

Inhalt

Danksagung | 9

I. Einleitung

1. »Long live the immaterial!« | 11
2. Beschreibung des Forschungsgegenstands | 15
3. Zentrale Fragestellungen und Vorgehensweise | 16
4. Vorbemerkungen | 19

II. Moden beschauen

1. Modetheoretische Grundlagen | 21
 - 1.1 Relevante Ansätze aus der allgemeinen Modetheorie | 21
 - 1.2 Theorien der Modenschau | 52
2. Positionierung | 84
 - 2.1 Eingrenzung des Forschungsfeldes | 85
 - 2.2 Handhabbarmachung grundsätzlicher Begrifflichkeiten | 86

III. Die Modenschau

1. Abriss der Modenschaugeschichte | 115
2. Entwicklungstendenzen seit Mitte der 1980er Jahre bis heute:
Begründung eines Paradigmenwechsels | 135
3. Werbestrategische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen
einer zeitgenössischen Modenschau | 151

IV. Die Behauptung des Neuen

1. Das Neue in der Modetheorie und -geschichte | 159
2. Weitere Gesichtspunkte des Neuen | 177
3. Das Neue behaupten | 197
4. Die Atmosphäre als das immaterielle Neue | 202
5. Synthese: Versuch einer Theorie des Neuen der Mode | 208

V. Die Atmosphäre der Modenschau

1. Die Modenschau als performatives Ereignis | 213
2. Mögliche Typisierungen von Modenschau-Atmosphären | 219
3. Dimensionen der Erfahrung von Modenschau-Atmosphären | 225
 - 3.1 Grundgedanken zum atmosphärischen Erleben sowie zu kognitiven und emotionalen Prozessen | 225
 - 3.2 Raumerfahrung | 230
 - 3.2.1 Überschachtelung von Ort, Location und Imaginärem Raum | 230
 - 3.2.2 Formen der Nutzung von räumlich gegebenen Atmosphären | 234
 - 3.2.3 Der Verräumlichungsprozess und weitere Rahmen- und Grenzüberschreitungen | 241
 - 3.3 Distanzerfahrung zum Objekt | 250
 - 3.4 Die Erfahrung des Anderen | 257
 - 3.5 Exkurs: Die Modenschau – ein Ritual? | 265

VI. Kopplung des immateriellen Neuen an die Kleidung

1. Die Erzeugung eines synoptischen, synästhetischen Bildes | 273
2. Die Organisation der Bilder im Atmosphären-Gedächtnis | 275
3. Im Wettstreit der Bilder | 279
4. Kopplungsstrategien des Bildes an die Kleidung | 285

VII. Schluss

1. Zusammenfassung | 295
2. Ausblick: Annäherung an eine Modenschaukritik | 299

VIII. Literatur | 305

IX. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis | 331

»Fashion doesn't have to be something people wear,
fashion is also an image.«

(VIKTOR & ROLF, ZITIERT IN STEPHEN GAN 1999)

