

Fatshion

Melanie Haller

Fatshion, *Plus-Size-Fashion*, *Curvy-Fashion* oder wie in der umfassenden Überblicksarbeit *Fat Fashion* (Volonté) – der Modebegriff scheint nicht ohne Neologismus zu funktionieren, wenn es um diverse, womöglich raumeinnehmende → Körper geht. Diese sprachlichen Komposita setzen voraus, dass ›Mode‹ als Begriff von vornherein ohne expliziten Verweis auf die ihr zugewiesenen Normkörper funktioniert – jene die offensichtlich nicht → *curvy*, *plus size* oder *fat* sind.

An sich ist Mode als Forschungsgegenstand einer interdisziplinären Kulturwissenschaft der Mode und des Textilen primär gar kein existierendes, materielles Phänomen, welches Körper voraussetzt, sondern im weitesten Sinn vielmehr eine soziokulturelle visuelle Dominanz von ästhetisch gestalteten Objekten und Körpern – welche zu bestimmten historischen Zeitpunkten als Moden eingeordnet werden.

Das Kompositum von *Fat Fashion* legt nahe, dass es sich bei dem hier zu verhandelnden Phänomen um eine neue Bedeutung von Mode handelt – was einer modetheoretischen Perspektive widerspricht: Denn entweder ist etwas ›in Mode‹ oder eben nicht. ›Mode‹ als Begriff hat theoretisch zunächst keine weitere Bedeutungsebene. Sie ist ein temporäres, symbolisches Phänomen, welches in Gesellschaften Präsenz über verschiedene → Medien erreicht. Mode als wahrnehmbare soziokulturelle Dominanz ästhetischer Erscheinungen betrifft aber auch spezifische Kleidermoden. In den zeitgenössischen Kommunikationsformen des Modesystems wird für aus der Konfektionsnorm fallende Körper der Fachbegriff *Plus Size* verwendet – jener normgeleiteten Konfektionsgrößen ab Größe 44.

Der hier favorisierte Begriff *Fatshion*, gebildet aus einer aktiven US-amerikanischen Fat Acceptance-Bewegung, aus welcher sich dann auch eine *Fatshion*-Blogger Szene ab Mitte der 2000er Jahre bildete, grenzt sich von dieser modesystemischen Exklusion der *Plus Size* deutlich ab, in dem

er sich als ein »active statement for fat-acceptance« (Harju und Huovinen 1603) versteht. *Fatshion* bezieht sich dann auf den bewusst angeeigneten Begriff des Fettseins in Verbindung mit Mode: »which we see as an act of reappropriation of a stigmatised word, an act of owning it so as to destigmatise it« (1604). Anu A. Harju und Annamari Huovinen heben besonders die Verbindung einer US-amerikanischen Fat Acceptance-Bewegung mit *Fatshion*-Blogs hervor, um deren subversive und widerständige Praxis einer → Identitätsarbeit über Mode aufzuzeigen. Kleidermode ist hier aus körpersoziologischer Perspektive eines der zentralen Kampffelder, um nicht in die Norm passende Körperidentitäten neu zu verhandeln. Allein die Behauptung, als fetter Körper modisch zu sein, ist bereits ein aktiver Akt der Provokation gegenüber einem exkludierenden Modesystem.

Unter der Selbstbezeichnung *Fatshionista* finden sich international viele Modebloggerinnen, die aktiv das Modesystem, ihre ausgrenzenden Konfektionsnormen und die begrenzte Auswahl an ästhetisch vielfältiger Kleidung in Frage stellen und eine Veränderung für mehr körperbetonende *Fatshion* fordern. Im deutschsprachigen Raum dominiert die modesystemimmanente Bezeichnung *Plus Size* den Diskurs, wenn auch hier die tendenziell vor allem unauffällige, dunkle und körperkaschierende *Plus-Size-Mode* kritisiert wird. An dieser sprachlichen Grenzziehung zwischen *Fatshion* und *Plus Size* wird deutlich aus welchen Gründen der Neologismus im Feld der Mode eine erhebliche Rolle spielt: der Begriff *Fa(t)shion* ist notwendig um pointiert auf die Fakten zu verweisen, dass jeder Körper zwar modisch sein kann – ein Modesystem mit einer mehr als eingeschränkten Auswahl diesen Zugang zu Moden jedoch systemisch verweigert.

Die international renommierte *Fashion-Studies*-Autorin Lauren Downing Peters hat diese systematische Ausgrenzung in ihrer modehistorischen Dissertation unter dem modesystemischen Begriff der *Stoutwear* umfassend anhand von Modemedien im US-amerikanischen Raum aufgearbeitet. Diese kurze Skizze der Begriffsdifferenzen verweist darauf, was die Forschungen zu *Fatshion* belegen: Kleidermode in großen Konfektionsgrößen ist noch immer kein modisches Standardprodukt und fette Körper werden im Modesystem benachteiligt und marginalisiert. Die Exklusion von Körpern, die nicht mager sind, erhält und reproduziert im Modesystem die Illusion einer Exklusivität von Moden, während sie gleichzeitig von dieser profitiert, da neue Moden auch immer neue Körper notwendig machen. Amanda M. Czerniawski belegt in ihrer ethnografischen Studie, in welcher sie selbst zum *Plus-Size-Model* wurde, dass auch diese *Plus-Size-Körper* den gleichen Normanglei-

chungen ausgesetzt sind. Die zunehmend visuelle Präsenz von fetten Körpern in *Fatshion* trägt also wesentlich dazu bei, die Idee von Normkörpern im Modesystem zu hinterfragen und Mode mehr, über das Modesystem hinaus, als eine soziokulturelle Dynamik ästhetischer Gestaltungsprozesse von Subjekten und Körpern zu verstehen.

Literatur

- Czerniawski, Amanda M. *Fashioning Fat: Inside Plus-Size Modeling*. New York University Press, 2015.
- Haller, Melanie. »Plus Size Blogs als Diversität von Mode? Zu Praktiken visueller Repräsentation von Körpern und der Infragestellung weiblicher Normkörper in der Mode«. *Körperbilder – Körperpraktiken: Visuelle Repräsentationen, Regulationen und Aneignungen vergeschlechtlichter Körper und Identitäten in Medienkulturen*, hg. von Elke Grittmann et al., Herbert von Halem Verlag, 2018, S. 245-260.
- Harju, Anu A. und Annamari Huovinen. »Fashionably Voluptuous: Normative Femininity and Resistant Performative Tactics in Fatshion Blogs«. *Journal of Marketing Management* 31, 15-16, 2015, S. 1602-1625, <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1066837>.
- Peters, Lauren Downing. *Stoutwear and the Discourses of Disorder: Constructing the Fat, Female Body in American Fashion in the Age of Standardization, 1915-1930*, Stockholm University, Faculty of Humanities, Department of Media Studies, 2018.
- Volonté, Paolo. *Fat Fashion: The Thin Ideal and the Segregation of Plus-Size Bodies*. Bloomsbury, 2021.

