfrage beobachtet, benannt und illustriert. Die Mütter der Befragten haben spät oder nie angefangen Jeans zu tragen, während es für die Töchter schon selbstverständlich war. Ebenso selbstverständlich war es für sie, einem Beruf nachzugehen, sehr viel selbstverständlicher als für die Generation vor ihnen. Ungleichheiten in der gesellschaftlichen Wertigkeit von Männern und Frauen und in der Verteilung von

unbezahlter Arbeit sind in die Biografien der Befragten eingeschrieben und tauchen auch anhand des Beispiels Jeans auf.

5.3.4. „Weil da hol ich mir von beiden was ich brauche“ – Androgynität und Verkleidung

Christine spricht davon, dass sie als Jugendliche eigentlich ein Bursche sein wollte. Auf die Frage nach Idolen antwortet sie: „Ja sicher waren so ein paar Schauspieler, Clint Eastwood vielleicht, dabei. Also wenn Idole, waren das immer Männer.“

Das hat sie durch ihren Kleidungsstil und ihre Frisur ausgedrückt und durch bewusste Körpersprache verstärkt. So hat sie gerne ihre Hände lässig in die vorderen Hosentaschen eingehängt, eine Körperposition, die mit der damals überwiegenden Damenbekleidung gar nicht möglich war.

Und das hat so ein bisschen diese männliche Körpersprache, also sprich so ein wenig das Becken nach vorschieben, und körperlich eine gewisse Präsenz zeigen, weniger dieses weibliche, etwas zurück haltende (Christine).

Männlichkeit wird bei Christine mit Raum und Raum (ein-)nehmen assoziiert.

Christine wurde als Ehefrau eines Diplomaten von einer anderen Diplomatingattin unterwiesen, wie sie sich zu kleiden hätte – was sich sowohl für die Schicht als auch ihr Geschlecht gehöre.

Und die hat, die hat also dann mir quasi vorgeschrieben, was ich dann anzuziehen habe und ist auch mit mir einkaufen gegangen. Und dann habe ich halt so ein paar Sachen so gekauft [...] Für mich war das irgendwie wie eine Verkleidung. (Christine)

Privat hat Christine jedoch weiterhin Jeans getragen, und später auch in der Arbeit. Eine Ausnahme gab es in ihrem Leben: In der Schwangerschaft hat Christine weite Kleider bevorzugt, diese fand sie bequemer. Spannend daran finde ich, dass Christine gerade in einer Lebenssituation, die oft als Inbegriff von Weiblichkeit angesehen wird, auch stilistisch ‚weiblicher‘ aufgetreten ist. Nach der Geburt ihres Kindes kehrte sie zu Jeanshosen zurück. Auch außerhalb von konservativen Kreisen hat sie damit angeeckt. In den 1970er Jahren war Christine immer wieder in der Redaktion des feministischen Magazins Emma, dort wurden Jeans als Teil eines männlichen Lebensentwurfes eher abgelehnt. Getragen wurden laut Christine wallende Kleider oder die berühmten lila

Latzhosen. Christine hat jedoch unbeirrt weiter ihre blauen Jeans getragen und sich damit als Außenstehende gefühlt. Sie sagt dazu:

Na, ich glaub das war in den 70ern, was ich versteh, aus feministischer Sicht war alles, was *Frauen* den Männern abgekupfert haben. Für mich war das eine Eroberung eines männlichen Raums, aber für manche war das eher ein Abkupfern, das nicht gewünscht war. Man übernimmt ein männliches Ritual oder ein männliches Kleidungsstück quasi unhinterfragt. Würde ich heute auch ein bisschen so sehen, ja.

Christine spricht damit das Dilemma an, das auch in der Kleiderforschung immer wieder angesprochen wird, und auch im Kapitel „Androgyn, Unisex, Queer?“ thematisiert wird. Unisex bedeutet in der Mode eben oft keine „Neutralität“ oder das Auflösen von Geschlechternormen, sondern die Übernahme der unmarkierten Männlichkeit, das Anpassen an eine Norm, ohne diese Ernsthaft in Frage zu stellen (Vinken 2013: 15, 36).

Die eigene Weiblichkeit oder „Frau-Sein“ wird meist im Hinterfragen derselben thematisiert, so bei Christine und Petra, dabei werden die eigene Männlichkeit oder männliche Attribute hervorgehoben. Dies schließt an Gildemeisters Beobachtung an, „dass sich Konstruktionsweisen von ‚Normalität‘ vor allem dort gut erschließen lassen, wo diese ‚Normalität‘ verletzt oder durchbrochen wird“ (Gildemeister 2010:142). So sagt Christine beispielsweise, dass sie sich mit femininen Dingen nicht identifizieren kann.

In Christines und Petras Interviews taucht das Motiv auf, dass sie als Mann oder Bursche wahrgenommen werden wollten. Dieser Wunsch wird durch Kleidungsstücke sowie Verhalten oder Körpersprache transportiert.

[I]ch hatte so mit 14, hab‘ ich so den strengen Wunsch gehabt, dass ich eigentlich ein Bursche sein wollte und hab mich auch entsprechend gekleidet und die Frisur und die Jeans haben so (--) wie soll ich sagen, das Thema Männlichkeit in der Körpersprache so unterstützt (Christine).

Bei Petra wurde dies als Kind vom Vater stark gefördert. Der Vater hatte sich einen Sohn gewünscht, der erst elf Jahre nach Petras Geburt auf die Welt kam. Petra erzählt dann von Aktivitäten, die ihr Vater und sie gemeinsam gemacht haben, die sie männlich konnotiert:

[D]a hat er versucht (--) hat mir ein Baumhaus gebaut, da war ich noch viel zu klein, da hat er mich ins Baumhaus raufgesetzt, dann habe ich nicht mehr runterkönnen und so, dann musste ich mit ihm Dachrinnen streichen und Ziegel schupfen (Petra).

Ihre Erzählungen dazu wirken nicht sehr glücklich, sind von „müssen“ und Zwang geprägt. Trotzdem hat Petra als junge Frau die Freundschaften mit und die Anerkennung von Männern gesucht.

Das Einzige, wo ich einmal bei einem Lagerfeuer, da hab' ich mir eine Glatze geschnitten gehabt. Da war ich mit Glatzkopf unterwegs. Lederjacke, Jean. Und da hat mir einer, ein Mann, oder, auf die Schulter geklopft und hat gemeint ‚Mogst du a a Bier hobn?‘. Hob i gsogt ‚Jo‘. Da bin ich irgendwie schon als Bursch durchgegangen. Hab' ich mir gedacht das gefällt mir gut (Petra).

In dieser Situation wird deutlich, wie sehr Geschlecht in Interaktion dargestellt wird. Petra hat bewusst *identifactory displays* genutzt, um *gender* auszudrücken.

Diese Überlegungen setzt sie mit ihren Beziehungen zu ihren Eltern in Bezug, die ebenso wechselhaft waren. Sie erzählt auch, dass ihre Mutter misogyn gewesen sei und ihr Vater sich einen Sohn gewünscht hätte, stellt aber im Interview keine Verbindung zwischen ihrem Wunsch als Bursche wahrgenommen zu werden und der Wertung der Eltern her.

Obwohl Petra selber versucht Klischees zu brechen und von sich sagt, dass ihr egal sei, was andere Menschen trügen, bewertet sie im Laufe des Interviews immer wieder, welche Bekleidung ihr bei anderen Menschen aufgefallen ist. Besonders drastisch fällt eine Wertung im Gespräch über Hosentaschen aus. Sie selber präferiert Handtaschen, meint aber, bei Männern wären Hosentaschen wichtiger, da diese oft die Geldtasche in der Gesäßtasche tragen würden. Damit würden sie sich laut Petra die Wirbelsäule ruinieren, da sie immer schief säßen, aber Männerhandtaschen stellen auch keine Option dar:

Ja aber das schaut schwul aus, also das hat damals schon schwul ausgeschaut (--) find (--) ein Mann mit so einem (--) uahh! Also ich weiß nicht, für mich geht das gar nicht. Keine Ahnung warum (Petra).

Hier kommt es auch zu einer Vermischung von Vorstellungen von Geschlecht und Sexualität: Ein ‚richtiger‘ Mann ist heterosexuell, ein ‚richtiger‘ Mann trägt keine Handtaschen, ein Mann mit Handtasche muss schwul sein (oder schaut zumindest so aus). Zudem wird eine sexuelle Orientierung, die von der heterosexuellen Norm abweicht, negativ empfunden und abgewertet. Trotz aller Selbstreflexion zu Weiblichkeit und Männlichkeit wird hier eine rigide Geschlechtsterritorialisierung offenbar.

Die Frage danach, ob die Jeans als androgyn, unisex oder queer gesehen wird, lässt sich nicht so leicht beantworten. So meint Karin, dass ihre frühen Jeans wohl eher unisex waren, wirkt dabei aber nicht sehr sicher oder überzeugt. Christine sieht die Jeans eher als Männerhose, auch heute kauft sie in der Männerabteilung. Auch Petra sieht die Jeans eher als männlich an.

Also ich bin auch so Jeans und Minirock. Also die Kombination mag ich ganz gern.
[...] Weil da hab ich dann beides gleichzeitig. Da hab ich dann den Rock, ‚Ich bin ein Mädchen!‘, und ich hab die Hose, ‚Ich bin ein Bub!‘ (Petra).

Eva meint, dass ihre frühen Jeans schon Frauenhosen waren. Ingrid erinnert sich daran, dass ausgestellte Hosen sowohl bei Frauen als auch bei Männern modern waren.

Nachdem ich so viele verschiedene Antworten erhalten habe, würde ich die Jeans in den 1960er, 1970er Jahren in Österreich als Kleidungsstück ansehen, das rigide Geschlechterzuordnungen transzendiert. Damit gab es eine Phase in Österreich, in der die Jeans als Unisex-Kleidungsstück anzusehen ist, auch subversives Potential hatte, und zumindest isoliert (also ohne Accessoires) nicht als *identificatory display* geeignet war. Die Trägerinnen konnten die Hosen so deuten und tragen wie sie wollten, sich männlich oder weiblich markieren oder sich auch uniformieren, so wie Karin mit Jeans, T-Shirt und Parker oder Christine mit Jeans und Collegepullover. In den Subkulturen wird durch die einheitliche Bekleidung die markierte Geschlechtlichkeit reduziert. Gleichzeitig tritt auch hier ein, was sowohl Callahan und Paoletti (2007: 128) als auch Vinken (2013: 32f) kritisieren: Die Unisex-Mode bewege sich nur in eine Richtung, Frauen könnten männlich konnotierte Kleidungsstücke tragen, Männer jedoch keine weiblichen – wie Petras abwertende Bemerkung zu Handtaschen bei Männern illustriert.

Androgyne Modetrends in ihrer Definition als Kombination von ‚weiblichen‘ und ‚männlichen‘ Kleidungsstücken sind jedenfalls zu beobachten. Susanne hat ihre Jeans mit weiten Hemden kombiniert, die sie vom Großvater „geschnorrt“ hat. Dazu hat sie einen breiten Gürtel getragen, der die Taille betont. Auf meine Nachfrage, ob sie da auch mit „Männlichkeiten und Weiblichkeiten“ gespielt habe, antwortet sie:

Na, das war eben nur weil das, diese weiten, überweiten Ärmel und der überweite Rücken, dass das alles so schön gepludert hat und dann diese ganz breiten, diese Gummigürtel, so 12-15 Zentimeter, was man so gehabt hat (Susanne).

Mit ihrer Aussage „was man so gehabt hat“ verweist Susanne auf den damaligen Trend – für sie ist das weder ein politisches Statement noch geschlechtlich konnotiert, bzw. wenn eher auf Frauenmode bezogen. Ich würde das beschriebene Outfit bzw. den damaligen Trend jedenfalls als androgyn bezeichnen, so wie Paoletti (2015: 18) es auch getan hat, Susanne hat dies aber entweder nicht bewusst gemacht, oder wollte das nicht so sehen. Gleichzeitig werden eher Jeansmodelle genannt, die in der Damenmode populärer waren oder sind als in der Herrenmode.

Bleibt die Frage, ob die Interviews einen Hinweis auch auf queere Praktiken geben? Man könnte argumentieren, dass die Jeans in den 1970er Jahren ein queeres Element hatte, da sich die befragten Frauen alle gegen vestimentäre Normen aufgelehnt haben, sich durchgesetzt haben, Hosen zu tragen, trotz der Ablehnung durch Elternhaus und Schule. Zugleich war es eine verbreitete Praxis – zumindest in dieser Altersgruppe. Daher würde ich der Jeans einen rebellischen Moment, jedoch keinen queeren attestieren. Zudem bleibt das Problem, dass der Begriff ‚queer‘ erst später geprägt wurde, und in meinem Verständnis eine Eigen- und keine Fremdzuschreibung sein sollte.

Die kurze Phase, in der die Jeans geschlechtlich uneindeutig war, wurde schnell von der Modeindustrie beendet. Die Schnitte, Materialien, Applikationen wurden so abgeändert, dass im Verkauf keine Uneindeutigkeiten mehr geben konnte, die es ja in der Logik des Modesystems und der binären Geschlechterordnung auch nicht geben darf. Dass sich dies in den letzten Jahren noch verstärkt hat, zeigt sich in den Erzählungen der Frauen, in dem, was sie heute tragen. Sie schätzen Elastan, haben Jeans inzwischen in verschiedenen bunten Farben, und kaufen zum Großteil in der Damenabteilung.

5.3.5. “Es war ein Hauch von Freiheit” – Freiheit und Sicherheit

Die Assoziation der Jeans mit dem Begriff „Freiheit“ wie er in der Literatur immer wieder vorkommt, wird auch in den Interviews reproduziert. Die Jeans bedeutete Loslösung von den Eltern, die Freiheit sich zu bewegen, auf Bäume zu klettern, Fahrrad zu fahren.

Mit dieser Freiheit ist also insbesondere Bewegungsfreiheit gemeint. Gleichzeitig werden aber Schutz oder Sicherheit im Zusammenhang mit Freiheit genannt, Motive, die nur auf den ersten Blick widersprüchlich wirken.

Hierbei ist zu beachten, dass die Perspektive der Freiheit stark von einem Sicherheitsgefühl geprägt ist. Freiheit wird immer wieder in einem Atemzug mit Schutz genannt – Schutz vor

geschlechtsspezifischer Gewalt. Die Jeans bietet die Möglichkeit sich hinzusetzen, ohne ungewollte Einblicke zu gewähren, sich vor Blicken und Kommentaren zu schützen, sie stellt eine Barriere für unerwünschte Berührungen dar. Petra erzählt gar, dass sie ihre schmutzige Jeans als Schutz vor sexuellen Übergriffen trug. Darauf komme ich später noch einmal zurück.

Für die interviewten Frauen bedeutet die neue Bewegungsfreiheit auch ein in Kauf nehmen von Risiko und eine Überwindung von Angst. Das äußerte sich vor allem im Kontext von Reisen und Freizeitaktivitäten.

Karin sagt dazu:

Also so dieses, diese angenehme Gefühl, du kannst dich setzen wie du willst. Du brauchst auch so, brauchst nicht aufpassen, ob da was verrutscht oder Sonstiges. Also das hat schon auch so vom körperlichen sich Bewegen eine Befreiung (Karin).

Auch Marianne schwärmt von der Jeans und von Freiheit im Kontext der Bewegung, davon, dass die Jeans auch im Wind Blickschutz bietet

Da war die Jean (--) eine Jean natürlich das A und O. Auf dem Schiff, auf der Fähre, das war sehr praktisch, und da habe ich das auch genossen. Wirklich frei zu sein, auf dem Schiffsboden sitzen zu können ohne irgendwelche Probleme zu haben [...] Wir sind elf Stunden auf der Fähre gewesen und windig und viele Leute, im Freien die ganze Zeit, das wäre undenkbar gewesen mit einem Rock oder mit einem Kleid (Marianne).

Diese Bewegungsfreiheit bedeutet nur für Frauen eine neue Freiheit. Männer haben sich schon vor der Jeans nicht vor Blicken fürchten müssen, haben nicht schauen müssen, ob ‚was verrutscht‘, wenn sie sich auf den Boden setzen, haben Wind genießen können. Hosen generell und die Jeans mit ihrem festen, dicken Stoff im speziellem haben in diesem Kontext ganz neue Möglichkeiten eröffnet. Gleichzeitig sind die Erzählungen über die Jeans ein Zeugnis davon, wie prävalent sexualisierte Gewalt in Frauen-Biografien ist.

Petra erzählt davon, dass sie zwei Wochen alleine als Anhalterin gereist ist. Dabei hat sie ein gewisses Risiko einkalkuliert, dass von Personen ausgehen könnte, die sie mitnehmen:

Die Jean, die hab ich ausgezogen, die ist von allein gestanden [...] Und da war ich auch absolut dreckig, weil ich mir gedacht hab, das törnt die vielleicht ein bisschen ab (Petra).

Diese Hoffnung war vergebens, denn gleich darauf erzählt sie von einem Erlebnis, das trotz der gemilderten Wortwahl sehr eindeutig einen versuchten sexuellen Übergriff darstellt:

Und der Typ, der Fernfahrer wollt mit mir schnackeln, und ich habe gesagt, ‚Du, ich habe Syphilis‘. Dann hab‘ ich ihn gesehen, wie er sich dauernd aus seinem Kanister die Hände wäscht (Petra).

Mit der Thematisierung von sexualisierter Gewalt und Versuche sich zu schützen, habe ich persönlich bei dem Thema Jeans nicht gerechnet. In der Reflexion sind wohl die Bereiche Bekleidung oder Mode auch bei mir weniger Ernst konnotiert. Bekleidung wird als Themenbereich oftmals banalisiert und die Beschäftigung damit wird belächelt. Dabei versucht diese Arbeit ja Mode als Praxis zu verstehen, daher darf nicht verwundern, dass Bekleidung eng mit dem Individuum verknüpft ist. Auch Sexualisierung und Fetischisierung sind in der Modetheorie wiederkehrende Themen. Trotzdem hätte ich es bei der Jeans weniger erwartet, als wenn ich beispielsweise Unterwäsche, Absatzschuhe oder Lederkleidung erforscht hätte. Gleichzeitig war ja eins meiner Ziele, dass ich mich mit Hilfe eines Artefaktes Biografien näherte, und es kann nicht überraschen, dass Frauenbiografien sexualisierte Gewalt beinhalten. Dieser Aspekt kommt auch höchstens unterschwellig in der Literatur vor. Friedmann (1988: 88ff) erwähnt zwar den Aspekt der „Sicherheit“, aber losgelöst von sexueller Integrität und sieht dieses auch bei jungen Männern. Zugleich betont er vielmehr den „erotischen Reiz“ von Jeans, sieht die Jeans bei Frauen vor allem als Sexsymbol. Die zitierten Interviewpassagen zeigen eher das Gegenteil. Die Frauen haben in die Jeans die Hoffnung gesetzt, dass sie nicht geschlechtlich markiert auffallen, nicht sexualisiert werden. Eine Hoffnung, die sich nicht bewahrheitet hat. Und dennoch, hat alleine die Illusion von Sicherheit Frauen das Vertrauen gegeben, sich freier zu fühlen und ‚abenteuerlicher‘ zu sein. Die Jeans ist in einer Zeit des Aufbruches und der Emanzipation populär geworden, gleichzeitig hat sie diesen Aufbruch begünstigt.

6. Fazit

Hier resümiere ich zunächst die wichtigsten Ergebnisse dieser Arbeit und weise auf weitergehenden Forschungsbedarf hin.

Eingangs wurde in dieser Arbeit die Geschichte der Jeans sowie die Rezeption der Jeans in der Wissenschaft skizziert. Dabei zeigte sich, dass sie insbesondere Ende des 20.

Jahrhunderts erforscht wurde und seitdem ein Nischendasein in der Forschung fristet. In der Literatur werden immer wieder Falschinformationen unkritisch übernommen, wie beispielsweise Geschichten über die Erfindung der Jeans. Als Nebeneffekt zeigte sich, wie erfolgreich Marketing sein kann, und wie kritisch man in der Forschung bleiben muss. Die Jeans trägt eine Vielzahl an Konnotationen mit sich. So wird immer wieder auf ihre Anfänge als Arbeiterhose, die Assoziationen mit dem Goldrausch, Cowboys und Freiheit verwiesen. Auch da zeigt sich das erfolgreiche Marketing von Levi Strauss & Co, die die Verknüpfung der Jeans mit dem amerikanischen Traum in Werbungen und PR bewusst forciert haben.

Auffällig ist, dass die Literatur meist von einer männlichen Norm ausgeht, was sich unter anderem dadurch zeigt, dass Frauen immer wieder einzelne Kapitel gewidmet werden, sich der restliche Text aber auf Männer bezieht. Männer kommen auch häufiger zu Wort, werden zitiert oder schreiben über ihre eigenen Erfahrungen. Zitate von Jeansträgerinnen sind demgegenüber rar. Daher war eines meiner Anliegen, eben diese zu Wort kommen zu lassen.

Unisono beschreibt die herangezogene Literatur, dass Frauen in den 1960er Jahren im europäischen Raum angefangen haben Jeans zu tragen, vor diesem Hintergrund habe ich die Altersgruppe meiner Interviewpartnerinnen ausgewählt, Frauen die zwischen 1949 und 1958 geboren wurden.

Genauso wie die Gender Studies sind die Mode- und Kleidungsforschung interdisziplinär angelegt. Ich vertrete hier vor allem einen praxisorientierten, kulturtheoretischen Ansatz. Die klassischen Bekleidungstheorien aus der Soziologie – Simmel, Barthes – gehen von klassische Modezyklen aus; dieser Logik entzieht sich die Jeans. Daher habe ich mich stärker jenen Theoretikerinnen zugewandt, die bereits an der Schnittstelle von Bekleidung und Geschlecht forschen. Insbesondere den Teilbereich, den Gaukele textile Geschlechterforschung nennt, habe ich herangezogen. Das „Doing“, das Tun, die Praxis habe ich in den Vordergrund gerückt. Dementsprechend habe ich in der Auswertung ein Augenmerk darauf gerichtet, was mit der Jeans getan wurde, was sie ermöglicht oder verunmöglicht hat. Die Ergebnisse bilden den Mittelpunkt und das Herzstück der Arbeit. Sie legen offen, welche Relevanz die Jeans für meine Interviewpartnerinnen hat(te) und welche Rückschlüsse sich auf die Jeans in Österreich ziehen lassen. Dabei wurde versucht, einerseits die Verbreitung der Jeans in Österreich nachzuzeichnen, andererseits und vor allem jedoch die Bedeutung der Jeans für die individuellen Gesprächspartnerinnen zu

verstehen und dadurch Rückschlüsse auf die allgemeine Bedeutung zu ziehen. In der Studie zeigt sich, dass die sieben befragten Frauen zwischen Mitte der 1960er Jahre und Anfang der 1970er Jahre angefangen haben Jeans zu tragen. Die meisten waren Teenager, nur Marianne hat erst als (junge) Erwachsene begonnen Jeans zu tragen; Eva als einzige bereits als Kind. Die Frauen haben dabei häufig Widerstand erfahren – entweder von der eigenen Familie oder von der Institution Schule. In den Interviews wird mehrmals zwischen „Schnürsamtjean“ und Denimjeans unterschieden, wobei letztere manchmal den Zusatz „echte“ Jeans bekommen haben. Ich hätte vermutet, dass der Stoff Denim relevanter für die Definition der Jeans wäre, die Kategorisierung ist aber offensichtlich nicht eindeutig. Alle Frauen konnten sich an eine erste oder frühe Hose erinnern, was auf den damaligen Stellenwert der Jeans hindeutet. Hier wäre ein Vergleich mit früheren und späteren Generationen interessant, ebenso mit Männern als Vergleichsgruppe.

Die Jeans stand in den Anfängen oft mit Sportlichkeit in Verbindung, seien es Wanderausflüge, Fahrradfahren oder der Hundespaziergang. Marianne hat die Jeans zunächst sogar ausschließlich zu diesem Zweck genutzt. Der Hose wurde ursprünglich wohl vor allem aus praktischen Zwecken genutzt. Durch Innovationen bei Textilien, insbesondere durch die Verbreitung von Kunstfasern für Sporttextilien, hat die Jeans diese Bedeutung nicht mehr. Erst später kamen modischen Aspekte hinzu, die die Jeans bis heute mit sich trägt. Sie wurde über die Jahre immer mehr zur Alltagshose, und die Kontexte, in der Jeans als adäquates Kleidungsstück angesehen werden, haben sich erweitert.

In der Schule waren bei vielen Frauen Jeans noch Tabu, manchmal durch explizite, oft durch implizite Kleidervorschriften. Das scheint jedoch von der Schulform und der individuellen Schule abhängig gewesen zu sein. Einige Frauen gaben auch an, dass sich im Laufe ihrer Schulzeit diese Vorschriften gelockert haben. Offensichtlich hat sich der gesellschaftliche Umbruch der 1960er und 1970er Jahre auch auf die Institution Schule und deren Kleidervorschriften ausgewirkt.

Aufgrund der Benennung in der Literatur habe ich in der Auswertung einen besonderen Blick auf die Themenfelder Abgrenzung und Zugehörigkeit gelegt. Dabei war die Jeans ein Mittel, sich von älteren Generationen oder auch vom Konservatismus der Nachkriegsjahre in Politik, Schule oder Studiengang, abzugrenzen. Die Abgrenzung von den eigenen Eltern zeigt sich als starkes Motiv die Jeans zu anzuziehen. Gleichzeitig wurde die Jeans genutzt, um sich Peers zugehörig zu fühlen. In Bezug auf Abgrenzung und Zugehörigkeit hat die Jeans eine Doppelfunktion. Sie signalisiert Zugehörigkeit zu Gleichaltrigen. Je nach

Modell, Material oder Verzierung kann sie anzeigen, dass einem Mode und Konsum nicht wichtig sind. Sie kann aber auch im Gegenteil dazu auch Trends folgen, als modisch angesehen werden, das eigene Interesse an Mode ausdrücken.

Ein besonderes Augenmerk wurde in dieser Arbeit darauf gerichtet, wie Geschlecht in Erzählungen thematisiert wird und wie sehr das Tragen der Jeans als subversiv oder rebellisch angesehen wurde. Dabei weisen die Interviewpartnerinnen der Jeans auf direkte Nachfrage hin wenig widerständiges Potential zu, erzählen aber zugleich von Konflikten, die sie wegen ihr geführt haben. Zwei Interviewpartnerinnen haben die Jeans auch explizit genutzt, um mit Geschlechternormen zu spielen. Diese beiden, Christine und Petra, haben sich intensiv mit ihrer eigenen Geschlechtlichkeit und Assoziationen mit Männlichkeit auseinandergesetzt. Dadurch wurden in den beiden Interviews Geschlecht und Männlichkeit deutlich konkreter und ausführlicher thematisiert als in den anderen Interviews. Sowohl Christine als auch Petra haben erzählt, dass sie als Jugendliche und junge Erwachsene das Bedürfnis hatten, männlich gelesen zu werden. In den anderen Interviews wurde Geschlecht impliziter angesprochen. Insbesondere durch die Benennung von Schönheitsidealen und den eigenen körperlichen Unsicherheiten durch die Interviewpartnerinnen konnte das Verhältnis zwischen Jeans und Geschlecht, und dabei vorrangig Weiblichkeit, herausgearbeitet werden. Die eigene Weiblichkeit wird häufig in der Abgrenzung zu Geschlechterklischees hergestellt. Dabei werden Stereotype thematisiert, die bewusst abgelehnt oder auch zu eigenen Zwecken angeeignet werden. So werden Stöckelschuhe, Glitzer oder Make-Up als typisch weiblich bezeichnet, ebenso sehr enge Jeans. Diese Moden wurde von einigen Interviewpartnerinnen stark abgelehnt. Zu betonen ist hier jedoch, dass die sieben Frauen durchaus unterschiedliche Zugänge hatten und die Samplegröße wenig Rückschlüsse zulässt. An dieser Stelle wäre eine Ergänzung um quantitative Daten durchaus interessant.

Einige Frauen verweigerten bestimmte Jeanstrends und nannten ihre eigene Figur als Grund dafür. Sie sagten, dass sie für bestimmte Modelle nicht die richtige Figur hatten oder hätten, dies geschah oft humorvoll oder selbstironisch. Schönheitsideale und der Versuch, diesen zu entsprechen, wirken als zentrale Gründe für die Auswahl von spezifischen Jeansmodellen. Dabei wurden durchaus widersprüchliche Bemerkungen gemacht, denn einerseits ist die Wahl der Jeans geprägt von der Ablehnung gewisser Trends und Ideale, zugleich bestimmt der Wunsch den Körper optimal zu präsentieren das Einkaufsverhalten. Es wurde in den Interviews selten so viel gelacht, wie bei der Thematisierung des eigenen

Körpers, gleichzeitig hat die Reaktion nicht freudig oder lustvoll gewirkt. Der Humor oder die Selbstironie könnten eine Bewältigungsstrategie für so ein sensibles, persönliches Thema darstellen. Eine tiefergehende Analyse der Emotionen und Affekte die im Interview durch die Thematisierung des eigenen Körpers, sowie gesellschaftliche Erwartungen von Schönheit, hervorgerufen wurden, wäre eine spannende Ergänzung zu dieser Arbeit.

Ein Thema, das in den Interviews auftauchte, dass ich so nicht erwartet hätte, war die Selbstpräsentation der interviewten Frauen als Produzentinnen. Obwohl sie von mir vorrangig in ihrer Position als Konsumentinnen angesprochen wurden, erzählten mehrere Befragte, dass sie selber genäht, gestrickt oder gehäkelt haben, sowohl für sich selber als auch für ihre Kinder. Auch die Reparatur oder Adaption von Jeans war ihnen wichtig. Jeans wurden geflickt, verziert oder verlängert, wenn sie zu kurz geworden waren und gekürzt, wenn das Hosenbein kaputt war. Diese Aspekte wurden im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit und Sparsamkeit gerückt. In diesem Zusammenhang ist auch ein Verwertungszyklus der Jeans zu beobachten. Die neuen Hosen werden für Lohnarbeit, aber auch für Veranstaltungen getragen. Später werden sie zu Alltagshosen und schlussendlich als Arbeitshosen im Sinne von Haus- oder Gartenarbeit getragen. Bei nicht mehr tragbaren Hosen wird der Denim teilweise als Flickstoff für andere Hosen oder als Reinigungstuch genutzt.

In den Interviews fiel auf, dass Mütter deutlich häufiger als Väter erwähnt wurden. Offensichtlich haben Mütter eine aktivere Rolle in dem Aufwachsen ihrer Töchter eingenommen, zumindest in Bezug auf Kleidung, als die Väter. Gleichzeitig wurden die Väter insbesondere dann zitiert, wenn es um Konflikte um Jeans ging. Auch in der Beziehung zu ihren eigenen Kindern übernahmen die Interviewpartnerinnen mehr Verantwortung für die Kleidung übernahmen als ihre Partner. In diesem Kontext wurde grundsätzlich über die Aufteilung unbezahlter Arbeit im Haushalt reflektiert.

Die meisten Interviewpartnerinnen sprachen die zunehmende Geschlechtergerechtigkeit der letzten seit den 1970er Jahre an. Sie belegten dies damit, dass ursprünglich traditionell männliche Berufe nun auch von Frauen ausgeübt werden, es mehr aktive Väter gibt und eben auch das Jeans tragen für Frauen überhaupt kein Thema mehr ist. Die Interviewten haben nach eigenen Angaben bei den eigenen Kindern keinen Unterschied gemacht, während in der ihrer Generation für sie und ihre Brüder noch unterschiedliche familiäre Kleidervorschriften gegolten hätten.

Eines der Ergebnisse dieser Studie war, ein enges Zusammendenken von Freiheit und Sicherheit bei den befragten Frauen. Die Jeans wurde als Schutzmittel genutzt, um mehr Freiheiten nutzen und leben zu können. Während die Assoziationen der Jeans mit Freiheit und als Schutzhose auch in der Literatur zu Jeans diskutiert werden, wird darin der Schutzaspekt auf Denim als Material für Arbeitshosen reduziert. Die interviewten Frauen erzählten weit darüberhinausgehend, dass die Jeans sie vor unerwünschten Blicken, Kommentaren und Berührungen geschützt hätte und ihren Bewegungsraum vergrößert habe. Diese Schutzbarriere war zum Teil real, da die Jeans im Vergleich zu Rock oder Kleid eine physische Barriere darstellen kann. Gleichzeitig ist ein Schutz vor sexuellen Übergriffen nur imaginiert, wie aus Petras Geschichte des übergriffigen Fernfahrers hervorgeht oder worauf der Denim Day aufmerksam macht. Es wäre wert den Aspekt des Schutzgefühls aus weiblicher Perspektive weiter zu erforschen, auch in Bezug auf andere Kleidungsstücke. Beispielsweise könnte ich mir vorstellen, dass die Wahl von Schuhen – wann werden flache Schuhe, wann Absatzschuhe gewählt? – einen ähnlichen Hintergrund hat. Das Gefühl der Sicherheit, das die Jeans vor geschlechtsspezifischer Gewalt und sexuellen Übergriffen schützen könnte, wurde in der Literatur nicht erwähnt.

Die Jeans transportierte verschiedene Bedeutungen: die Unabhängigkeit von Eltern, das Auflehnen gegen Institutionen, Sicherheit im Sinne von Schutz, aber auch Unsicherheit in Bezug auf den eigenen Körper. Eingewebt hierbei sind gesellschaftliche Strukturen: die geschlechtsspezifische Verteilung unbezahlter Familienarbeit, die Ungleichbehandlung von Mädchen und Burschen, Schönheitsideale. Zugleich konnte die Lockerung dieser Strukturen parallel zu der Entwicklung der Jeans, von begehrttem, neuem Objekt hin zum Alltagsprodukt beobachtet werden.

7. Literaturverzeichnis

- Argyle, Michael. *Bodily communication*. 2nd ed.. London: Routledge, 1990.
- Barthes, Roland. *Die Sprache der Mode*. Edition Suhrkamp, 1985.
- Bausinger, Hermann et. al, Hrsg. *Jeans. Beiträge zu Mode und Jugendkultur*. Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen ; 63. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, 1985.
- Beauvoir, Simone de. *Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1988.
- Butler, Judith. *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2021.
- Botterill, Jaqueline. "Cowboys, Outlaws and Artists: The rhetoric of authenticity and contemporary jeans and sneaker advertisements". In *Journal of Consumer Culture*, 7(1), Article 1. 2007. <https://doi.org/10.1177/1469540507073510>
- Bourdieu, Pierre. „Sozialer Raum, symbolischer Raum“. In *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*, herausgegeben von Jörg Dünne und Stephan Günzel, 354–68. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1986.
- Callahan, Colleen R., und Jo Barraclough Paoletti. „Is it a Girl or a Boy? Gender Identity and Children’s Clothing“. In *The fashion reader*, Engl. ed., 1. publ., 125–28. Oxford: Berg, 2007.
- Dausien, Bettina. „Biografieforschung: Theoretische Perspektiven. und methodologische Konzepte für eine re-konstruktive Geschlechterforschung“. In *Handbuch der Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie.*, herausgegeben von Ruth Becker und Beate Kortendieck, 314–25. Opladen: Leske + Budrich, 2004.
- Davis, Fred. *Fashion, culture, and identity*. 3. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1992.
- Dettmer, Elke. „Levi Strauss, San Francisco: Blue Jeans als amerikanisches Symbol“. In *Jeans. Beiträge zu Mode und Jugendkultur (Redaktion Martin Scharfe)*, 47–97. Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen; 63. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, 1985.
- Downey, Lynn. „Blue Denim by the Bay: The Levi Strauss & Co. Archives“. *Costume*, 01 June 2009, Vol.43(1), pp.150-165, o. J., 150.
- Eco, Umberto. *Faith in Fakes: Travels in Hyperreality*. London: Minerva, 1986.
- Friedmann, Daniel. *Das Jeans-Buch*. Berlin: Transit-Verlag, 1988.

- Gaugele, Elke. *Schurz und Schürze. Kleidung als Medium der Geschlechterkonstruktion*. Köln: Böhlau Verlag, 2002.
- Gildemeister, Regine. „Doing Gender: Soziale Praktiken der Geschlechterunterscheidung“. In *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung*, herausgegeben von Ruth Becker und Beate Kortendiek, 137–45. Wiesbaden: Springer, 2010.
- Gildemeister, Regine. „Soziale Konstruktion von Geschlecht: ‚Doing gender‘“. In *Geschlechterdifferenzen – Geschlechterdifferenzierungen: Ein Überblick über gesellschaftliche Entwicklungen und theoretische Positionen*, herausgegeben von Sylvia Marlene Wilz, 171–204. Wiesbaden: Springer, 2021.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-32211-3_6.
- Grob, Marion. *Das Kleidungsverhalten jugendlicher Protestgruppen in Deutschland im 20. Jahrhundert*. Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland ; 47. Münster: Coppenrath, 1985.
- Haberler, Veronika. *Mode(n) als Zeitindikator : Die Kreation von textilen Modeprodukten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer, 2012.
- Hagemann-White, Carol. „Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht“. *Feministische Studien* 11, Nr. 2 (1. November 1993).
- Haug, Wolfgang Fritz. *Die kulturelle Unterscheidung*. Berliner Beiträge zur kritischen Theorie ; 12. Hamburg: Argument-Verl., 2011.
- Hirschauer, Stefan. „Praktiken und ihre Körper. Über materielle Partizipanden des Tuns“. In *Doing Culture: Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*, 73–91. Bielefeld: Transcript Verlag, 2004.
- Hörning, Karl H., und Julia Reuter. „Doing Culture: Kultur als Praxis“. In *Doing Culture: Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis*, 9–15. Bielefeld: Transcript Verlag, 2004.
- Jenß, Heike. „Modelfelder - Ethnographische Modeforschung“. In *Kulturanthropologie des Textilen*, 1. Aufl. Textil - Körper - Mode ; Sonderbd. Berlin: Ed. Ebersbach, 2005.
- Joplin, Janis. *Me and Bobby McGee*. Bd. Pearls. Columbia, 1971.
- Könenkamp, Wolf-Dieter. „Jeans – Mode und Mythen“. In *Jeans. Beiträge zu Mode und Jugendkultur (Redaktion Martin Scharfe)*, 99–179. Untersuchungen des

Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen ; 63. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, 1985.

- Lehnert, Gertrud. *Mode: Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis*. Band 1. Bielefeld, 2013. <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839421956>.
- Lehnert, Gertrud. „Mode als kulturelle Praxis“. In *Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaften*, herausgegeben von Christa Gürtler, 29–44. Bielefeld: Transcript Verlag, 2015.
- Lehnert, Gertrud. „Queere Mode|Körper“. In *Ist Mode queer?: Neue Perspektiven der Modeforschung*, 17–36. Fashion Studies 7. Bielefeld: transcript-Verlag, 2016.
- Mann, Karin. „Jeans und Jugendkulturen“. In *Jeans – Karriere eines Kleidungsstückes*, herausgegeben von Doris Schmidt, 2:127–41. Studienreihe Mode- und Textilwissenschaft. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 2004a.
- Mann, Karin. „Jeansschnitte, Jeansformen, Jeanskörper“. In *Jeans – Karriere eines Kleidungsstückes*, herausgegeben von Doris Schmidt, 2:113–26. Studienreihe Mode- und Textilwissenschaft. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 2004b.
- Mayring, Philipp. „Neuere Entwicklungen in der qualitativen Forschung und der Qualitativen Inhaltsanalyse“. In *Die Praxis der qualitativen Inhaltsanalyse*, herausgegeben von Philipp Mayring, 7–19. Beltz Pädagogik. Weinheim: Beltz, 2015.
- Mayring, Philipp. *Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken*. 12., Überarbeitete Auflage. Weinheim Basel: Beltz, 2015.
- McRobbie, Angela. *In the culture society. Art, fashion and popular music*. London, New York: Routledge, 1999.
- Miller, Daniel, und Sophie Woodward. *Blue jeans: the art of the ordinary*. Berkeley, Calif. [u.a.]: University of California Press, 2012.
- Miller, Daniel, und Sophie Woodward, Hrsg. *Global denim*. English ed.. Oxford: Berg, 2011.
- Miller, Daniel, und Sophie Woodward. „Manifesto for a study of denim“. *Social Anthropology*, October 2007, Vol.15(3), pp.335-351, 2007, 335–51.
- Neukam, Andreas. „Gleichberechtigung in der Hose“. *taz*, 19. März 2017. <http://m.taz.de/Debatte-Frauenhosen-ohne-Taschen!/5390020/m/>.
- Paoletti, Jo Barraclough. *Sex and Unisex. Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution*. Bloomington: Indiana University Press, 2015.

- Paoletti, Jo Barraclough, und Claudia Brush Kidwell. „Men and Women: Dressing the Part“. In *The fashion reader*, Engl. ed., 1. publ., 133–35. Oxford: Berg, 2007.
- Peacock, Martha Moffitt. „Proverbial Reframing: Rebuking and Revering Women in Trousers“. *The Journal of the Walters Art Gallery*, 1 January 1999, Vol.57, pp.13-34, o. J., 13.
- Saad, Lydia. „Gallup Vault: Breaking Gender Barriers With Slacks and Shorts“. *Gallup Vault* (blog), 9. Februar 2017. <https://news.gallup.com/vault/203801/gallup-vault-breaking-gender-barriers-slacks-shorts.aspx>.
- Schmelzer-Ziringer, Barbara. *Mode Design Theorie*. UTB Kunst, Mode, Design ; 4403. Wien Köln Weimar: Böhlau, 2015.
- Schneider, Jane. „Cloth and clothing“. In *Handbook of material culture*, herausgegeben von Christopher Y. Tilley, 203–20. London: SAGE Publ., 2006.
- Schober, Anna. *Blue Jeans: eine artifizielle Mythologie*, 1999.
- Schober, Anna. *Blue Jeans. Vom Leben in Stoffen und Bildern*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2001.
- Simmel, Georg. „Fashion“. *American Journal of Sociology*, 01 May 1957, Vol.62(6), 1957, 541–58.
- Stevens, Cat. *Oh Very Young*. Bd. Buddha and the Chocolate Box. A&M/ Island, 1974.
- Turunen, Arja. „„It Wasn't Common for Women to Wear Trousers': Memories of Women's Dress in the 1950s“. *Journal of Finnish Studies*, 2016 July, Vol.19(2), pp.24-48.
- Vinken, Barbara. *Angezogen: das Geheimnis der Mode*. 2. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta, 2013.
- Vinken, Barbara. *Fashion zeitgeist: trends and cycles in the fashion system*. Oxford: Berg, 2005.
- Vinken, Barbara. „Frau als Mann als Frau: Mode als cross-dressing“. *Freiburger FrauenStudien* 1 (1999): 75–90.
- Weber-Kellermann, Ingeborg. *Die Kindheit*. Frankfurt am Main: Insel-Verl., 1979.
- West, Candace, und Don H. Zimmerman. „Doing Gender“. *Gender and Society*, 1 June 1987, Vol.1(2), 1987, 125–51.

- Wissinger, Elizabeth. „Judith Butler: Fashion and Performativity“. In *Thinking through Fashion : A Guide to Key Theorists*, herausgegeben von Agnès Rocamora und Anneke Smelik, 285–99. London/ New York: I.B.Tauris, 2016.
- Witzel, Andreas. „The Problem-centered Interview“. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 1, Nr. 1 (31. Januar 2000). <https://doi.org/10.17169/fqs-1.1.1132>.
- Witzel, Andreas, und Herwig Reiter. *The problem-centred interview: principles and practice*. 1. publ. London [u.a.]: SAGE Publ., 2012.
- Witzel, Andreas, und Herwig Reiter. „Das problemzentrierte Interview“, 30. August 2021. <https://doi.org/doi:10.31235/osf.io/uetq8>.

8. Anhang

8.1. Anhang 1 Interviewleitfaden

Vorgespräch:

- Bedanken für die Interviewmöglichkeit
- Kurze Vorstellung des Projekts und mir
- Aufklärung über Datenschutz, Einverständniserklärung

Kerninterview:

Frühe, individuelle Erfahrungen /Erinnerungen:

- Kannst du mir von deiner ersten Jeans erzählen? (alternativ frühe Jeans)
 - Wann war das ca.? (Wie alt warst Du da?)
 - Gab es eine Inspiration? (Idol, Zeitschriften, Freund_innen,...)
 - Woher hattest du sie? (Wo hast Du sie gekauft?)
 - Mit wem bist du ‚shoppen‘ gegangen?
 - Was für ein Modell/ welche Modelle haben dir gefallen? (Schnitt, Marke, Material)
- Erinnerst du dich daran, wie sie sich angefühlt hat?
 - einschränkend (fester Stoff, enger Schnitt)
 - befreiend (egal wie man sitzt, Hosentaschen)
- Waren Jeans für dich mit gewissen Standpunkten verbunden/ ein Statement?
 - modisch
 - politisch
 - Zugehörigkeit oder Abgrenzung?
- In welchen Kontexten hast du Jeans getragen? In welchen Kontexten war sie undenkbar?
 - Freizeit
 - Arbeit
 - Schule
 - Kirche
- Gibt es noch eine besondere Geschichte zur Jeans, die du mir erzählen möchtest?
- Hat etwas dagegen gesprochen Jeans zu tragen, gab es Bedenken Jeans zu tragen?

- moralische
- religiöse
- medizinische
- gesellschaftliche

Umfeld und gesellschaftliche Normen

- Wie *normal* waren Jeans in deinem Umfeld? Wer hat sie getragen?
 - -Familie ((Groß-)Eltern, Geschwister)
 - -Freund_innen
 - -Klassen- oder Arbeitskolleg_innen
- Gab es in deinem Umfeld Reaktionen auf deine Jeans?
 - -Eltern, Geschwister / enge/erweiterte Familie
 - -Freund_innen
 - -Klassen- oder Arbeitskolleg_innen
 - -Autoritätspersonen (Lehrer_innen, Arbeitgeber_innen, Priester/Pfarrer,...)
- Waren die Reaktionen bei Brüdern oder männlichen Freunden, die auch Jeans getragen haben, anders?

Weitere Jeansbiografie

- Wie wichtig ist dir Mode generell?
- Findest du Jeans modisch?
- Trägst du heute noch Jeans?
- Haben sich die Jeans, die du trägst, verändert?
- Haben sich die Kontexte, in denen Jeans ‚angemessen‘ sind, verändert?
- Ist die Jeans als ein ‚besonderes‘ Kleidungsstück?

Zum Abschluss:

- Möchtest du noch etwas ergänzen?
- Demografische Daten ausfüllen
- Bedanken für das Interview