

# NICO

## ROLE MODELS

Ausgabe 4  
Fall/Winter  
2023/24

### ICON

Autorin  
Jovana Reisinger  
im Interview

### STYLE

Gegen veraltete  
Rollenbilder

### CAMPUS

»In Berlin habe  
ich meinen Stil  
gefunden.«

### SUSTAINABLE FASHION

Atelierbesuch bei  
Sky Starsigns in  
Amsterdam



**NICO**

**NICO**

# EDITORIAL

Wie es wurde, was es ist ...

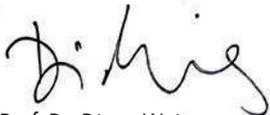
Zum ersten Mal entstand die NICO aus einem gemeinsamen Semesterthema der Studiengänge Modejournalismus, Modemarketing, Sustainable Fashion und Costume and Make-up Design heraus: Role Models.

Das können Vorbilder sein, die uns Orientierung und Inspiration bieten, wie die Dichterin und Aktivistin May Ayim, der Modefotografin Yva oder der Schauspielerin Grace Kelly. Aber, das wurde in vielen Gesprächen mit den Studierenden deutlich, Rollenbilder werden häufig auch als überholt und einengend wahrgenommen. Geschlechtliche Dress Codes werden ebenso in Frage gestellt wie toxische Körperideale oder geschönten Bilder von Influencern auf Social Media.

**Coverstar dieser Aufgabe ist die Autorin Jovana Reisinger, deren feministische Romane, Kolumnen und Essays für viel Gesprächsstoff im Unterricht sorgten.**

Gleich zweimal kam sie an der BSP vorbei – einmal zum Gespräch in der schönen Studierendenlounge der Siemensvilla und einmal zum Fotoshooting auf dem neuen Kreativcampus im Wedding.

Viel Freude beim Lesen!



Prof. Dr. Diana Weis

# CONTRIBUTORS

Sidney Bartels (21), schreibt über starke Frauen in Männerdomänen. Für die NICO begibt sie sich auf die Spur der legendären Piratin Anne Bonnie und fragt sich, ob deren Strategien heute noch funktionieren.

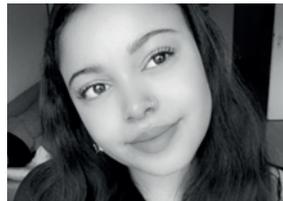


Emely Carl (19), beschäftigt sich intensiv mit antiker Philosophie. Für uns erklärt sie, was den Hedonismus für die Gen Z so attraktiv macht und warum Promis keine guten Vorbilder sind.



Antonia Mittmann (22), schaut sich lässige Looks bei männlichen Filmhelden ab und recherchierte für die NICO die tragische Geschichte der Berliner Modefotografin Yva.

Gina Rösler (22), begeistert sich für die Arbeit der deutschen Dichterin und Aktivistin May Ayim. Von ihr hat sie gelernt, sich für die eigene Identität stark zu machen.





Vivien Schleich (21), setzt sich mit toxischen Körperidealen auseinander. Kommt mit dem Y2K-Trend auch der »Heroin Chic« zurück?

Anja Tiedmann (21), überdenkt die eigenen Konsumgewohnheiten und fragt sich, ob es überhaupt noch zeitgemäß ist, Kleidung nach Geschlechtern zu unterteilen.



Maxima Tribull (19), setzt sich kritisch mit dem Megatrend des Jahres »Old Money« und der Glorifizierung von Privilegien in der Mode auseinander.

Hannah Waerder (20), traf die Designerin Sky Starsigns zum Interview in Amsterdam. Außerdem schreibt sie über modische Generationskonflikte.



# CONTENT

## **ICON**

Seite 08  
Blick zurück  
Antonia Mittmann

Seite 25  
Nicht allein  
Gina Rösler

## **SUSTAINABLE FASHION**

Seite 12  
Das Konsumverzicht-Experiment  
Anja Tiedmann

Seite 28  
Wenn genug zu wenig ist  
Emely Carl

Seite 55  
Zu den Sternen  
Hannah Waerder

## **STYLE**

Seite 16  
Frei und ohne Regeln  
Sidney Bartels

Seite 19  
Falsche Freundin  
Maxima Tribull

Seite 44  
No Drama Dressing  
Antonia Mittmann

Seite 47  
Pink für Jungs, blau für Mädchen  
Anja Tiedmann

Seite 67  
Schiefe Blicke  
Hannah Waerder

## **TALK**

Seite 38  
»Wut ist mein Motor«

## **CAMPUS**

Seite 21  
»In Berlin hab ich meinen Stil gefunden«  
Sidney Barthels, Maxima Tribull & Hannah  
Waerder

## **ESSAY**

Seite 62  
Toxisches Körperideal  
Vivien Schleich

## **PHOTO**

Seite 31  
The Unisex Project

Seite 50  
Future Role Models

## **SOCIAL MEDIA**

Seite 59  
Schlechtes Vorbild  
Emely Carl



## Blick zurück

Zwischen Bahnhof Zoo und Kanstraße liegt der Yva-Bogen, ein verstecktes Fußgängergässchen. Dahinter verbirgt sich die tragische Geschichte einer Frau, die die Modefotografie der 1920er und 1930er Jahre revolutioniert hat.

Text: Antonia Mittmann



Versonnen schaut sie einen an. Mit einem Blick, den man nachts in der verrauhten Bar seiner Freundin zugeworfen bekommt, nachdem man sich im Philosophieren verloren hat. Es ist schon spät, der Alkohol erschwert das Denken und alles fühlt sich dramatisch und zeitlos an. Wie in einem alten Filmklassiker, der in Schwarzweiß- oder Sepiatönen gedreht wurde.

Else Ernestine Neuländer-Simon hat in ihrer Zeit als Fotografin diesen Blick eingefangen. Besser bekannt ist sie als Yva und oft nur in Kombination mit Helmut Newton erwähnt, der in ihrem Berliner Atelier Lehrling war. »Nur« meine ich als Helmut-Newton-Fan natürlich nicht wortwörtlich, doch Yva ist eine so interessante Fotografin, dass sich ein Blick auf ihr Leben ohne Verbindung zum weltbekannten Meister lohnt.

Sie wurde 1942 im Vernichtungslager Sobibor von den Nationalsozialisten ermordet, mit nicht einmal 50 Jahren. Als ich das las, war ich direkt emotional vorbelastet, bevor ich mich mit ihren Bildern intensiver beschäftigen konnte. Mir kamen Fragen wie »wird man in jedem ihrer Fotos ihr tragisches Schicksal sehen und reininterpretieren?« und ähnliche. Ihren Namen trägt auch ein Stolperstein, der unweigerlich Bilder zur NS-Zeit und ihrer jüdischen Abstammung hervorruft. Es dauerte ein bisschen, bis ich in ihr viel vordergründiger die Professionalität, Zielstrebigkeit und Leichtigkeit sah, die sie zu einer Frau macht, über die es sich mit und ohne Hintergrundinformationen zu schreiben lohnt.

Mit bereits 25 Jahren eröffnete sie ihr erstes Atelier und wurde schnell eine namhafte Modefotografin. Dabei bediente sie sich in ihren Aufnahmen am damaligen Idealbild einer Frau: Sie inszenierte ihre Modelle als zurückhaltende, elegant gekleidete Wesen, welche höchstens etwas Mysteriosität zeigten. Feine Seidenstrümpfe zierte schlanke Frauenwaden, welche sich verführerisch aneinanderschmiegten. Falls ihre (damals fast ausschließlich männlichen) Strumpfwarenhändler und Frauenzeitschriften-Verleger diese Fotos wünschten, hat sie erstklassige Arbeit geleistet. Sie trug so aber auch dazu bei, dieses wenig emanzipatorische Frauenbild zu erhalten, welches eigentlich das Gegenteil von ihr ist. So habe ich zwar schon Bilder von ihr vor diesem Artikel gesehen, aber dass sie von einer Frau fotografiert wurden, hätte ich nicht vermutet.

### **Dramatische Lichtsetzung, eine cineastische Inszenierung und von der Kamera abgewandte, milde Blicke in die Ferne nutzte sie häufig, um die elegante Frau mit Rock oder Abendkleid zu zeigen.**

So verdiente sie vermutlich den Großteil ihres Geldes. Was ein bisschen zynisch klingt, ist keineswegs so gemeint: Sie konnte sich ihren Lebensunterhalt finanzieren und hatte ein bewundernswertes Business als Frau in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Wenn ich mir anschau, welche Arbeiten ich schon angenommen habe, die meinem persönlichen künstlerischen Anspruch nicht wirklich gerecht wurden, aber den Zweck erfüllten, unabhängig zu sein, habe ich mehr als Verständnis dafür.

Meine Bewunderung aber gilt vielmehr ihren Momentaufnahmen, die zur gleichen Zeit immer mal wieder entstanden. Musiker:innen und Tänzer:innen hielt sie in Mehrfachbelichtungen fest, die dynamisch und ausgelassen wirken. Wie ein heimliches Foto aus einem Club, in dem alle Handykameras zugeklebt werden. Irgendwie frech im Vergleich zu ihren anderen Bildern. Die Strumpfhosenhändler werden sie wohl nicht beauftragt haben, ausgelassene, knapp bekleidete Frauen zu fotografieren, die den damals sehr frischen Charleston tanzten. Dieser war eher die Leidenschaft junger, rebellischer und weltoffener Leute und passte nicht gut ins Bild eines ernsten, karriereorientierten Mannes und der (selbstverständlich) dazugehörigen feinen Dame. Lebensfroh darf sie sein, aber bitte nicht zu ausgelassen. Nicht so ausgelassen wie auf meinem persönlichen Lieblingsfoto Yvas, auf dem zwei junge Frauen am Strand den besten Urlaub seit langem zu haben scheinen und sich nicht zurückhalten, das zu feiern.



**Gemalte Fotohintergründe und minutenlanges Innehalten vor der Linse waren noch nicht lange her, und schon kommt da eine Frau, die vieles auf den Kopf stellt, manches professionell abarbeitet und so viel mehr ist als ein paar Daten und eine zeitliche Einordnung.**

Eine Frau, die den Weg ging, eigene kreative Ideen umzusetzen und gleichzeitig voller Einsatz abzuliefern, was Kunden sich wünschten. Beides als junger Mensch zu vereinbaren war selten so einfach wie heute, aber manchmal blockiert man sich viel zu sehr selbst. Und dann hilft es, sich durch Personen wie Yva inspirieren zu lassen, die ihren persönlichen Erfolg nicht von anderen abhängig gemacht hat. Trotz des tragischen Endes machte sie in ihrem Leben etwas, das noch lange präsent sein wird.



# SUSTAINABLE FASHION

## Das Konsumverzicht-Experiment

Text: Anja Tiedmann

Eigentlich würden fast alle gerne weniger Shoppen, schaffen es aber häufig nicht. Schließlich lauern an jeder Ecke verführerische Angebote. Unsere Autorin wagte das Selbstexperiment: einen Monat strikter Konsumverzicht. Ein Erfahrungsbericht.

Onlineshopping, soziale Medien und auch Schaufenster haben die besondere Wirkung, unsere Stimmung und unser Konsumverhalten zu beeinflussen. In den meisten Fällen ertappen wir uns dabei, Impulskäufe zu tätigen – mit anderen Worten: Wir verlieben uns in die absurdesten Dinge, ohne über den Nutzen des Kaufs nachzudenken.

Noch heute bin ich erstaunt über manche Kleidungsstücke, die ich in meinem Kleiderschrank finde. Es ist mir schon fast peinlich zu erzählen, dass ich Röcke von nicht all zu günstigen Brands habe, die ich noch nie getragen habe. Mit noch nie getragen meine ich, Etikett inklusive. Wenn ich diese Röcke in meinen Kleiderschrank vor sich hinvegetieren sehe, werde ich schon fast traurig. Schade um das Geld, das ich hätte besser ausgeben können. Da ich mich öfter in solchen Momenten ertappe, beschloss ich, etwas zu verändern. Wie ist es eigentlich, wenn man sich gegen seine Impulse stellt?

Um diese Frage zu beantworten, startete ich das neue Jahr mit einem Selbstexperiment: ein Monat Konsumverzicht. Zu den Regeln gehörten: keine Fashion, Beauty- und Lifestyle-Produkte. Mein Experiment startete am ersten Januar – die besten Aussichten fürs neue Jahr. In der ersten Woche entdeckte ich meinen ersten Feind: Sales. Obwohl ich dachte, dass ich mich von Sales nicht so stark beeinflussen lasse, bemerkte ich schnell das Gegenteil. Denn die Schnäppchenjagd startete auch in dem Modegeschäft, in dem ich arbeite. Die Verlockung war groß und nah. Auf einmal gefiel mir alles, was ich in die Finger bekam, von überbewerteten Taschen bis hin zu Socken für 30 Euro das Paar. Ich wollte alles haben. Das Einzige, was ich gegen mein Sales-Feind tun konnte, war: ihn zu ignorieren. Das funktionierte im ersten Moment gut. Augen zu und durch. Dabei wartete mein Endgegner schon seelenruhig auf mich.



Als bekennende Online-Shopperin war mir klar, Social Media würde mir das Leben erschweren. Sobald ich TikTok öffne und eine schöne Tasche sehe, brauche ich sie auch. Und wenn sie dann noch günstig ist, wird sie sofort gekauft. Ich cancelte also Social Media für anderthalb Wochen. Das wirkte sich nicht nur auf die Vorbereitungen meiner Klausuren positiv aus, sondern sparte mir viel Zeit und vor allem Geld. Und obwohl wir meinen, ohne soziale Medien nicht mehr zurechtzukommen, war es für mich eine der besten Erfahrungen in diesem Experiment. Denn ohne Verlockung entsteht auch kein Bedürfnis nach überflüssigem Konsum.

Ich fand allerdings schnell andere Wege, um meine Konsumbedürfnisse zu befriedigen. Ikea wurde meine Lieblings-App und meine Wunschliste und mein Lieblingsort. Man kann nie genug Pflanzen oder neue Tee-lichter zu Hause haben. Wir möchten nicht darüber sprechen, wie teuer mein Warenkorb wurde. Was davon heute alles in meiner Wohnung steht? Nichts. Allerdings war das Füllen meiner Wunschliste eine gute kurzfristige Konsumbefriedigung. Dadurch konnte ich mir zumindest kurz vorstellen, wie es wäre, wenn ich all das besäße. Umso schöner war das Gefühl, alles wieder zu löschen, nachdem mir klar wurde, dass ich beinahe Impulskäufe getätigt hätte.



**Um meine Impulse in den Griff zu bekommen, half mir nicht nur, eine endlose Wunschliste zu kreieren. Alles zu hinterfragen und mich selbst zu reflektieren war am Ende der Schlüssel zum Glück.**

In den meisten Fällen brauche ich keine 30-Euro-Socken, wenn ich noch tragbare Socken habe. Und ja, meist kauft man Kleidungsstücke, weil sie einfach schön sind. Aber finde ich Glitzersocken wirklich schön, wenn ich eigentlich immer weiße trage?

Zugegeben: ich muss sagen, dass mir das Experiment ziemlich gutgetan hat. Ich konnte in der Zeit meine Kaufentscheidungen reflektieren und merkte zum ersten Mal, wie leicht wir beeinflussbar sind. Zudem würde ich sagen, dass ich viel Geld gespart habe, auch wenn ich es später doch für was Anderes ausgegeben habe. Trotzdem kann ich stolz von mir behaupten, dass alles, was ich im Nachhinein gekauft habe, kein Impulskauf war und sicherlich länger Platz in meinem Kleiderschrank finden wird. Kaufen ist schön, aber zweimal drüber nachdenken ist besser.

## Frei und ohne Regeln

Text: Sidney Bartels

Anne Bonny führte ein aufregendes Leben. Im 17. Jahrhundert segelte sie als Piratin um die Welt – dafür musste sie sich als Mann verkleiden. Ist das der Grund, warum feminine Kleidung bis heute in Chefetagen verpönt ist?

Die einen beschreiben sie als die erste große Feministin, die für Freiheit und Gleichberechtigung kämpfte. Für die anderen wiederum war sie eine rebellische Verbrecherin ohne Gnade. Die Rede ist von Anne Bonny. Sie war eine der wenigen Piratinnen, die es schafften, sich in der rauen Männerwelt des Piratentums zu behaupten. Doch den nötigen Respekt, um als Kapitänin die Weltmeere zu besegeln, musste sie sich hart erkämpfen.

Anne lebte im späten 17. Jahrhundert, auch bekannt als das Goldene Zeitalter der Piraterie. Die Rollenbilder waren klar verteilt. Es waren ausschließlich Männer, die Geld verdienten und die Welt eroberten. Für die Frauen war es nicht vorgesehen, Karriere zu machen. Frauen, die nicht von einem Mann abhängig sein wollten, hatten kaum Chancen, sich selbst zu ernähren, und mussten sich daher oft prostituieren. Handwerkliche Aufgaben durften von Frauen nur dann übernommen werden, wenn sich der Mann zum Beispiel auf hoher See befand.

Anne Bonny war finanziell versorgt, das war ihrem Vater, der von Beruf ein angesehener Anwalt war, besonders wichtig. Doch wollte sie dem strengen Rollenbild ihrer Zeit entfliehen, sie verabscheute die Vorstellung von einem eintönigen Leben und suchte einen Ausweg. Ihr Traum war es, die Karibischen Meere unsicher zu machen und ein freies, regelloses Leben zu führen. Ein Problem gab es dennoch. Frauen waren auf Handelsschiffen strengstens verboten, da sie nach dem Aberglauben der Männer Unglück brachten. Davon ließ sich Bonny jedoch nicht beeindrucken. Sie war eine der ersten Frauen, die die Methode des »Cross-Dressing« anwandte. Sie hatte schon in jungen Jahren erkannt, dass das Leben als Mann deutliche Vorteile hatte, und verkleidete sich im Alltag gern als Junge. Eine Verkleidung als Mann musste her.

**Anne tauschte ihre Kleider gegen Säbel und schwarze Stiefel ein. Ihre Tarnung an Bord hielt über Jahre an. Dank ihrer Verkleidung galt sie als gleichberechtigtes Besatzungsmitglied unter den männlichen Matrosen. Was ihr letztlich half, zu einer der skrupellosesten Piratinnen ihrer Zeit zu werden.**

Um akzeptiert und erfolgreich zu sein, musste Anne die traditionelle Rolle der Frau ablegen. Ist uns dieses Phänomen noch heute bekannt? Müssen sich Frauen am Arbeitsplatz immer noch gegenüber den Männern behaupten, genau wie es bei Anne Bonny der Fall war?

Wie würde es beispielsweise aussehen, wenn sich eine junge Frau am Arbeitsplatz »zu weiblich« kleidete, sei es mit einem süßen Blümchen-Rock oder einer verspielten Bluse? Viele junge Frauen wollen genau das vermeiden, wie Anne schon zu ihrer Zeit. Denn leider ist es selbst heutzutage noch oft der Fall, dass Frauen in manchen Arbeitsumfeldern aufgrund femininer Kleidung benachteiligt und schnell in Schubladen gesteckt werden. Deshalb passen sich weibliche Führungskräfte vermehrt dem Kleidungsstil ihrer männlichen Kollegen an, um das zu vermeiden.

Zu »feminine« Kleidung, wie Blümchen-Muster oder Rüschen sind oftmals nicht erwünscht, genauso wenig wie aufzufallen. Denn gerade, wenn es um die höheren Führungspositionen geht (gerade mal 30 Prozent davon sind Frauen), wird das weibliche Geschlecht deutlich kritischer beobachtet als das männliche. Aber warum haben Frauen aus der heutigen Zeit ähnliche Probleme wie Anne Bonny zu ihrer? Schuld sind veraltete Rollenbilder. Anne Bonny musste sich damals dem gleichen Problem stellen und kopierte die Verhaltensweisen und den Kleidungsstil ihrer männlichen Mitstreiter, um mithalten zu können. Der Grund, warum Frauen sich heutzutage immer maskuliner kleiden, ist demnach simpel – sie wollen ernst genommen werden. Männer werden oft mit Geld, Stärke und Macht assoziiert. Frauen gelten im Gegensatz oft als emotional und unschlüssig. Infolgedessen lässt sich vermehrt beobachten, dass Frauen nicht die gleiche Aufmerksamkeit und nötigen Respekt bekommen wie Männer, selbst wenn dieselbe Leistung erbracht wird. Leider sind diese Assoziationen noch heute in vielen Köpfen verankert. Was es der weiblichen Bevölkerung erschwert, die Erfolgsleiter hinaufzuklettern.

Anne Bonny schaffte den großen Durchbruch und konnte sich dank ihrer Verkleidung Jahre lang unter Männern behaupten. Als ihre Tarnung irgendwann auffiel, konnten es die meisten nicht glauben, dass so viel Talent und Willensstärke von einem anderen als dem männlichen Geschlecht kommen könne. Genau so entstand auch das berühmte Bild, auf dem sie ihre Brust zum Zeichen ihrer Weiblichkeit zeigt.



**Jeder, egal ob männlich oder weiblich, sollte durch Leistung statt durch Kleidung wahrgenommen und beurteilt werden. Frauen sollten sich von den veralteten Rollenbildern nicht entmutigen lassen und die Freiheit genießen, zu tun, zu sagen und zu tragen, was sie möchten. Ohne verurteilt, bewertet oder abgestempelt zu werden.**

Zu hoffen ist, dass veraltete Rollenbilder irgendwann in Vergessenheit geraten. Anne Bonny erkannte das schon vor hunderten von Jahren. Nicht ohne Grund galt sie als einer der erfolgreichsten Piratinnen, denn von der Männerwelt ließ sie sich nicht einschüchtern und eroberte lieber selbst die Welt. Vielleicht können junge Frauen sich Anne als Vorbild nehmen und in ihre Fußstapfen treten, wenn es darum geht, einfach mal mutig zu sein.



## Falsche Freundin

Text: Maxima Tribull

Auf TikTok trenden gerade Hashtags wie #quietluxury oder #oldmoney. Aber ist es wirklich erstrebenswert, einer Ästhetik nachzueifern, die auf Privilegien und Ausgrenzung beruht? Unsere Autorin erklärt, warum wir die Serienfigur Blair Waldorf nicht zum Vorbild nehmen sollten.

Blair möchte die besten Abschlussprüfungen schreiben. Die einzige wirkliche Konkurrentin um die besten Ergebnisse ist Nelly Yuki. Als Blair erfährt, dass diese gerade eine unschöne Trennung hinter sich hat, besticht sie Nellys Exfreund, sodass der ihr den Abend vor den Prüfungen vorspielt, wieder mit ihr zusammenkommen zu wollen. Unmittelbar am nächsten Morgen »verlässt« er Nelly dann erneut, sodass diese aufgelöst in die Prüfungen gehen muss und Blair nun das beste Ergebnis sicher ist.

Gibt man auf TikTok ihren Namen ein, wird ganz weit oben »Blair Waldorf Outfits« vorgeschlagen. Man findet viele Videos, in denen Looks von dem Gossip-Girl-Charakter nachgestylt oder Outfits gezeigt werden, inspiriert von Blairs preppy, old-money Stil. Hauptsächlich sieht man hier Tweed, Blazer und passende Zweiteiler, Haarbänder, karierte Röcke, verspielte Strumpfhosen und generell einen sehr femininen, detailverliebten Kleidungsstil. Neben all den Videos, die Inspiration von Blairs Modegeschmack nehmen, finden sich aber auch Sprüche, die zu Fan-Edits zusammengeschnitten werden und als ikonisch gelten: »Some people are simply better than others.« Oder: »Once again the world has proven to me, everything you can do, I can do better«. Das sind nur einige der so beliebten Zitate der Show. Viele dieser Edits haben dann #girlboss und #queenB in der Beschreibung.

**Blair wird für ihre schlagfertige, freche Art als Ikone gefeiert. Wenn man aber genauer überlegt, zeigen sie viel mehr, mit welch tief verankerter snobistischer Haltung sie durchs Leben geht. Ihre Privilegien als schöne Tochter von Eltern mit Generationenreichtum nimmt sie als selbstverständlich.**

Über die Serie hinweg verabscheut Blair Figuren, die nicht wie sie zur High Society der Upper East Side gehören und ihrer Meinung nach Klassen unter ihr stehen. Aber auch solche, die zumindest zur gleichen Schicht wie sie gehören, bekommen von Blair ständig zu spüren, dass sie sich selbst für etwas Besseres hält. Und offensichtlich fördert die Serie Blairs boshafte Verhalten, denn wenn man sich die Charaktere, die Blair über die sechs Staffeln runtermacht, genauer anschaut, findet man schnell Gemeinsamkeiten: Sie alle werden unsympathisch dargestellt oder sie haben nur eine ergänzende, wenn nicht sogar irrelevante Rolle in der Serie.

Wenn Blair also gegen die meist gehassten Charaktere oder Figuren ohne wirkliche Bedeutung schießt, dann denkt sich das Publikum dabei nichts oder findet ihre Schikanen sogar noch gerechtfertigt und unterhaltsam.

**Es wirkt fast so, als würden hier Selbstsucht und Ignoranz mit Durchsetzungsfähigkeit und Zielstrebigkeit verwechselt werden.**

Und wahrscheinlich sind Blairs Sprüche überhaupt nicht so lustig und gerissen, wie sie auf Social Media dargestellt werden, sondern eher Worte, die aus dem Mund einer furchtbaren Person kommen.

Es ist interessant zu sehen, wie viele Mädchen und junge Frauen sich Blair Waldorf trotzdem als Vorbild nehmen. Vor allem, wenn man bedenkt, dass alles, was Blair erreicht, Produkt ihres Privilegs oder ihrer Manipulation und Sabotage ist. Manipulieren und sabotieren könnten wir wahrscheinlich alle, wenn wir wollten. Doch wollen wir das? Und die Konsequenzen, die aus einem solchen Verhalten im echten Leben folgen, finden in der Serie keinen Platz. Das Privileg, aus einer reichen, renommierten Familie zu kommen, ist nichts, was man sich aussuchen oder erarbeiten kann. Das heißt, alle Gemeinheiten von Blairs Seite sind zwar lustig aus der Zuschauerperspektive, aber in der Realität wären genau diese Fans ihre Opfer.

Social Media vermittelt schnell das Gefühl, man könne sich mit einem Tweed-Blazer für 69,99 Euro den Blair-Status erkaufen, obwohl spätestens jetzt klar sein sollte, dass der Reiz an der Figur der Blair sicherlich nicht nur ihr Kleidungsstil, sondern ihr Status und ihre soziale Position ist. Dass Blair ein schlechter Mensch ist, scheint unwichtig, schließlich steht sie ja für das, was wir irgendwann mal sein, haben und verkörpern wollen, und nicht für die Geschichte, wie sie dorthin gekommen ist.

# CAMPUS

## »In Berlin habe ich meinen Stil gefunden«

Interviews: Sidney Barthels, Maxima Tribull und Hannah Waerder

Auf dem Kreativcampus der BSP in Berlin-Wedding gibt es immer viel zu entdecken. Hier wird Mode nicht nur studiert, sondern auch gelebt und gefeiert. Ein paar Studierende geben Einblicke in ihre ganz persönliche Reise zum eigenen Stil

**Viola, 21, studiert Costume & Make-up-Design im zweiten Semester**

**NICO: Wie hast du deinen Style entwickelt und wie lange hat diese Entwicklung gedauert?**

V: Second-Hand habe ich vor zwei Jahren für mich entdeckt und dann einfach voll schnell gemerkt, dass Vintage-Mode einfach total vielfältig ist und mega einzigartige Teile hat. Mein Style hat sich dann mit der Zeit entwickelt. Ich liebe es einfach, außergewöhnliche Sachen zu kombinieren.

**NICO: Hattest du früher mal einen ganz anderen Style?**

V: Nein, ich würde eher sagen, dass ich als Teenie so die Mainstream-Sachen und Trends von damals getragen habe. Also viel Skinny Jeans und einfach das, was die anderen auch an hatten. Da war ich eher so, dass ich mehr dazu gehören wollte. Aber einen krassen, auffällig anderen Style hatte ich eigentlich nicht.

**NICO: Und jetzt traust du dich einfach, mehr individuell zu sein?**

V: Voll, auch seitdem ich in Berlin wohne, traue ich mich einfach viel mehr, weil sowieso jeder verschieden ist. Es hat sich einfach gut entwickelt, dass ich nicht mehr so auf die Meinung anderer höre.

**NICO: Hast du ein Teil in deinem Kleiderschrank, das ein absolutes Must-have für dich ist?**

V: Ich habe einen Lieblings-Crewneck-Pulli in Lila, der ist vintage von Nike und den trag ich einfach gerne zu allem.

**NICO: Gibt es bei dir auch ein absolutes No-Go, bei dem du sagst, das geht gar nicht?**

V: Ich finde Leder ganz schwierig, vor allem Lederhosen, die dann oft zu eng sind, dann sieht es meistens wie reingepresst aus.



**Ina, 25, studiert Costume & Make-Up Design im vierten Semester**

**NICO: Wie hast du deinen Style entwickelt und wie lange hat dieser Prozess gedauert?**

I: Also ich mochte immer schon außergewöhnliche Kleidung, auch als Kind schon. Mit 14 fing es mit Mangas an. Ich mochte das und habe so einen japanisch inspirierten Stil entwickelt. Seit ich in Berlin bin, habe ich irgendwie komplett meinen eigenen Stil gefunden.

**NICO: Das haben wir schon von anderen gehört, dass sie dadurch erst ihren Stil entwickelt haben.**

I: Ja, man ist halt weg von den Eltern, endlich frei.

**NICO: Wo shoppst du am liebsten?**

I: Auf Flohmärkten auf jeden Fall, der da unten bei der Warschauer Straße. Oder sonst halt Second-Hand-Läden.

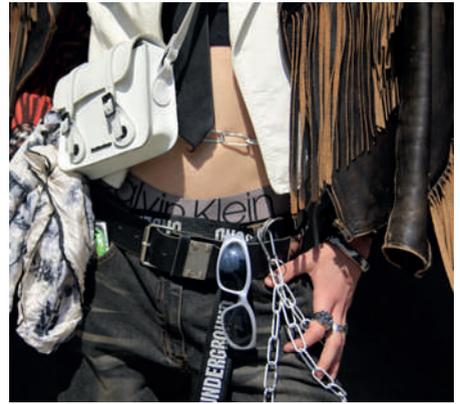
**NICO: Was ist dein absolutes Lieblingsteil im Kleiderschrank?**

I: Das ist schwer, weil ich so viele Sachen habe und jeden Tag was Neues mag. Es ist auch so, dass ich an einem Tag etwas kaufe, richtig gut finde und am nächsten Tag finde ich es schon langweilig. Ich brauche irgendwie immer neue Sachen. Das Einzige, was ich fast jeden Tag trage, ist meine Perlenkette.

**NICO: Gibt es bei dir auch Tage, an denen zu dich gar nicht stylist oder vielleicht mal in Jogginghose raus gehst?**

I: Nee, gar nicht tatsächlich, also ich habe auch gar keine normalen Sachen.





**Erik, 21, studiert Sustainable Fashion im zweiten Semester**

**NICO: Wie bist du auf deinen Style gekommen und welche Entwicklung hast du durchlebt?**

E: Das ist eine lange Geschichte. Früher als Kind hat mich meine Mutter angezogen, und ich habe so eine kleine Helikoptermutter. Sie hat mich lange bestimmt, was ich anziehe und dann bin ich auf ein Internat gekommen und habe dann da angefangen, ein bisschen meine Richtung zu finden. Durch die Kunst habe ich so einen Weg gefunden, mich mehr auszudrücken und das ist dann irgendwie in die Fashion gefloated. Das hat sich einfach immer weiterentwickelt.

**NICO: Supportet deine Mutter deinen Weg?**

E: Ja! Es war anfangs schwer. Sie meinte: »Designer, waaas? Als Künstler und Designer verdient man nichts.« Aber jetzt hat sich ihre Sicht vollkommen verändert. Das freut mich natürlich sehr.

**NICO: Hattest du im Internat keine Schuluniform?**

E: Nein, zum Glück nicht. Das war eigentlich ziemlich frei. Es gab trotzdem ein paar Einschränkungen, zum Beispiel nicht bauchfrei rumzurennen. Mein Stil hatte zu dem Zeitpunkt eher den Fokus auf Anzüge. Jetzt in Berlin bin ich eher auf Streetstyle. Mein Stil besteht aus vielen verschiedenen Facetten.

**NICO: Aus welcher Stadt bist du nach Berlin gezogen?**

E: Ich komme aus Lübeck, bin aber in Berlin geboren. Lübeck ist für das Marzipan bekannt, genau. Dann bin ich nach Hamburg gezogen und danach dann nach Berlin.

**NICO: Woher nimmst du deine größte Fashion-Inspiration?**

E: Ich habe nicht wirklich irgendwas, woran ich mich so dauerhaft orientiere. Ich sammle Eindrücke oder ich sehe irgendjemandem, der geil aussieht und dann adaptiere ich ein paar Sachen oder ziehe Inspiration von ganz verschiedenen Seiten. Es gibt nicht wirklich etwas oder jemanden, wo ich sagen könnte, ich orientiere mich an einem bestimmten Designer komplett, sondern eher an eine Richtung. Ich kombiniere auch immer gerne verschiedene Stilrichtungen.

**NICO: Sieht man auch voll!**

E: Dankeschön, Schatzis!

**Vivien, 21, studiert Modejournalismus im zweiten Semester**

**NICO: Wie bist du auf deinen Style gekommen? Gab es über die Jahre eine Entwicklung?**

V: Oha. Also ich weiß, dass ich schon mein ganzes Leben immer darauf geachtet habe, wie ich mich anziehe. Was teilweise auch stark von meiner Mom kam. Ihr war es immer wichtig, wie ihre Kinder sich kleiden. Mir hat es einfach immer schon gefallen, mich außergewöhnlich anzuziehen.

**NICO: Was sagt deine Mom zu deinem jetzigen Kleidungsstil?**

V: Sie hat mich schon immer supported. Auch wenn sie es selbst nicht anziehen würde, mag sie es, dass ich das anziehe, was mir gefällt, und das mein Selbstbewusstsein dadurch gewachsen ist.

**NICO: Woher nimmst du deine Inspiration?**

V: Die Mehrheit meiner Klamotten sind von Vinted, Flohmärkten, Second-Hand-Shops. Man muss zwar immer stöbern, aber genau das macht mir Spaß.

**NICO: Was ist das Must-have-piece in deinem Kleiderschrank, das du niemals hergeben würdest?**

V: Das sind zurzeit meine Plateau-Schuhe. Die Schuhe habe ich für mich entdeckt, und ich kann nicht mehr ohne sie leben.

**NICO: Und was ist dein Fashion-No-Go?**

V: Gibt es nicht, ich finde man kann wirklich alles aufpeppen!



# ICON



## Nicht allein

Text: Gina Rösler

Unserer Autorin fiel es lange schwer, ihren Platz in der Gesellschaft zu finden. Die Dichterin und Aktivistin May Ayim inspirierte sie dazu, die eigene Identität in den Fokus zu rücken und sich für andere zu engagieren.

Der am wenigsten beleidigende Begriff für Menschen, die einen weißen Elternteil und einen schwarzen Elternteil haben, ist »Mixed People«. Aber auch andere angreifende Begriffe werden oft verwendet, etwa hybrid. Hybride bezeichnet man in der Zoologie als Lebewesen, dessen Eltern von zwei verschiedenen Arten sind.

Nur sind »Mixed People« keine Entstehung von zwei unterschiedlichen Arten, sondern von ein und derselben Art, nämlich des Menschen. (Ganz gleich ob »Mixed« oder nicht, nach der »One-Drop-Theorie« sind alle Menschen mit schwarzen Genen schwarz und sollten auch so benannt werden können.) Ich selbst habe einen schwarzen Vater und eine weiße Mutter. Infolgedessen ist mein Hautton heller als der meines Vaters, aber dunkler als der meiner Mutter, was Schwierigkeiten mit sich bringt. Es ist üblich zu hören, dass man »zu schwarz für die Weißen sei, aber zu weiß für die Schwarzen«. Der Afro-Friseur verlangt mehr, da wir es mit unserem weißen Elternteil ja leisten können, und wir sollten bei Black-Lives-Matter-Demonstrationen im Hintergrund bleiben, da es uns nicht direkt betrifft. Es ist eine Herausforderung, von beiden Parteien als Außenseiter behandelt zu werden und sich gleichzeitig auch selbst so zu fühlen, als hätte man in keiner der beiden Gruppen Platz. Und es kann schwierig sein, sich seiner schwarzen Seite bewusst zu werden, wenn man keine Verbindung zu seiner schwarzen Kultur hat und, wie in meinem Fall, nur von der weißen Familie aufgezogen wird.

Viele »Mixed People« kämpfen darum, ihre Identität zu finden, darunter May Ayim, eine Dichterin, die mit ihren Worten viele Menschen in den 1980er-Jahren faszinierte, motivierte und inspirierte. Bis heute ist sie ein bedeutender Teil der Geschichte und Kultur der Afrodeutschen. May wurde 1960 in Hamburg geboren und verbrachte ihr erstes Lebensjahr in einem Waisenhaus, bevor sie von einer weißen deutschen Familie adoptiert wurde. Ihre leibliche Mutter ist Deutsche, ihr leiblicher Vater stammt aus Ghana. Sie hatte jedoch keine Verbindung zu ihrer Herkunft, bis zu einigen Besuchen ihres liebevollen Vaters, was sich sehr auf ihre Zukunft auswirkte. Die Besuche ihres Vaters zeigten ihr die Vielfalt, die in ihr steckte. Sie konnte in ihrem Vater ein Stück von sich selbst finden. Durch die Besuche wurde May Ayim immer wieder daran erinnert, dass sie nicht nur weiß, sondern auch schwarz ist. Aber auch daran, dass sie neben ihrem Vater so gut wie keinen Kontakt zu schwarzen Menschen hatte.

Hatte es was damit zu tun, dass ihre Adoptiveltern sie »weiß« erzogen? May Ayims Adoptiveltern versuchten, sie so zu erziehen, dass alle »Vorurteile« gegen Schwarze nicht auf sie zuträfen und sie sich zum »perfekten« Kind entwickeln würde. Infolgedessen hatte sie nie einen Bezug zu ihrer Identität und wurde ihrer selbst beraubt. Während ihres Studiums lernte May Audre Lorde kennen, eine US-amerikanische Schriftstellerin und Aktivistin. Sie veröffentlichte das Buch »Sister Outsider«, eine unglaubliche Sammlung von Aufsätzen und Reden. Darin geht sie auf die verschiedenen Elemente ihrer Identität als Schwarze, queere Frau ein und legt dar, dass der Wandel in einer repressiven Gesellschaft in einem selbst beginnen muss.

**May Ayim wurde von ihrer Zeit an der Freien Universität Berlin mit Audre Lorde als Gastdozentin inspiriert, ihre Gedanken und Gefühle aufzuschreiben. So konnte sie andere Menschen erreichen, die in der gleichen Situation wie sie waren und sich alleine und unverstanden fühlten.**

May schrieb gemeinsam mit Katharina Ogunto und Dagmar Schulz das Buch »Farbe erkennen«. Dieses Buch diente als Grundlage für eine viel größere Organisation, der afrodeutschen Gemeinschaft. Die »Initiative Schwarzer Menschen in Deutschland« (kurz: ISD) wurde 1985 gegründet, als eine Gruppe Schwarzer Frauen bis zu 100 Schwarze Deutsche zu einem Treffen nach Wiesbaden einlud. Inspiriert wurden sie von Audre Lorde und dem Buch »Farbe erkennen«.

May Ayim und Audre Lorde waren Gründungsmitglieder dieser Organisation. Im Laufe der Zeit schlossen sich immer mehr Organisationen dem ISD-Verein an. Es gibt heute Ortsgruppen in Berlin, Hannover, Hamburg, München und zahlreichen anderen Städten. Die Mission dieser Organisation ist es, Rassismus, Diskriminierung, Benachteiligung und Ausbeutung aufzudecken und zu bekämpfen, um jedem eine faire Chance zu geben. Für Schwarze Kinder und Jugendliche werden Aktivitäten und Räume angeboten.

Diese Organisation erkennt die Bedeutung des Themas an und ist bestrebt, das Bewusstsein für Intersektionalität zu schärfen und es gleichzeitig zu verbreiten.

Als Mitglied dieser Gemeinschaft, das in seiner Kindheit Identitätsprobleme hatte, wusste ich nichts von einer solchen Initiative. Dieses Wissen hätte mir wirklich geholfen, einen inneren Kreis zu haben, um dort Raum für diese Gedanken und Gefühle zu schaffen.

Aber jetzt, wo ich es weiß, möchte ich allen von diesem Verein erzählen, denn es gibt immer noch zu wenige Menschen, die sich einer solchen Chance bewusst sind, und es inspiriert und motiviert mich, härter für diese Gemeinschaft zu arbeiten. Wie man an May Ayims und auch meinem Leben und unserem begrenzten Kontakt mit schwarzer Kultur sieht: es ist wichtig für eine Afrodeutsche, Vorbilder zu haben. Es hilft, seine Identität in den Fokus zu rücken. Als Ergebnis all dieser Präzedenzfälle wurde ein Buch geschrieben, das vielen Menschen eine Plattform gab, und sie dazu inspirierte, zusammenzuarbeiten, um die Welt zu verändern.

Für viele Menschen sind Vorbilder die Wegweiser, die sie aus dem Schatten in eine bessere Welt führen und uns und selbst in dieser Welt zu finden und zu erkennen, dass wir nicht alleine sind.

# SUSTAINABLE FASHION



## Wenn genug zu wenig ist

Text: Emely Carl

Höher, schneller, weiter: Die Generation Z gilt als konsumfreudig und hedonistisch. Dabei wünschen sich viele eigentlich ein anderes Leben. Auf der Suche nach dem wahren Glück findet unsere Autorin Inspiration bei der antiken Philosophie.

Viele philosophische Denkrichtungen beschäftigen sich mit dem Erreichen von Glück und innerem Frieden, doch der Hedonismus kämpft sich aus der Antike in unsere Zeit zurück. Gen Z zeigt den Hedonismus im 21. Jahrhundert. Gen Z gilt als Konsumgeneration. Konsum auf allen Ebenen. Soziale Medien nehmen die Hälfte der Zeit unseres Tages ein und beim Onlineshopping muss das Paket so schnell wie möglich vor der Haustür stehen. Auf der anderen Seite setzt man sich für wichtige politische Themen wie Klimawandel oder die Diskriminierung von Minderheiten ein, man spricht gegen Politiker und sagt offen seine Meinung.

Der auf den Philosophen Aristippos von Kyrene (ein Schüler von Sokrates) zurückgehende Hedonismus leitet sich vom griechischen Wort hedone (für Lust oder Vergnügen) ab. Das Glück soll durch das Ausleben der Lust und der Vermeidung von Schmerz erreicht werden. Aristippos beschreibt Lust als eine sanfte Veränderung der Seele, während Schmerz die raue Veränderung der Seele ist. Zur besseren Verständlichkeit sei erwähnt, dass der Begriff »Lust« hier gebraucht wird als Bezeichnung für eine Erfahrung, die sich gut anfühlt und sich nicht ausschließlich auf sexuelle Gedanken bezieht. Gleichzeitig wird Lust als Begleiterscheinung für erfolgreiches Handeln angesehen. Nach Aristippos Philosophie ist die Lust jedoch nur ein Augenblick, der nicht lange anhalten kann. Da es in dieser Philosophie um das Glück und die Probleme des Einzelnen geht, wird mit dem Hedonismus ein hohes Maß an Egoismus verbunden.

Es geht darum, im Hier und Jetzt zu leben und seine Lebenszeit optimal zu nutzen. Da man auf der Suche nach Erfüllung in allen Lebenssituationen ist, soll man stets seinen eigenen Interessen, Ideen und Fähigkeiten treu bleiben. So steht beispielsweise eine halbe Generation für die Bekämpfung des Klimawandels, ohne sich darum zu kümmern, was die Regierung gegen sie vorzubringen hat. Eigene Interessen werden mit Taten, Worten und Gesten gestützt und durchgesetzt.

Epikur knüpft später an den Hedonismus an und erweitert diesen. Er nimmt der Philosophie den Gedanken, immer mehr zu wollen. So entsteht der Epikureismus. Epikur will eine dauerhafte und wahre Lust ohne Abstufungen erreichen. Den Seelenfrieden, der im Epikureismus auch Ataraxia oder Ataraxie genannt wird. In Epikurs Philosophie bedingen sich Lust und Seelenruhe gegenseitig. Wird dieser innere Frieden erreicht, ist man unabhängig von äußeren Einflüssen und dadurch fähig, dauerhaft Lust zu empfinden. Dem Erreichen der Seelenruhe im Weg stehen Begierde, Furcht und Schmerz.

Nach Epikur ist Lust der Normalzustand des Menschen, der getrübt wird durch Schmerz. Lust soll kontrolliert werden, damit sie nicht in Begierde oder Schmerz ausarten kann.

**Es geht bei dem Nachgehen der Lust nicht darum, stetig mehr zu wollen, denn dadurch wird ein Zustand der Unzufriedenheit hervorgerufen.**

Beispielsweise wollen viele den neusten Trends folgen, immer das Neueste und Angesagteste tragen. Das in einer digitalen Welt zu erreichen, wo sich tagtäglich neue Trends entwickeln, ist schwierig. Also wird auf Fast-Fashion-Brands zurückgegriffen, die günstig die angesagten Schnitte, Farben und It-Pieces anbieten. Damit verfällt man der Begierde, immer mehr zu wollen. Man kommt nicht zur Ruhe, muss aufpassen, weil man Angst hat, etwas zu verpassen. Daher sollte man sich überlegen, was man eigentlich möchte, ob es nicht vielleicht reicht, zeitlose Mode zu tragen, die dafür eine höhere Qualität besitzt.

**Würde Epikur heutzutage leben, würde er sich vermutlich mit simplen Turnschuhen, einer bequemen Jeans und einem Pullover zufriedengeben, die von nachhaltigen Marken produziert wurden.**

Epikur unterscheidet drei Arten von Begierden. Die erste ist die notwendige Begierde. Diese Begierden bereiten immer Unlust, wenn sie nicht befriedigt werden. Dazu zählen Hunger und Durst. Als zweites werden natürliche Begierden abgegrenzt. Natürliche Begierden müssen nicht befriedigt werden, da sie wieder vergehen, wie beispielsweise der Sexualtrieb. Als dritte und letzte Form der Begierde gibt es die weder notwendige noch natürliche Begierde. Dazu zählen jene Begierden, die sich die Vernunft einbildet, etwa der Hang zum Luxus. Luxus muss nicht unbedingt durch den Preis definiert werden, sondern kann auch durch Masse ausgedrückt werden. Wenn man eine neue Hose braucht, zum Beispiel, weil die alte kaputt gegangen ist, kann man entweder drei Hosen für insgesamt 80 Euro kaufen, die wahrscheinlich wieder schnell kaputt gehen werden oder eine Hose für 130 Euro, die man dann acht Jahre lang trägt.

Wichtig ist, dass die Lust wählbar ist. Man kann entscheiden, welcher Lust man nachgeht und welcher nicht. Dafür muss man abwägen können und Weitsichtigkeit haben, um einschätzen zu können, ob eine Situation, in der man seiner Lust nachgeht im Nachgang Schmerz mit sich bringt. Beispielsweise kann man Lust beim Feiern und Trinken empfinden, allerdings ist es wahrscheinlich, dass man am darauffolgenden Tag einen Kater hat. Dann muss man entscheiden, ob der schöne Abend den Kater wert war.

Der Hedonismus steht für einen gewissen Konsum, der die eigene Lust befriedigen soll. Bei Epikur geht es allerdings auch um Genügsamkeit. Ein passendes Zitat von Epikur dazu lautet: »Wem genug zu wenig ist, dem ist nichts genug«.

**Lust findet man nicht zwingend in großen Dingen. Wenn man beispielsweise Hunger hat, sollte man nicht die größtmögliche Menge an Essen zu sich nehmen, sondern das wohlschmeckendste. Und das kann sehr simpel sein.**

Wasser und Brot können die größte Lust verschaffen, wenn man sie aus Bedürfnis zu sich nimmt. Dafür benötigt man eine Gewöhnung an das Einfache. Natürlich muss man nicht auf das Minimum zurückgreifen, allerdings sollte man sich bewusst sein, wann man sich mehr gönnt als nötig ist. Genügsamkeit ist etwas, in dem Gen Z sich noch üben kann. Vielleicht entwickelt diese Generation auch eine neue, eigene Form des Hedonismus.

# PHOTO



## The Unisex Project

Der Studiengang Modemarketing an der Fakultät Creative Business der BSP ist kreativ und praxisnah. Jedes Jahr entwickeln die Studierenden eine eigene Kollektion für die hochschuleigene Marke b.a.r.e.

Die Kollektion »UNISEX« verkörpert die Werte der hochschuleigenen Marke b.a.r.e. perfekt.

B.a.r.e. steht für borderless, authentic, rebellious, equal und wie die Marke, ist die aktuelle Kollektion ein Synonym für Gleichberechtigung, Inklusion und Rebellion.

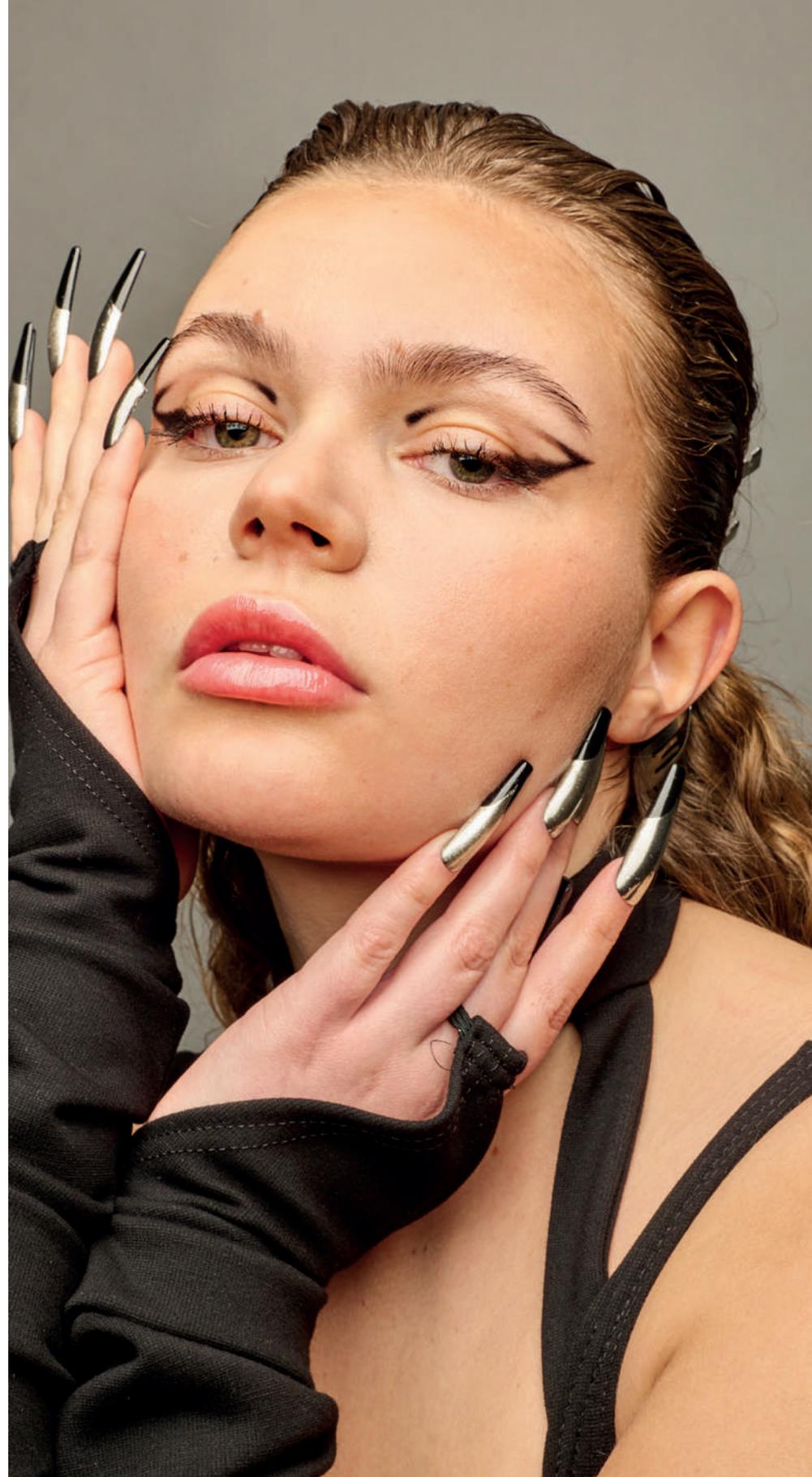
Die Studierenden setzen sich dafür mit Körper- und Geschlechterbildern auseinander und lieben sich unter anderem von der Berliner Techno-Szene inspirieren.















## »Mein Motor ist Wut«

Interviews: Sidney Bartels, Emely Carl, Antonia Mittmann, Gina Rösler, Vivien Schleich, Anja Tiedmann, Maxima Tribull und Hannah Waerder

Wie macht man das: die eigene Stimme finden und einen erfolgreichen Roman schreiben? Das Privatleben in einer Kolumne öffentlich machen? Welche Kritik trifft am härtesten? So viele Fragen und nach anderthalb Stunden war trotzdem noch nichts auserzählt: Die Schriftstellerin, Filmemacherin und selbsternannte, stolze Tussi Jovana Reisinger im Interview.

# TALK

**NICO: Was bedeutet denn der Begriff Tussi für dich?**

JR: Ich wäre so gerne diese Tussi gewesen als Teenie, habe mich damals aber einfach nicht getraut. Diese Stereotype, dass man als blonde, rosatragende Person nicht gleichzeitig linke feministische Literatur schreiben kann, ist mir ganz stark im Zuge der Besprechungen und Einladungen nach meinem ersten Roman aufgefallen. Ich wurde so hart gejudged. Danach habe ich noch viel mehr Glitzer getragen.

**In der Tussi liegt eine subversive Kraft. Durch das unterschätzt werden wird man verharmlost. Das kann auch Vorteile haben.**

JR: Manchmal macht es auch Spaß, wenn man so dermaßen nicht ernst genommen wird. Man hat andere Freiheiten oder man kann Diskussionen oder Momente anders angehen. Dann trag ich ein rosa Couture-Kostüm von Escada zur Preisverleihung bei einer Stipendienvergabe und dieser Minister hat natürlich nichts anderes zu tun, als es zu kommentieren und tappt genau in diese Falle. Das kann man straight in das nächste Buch reinschreiben, das ist super.

**NICO: Denkst du, dass man irgendwann zu alt dafür ist? Gibt es sowas wie eine Tussi-Rente?**

JR: Nein, für Strass und Pink ist man niemals zu alt. Also ich hoffe ja, ich werde sehr alt, und kann es kaum erwarten zu sehen, wie ich dann aussehe.



**NICO: Du hast von dem Moment erzählt, als dich Feminist:innen wegen deines Outfit verurteilt haben. Hast du sonst noch als Frau in der Medienbranche Momente erlebt, mit denen du stark zu kämpfen hattest oder in denen du einfach aufgeben wolltest, weil du dachtest, du würdest es nicht schaffen?**

JR: Es gab immer wieder Momente, dass ich irgendwo vorgeschlagen wurde und dann aber nicht eingeladen wurde oder nicht für den Preis nominiert wurde und mir daraufhin Kritiker:innen gesagt haben, mein Feminismus wäre zu rough. Was sie bräuchten, wären schöne Frauengeschichten, die alle an die Hand nehmen, mit einem Happy End. Da habe ich mir gedacht: »Du kriegst ein Happy End in Spitzenreiterinnen mit der schönsten Hochzeit überhaupt.« Oder, dass ich für Preise vorgeschlagen wurde und dann nicht genommen wurde, mit der Begründung »Naja, Feminismus ist jetzt gerade Trendthema und bald wieder over, lohnt sich jetzt nicht mehr, dieses Buch zu nominieren.« Dann merke ich schon, dass man auf eine bestimmte Art und Weise ausgeliefert ist – einer Rezeptionslogik, die man nicht bestimmen kann, in die man nicht eingreifen kann. Da muss man erstmal schlucken.

**Es gibt immer wieder so Momente in meiner Karriere innerhalb der letzten 13 Jahre, in denen ich dachte: »Es wird niemals klappen. Ich kann es gar nicht schaffen mit dem Background, den ich habe. Ich kann es nicht schaffen mit der Sozialisierung, die ich habe. Ich kann es überhaupt nicht schaffen mit dem Uterus, den ich habe.« Aber dann wird man doch wieder eines Besseren belehrt. Plötzlich kommen die anderen Leute um die Ecke und sagen: »Hey, ich finde dein Buch super. Hier ist ein Preis. Have fun.«**

**NICO: Wie gehst du mit Kritik von deinem eigenen Verlag um? Und wie viele Vorgaben oder wie viel Freiraum hast du beim Schreiben?**

JR: Mehr Freiraum habe ich auf jeden Fall bei meinen Romanen. Meine Hauptlektorin und ich streiten gerne und ich kann es immer kaum erwarten, mein Dokument mit 5.000 Anmerkungen zurückzubekommen. Dann diskutieren wir über Wörter, Logikfehler. Andere Personen haben immer nochmal einen anderen Blick auf den Text. Es ist sehr konstruktiv. Bei den Kolumnen ist es ein bisschen anders. Es ist natürlich so, dass die Sprache eine andere ist: Die Sprache für die FAZ-Kolumne ist eine andere als für die der Vogue. Diese eigene Kolumnensprache zu finden, ist am Anfang immer sehr spannend.

**NICO: Gibt es veröffentlichte oder unveröffentlichte Bücher, mit denen du nicht zufrieden bist?**

JR: In dem Sinne nicht, aber mein Debütroman ist erst nach der fünften Fassung erschienen. Ungefähr sieben Jahre hat das gedauert, da ich immer wieder etwas daran verändert habe. Ich habe eine Schublade, da sind Ideen und Konzepte drin und irgendwann greif ich die wieder raus. Bei meinem Buch »Enjoy Schatz« war es so, dass ich ganz viel aus der Schublade rausholen konnte. Ich brauche einen Sex-Text, einen über Trennung, einen über Klassismus. Also ich arbeite schon oft nebenbei für meine Schublade und die ist auch sehr wichtig für mich!



### **Themen wie sexuellen Missbrauch. Wie reagieren Menschen auf deine Direktheit?**

JR: Sie reagieren ganz unterschiedlich. Ich bekomme viele Nachrichten auf Instagram von Leuten, die ich gar nicht kenne. Zum Beispiel, dass sie sich wünschten, sie hätten diesen Text gelesen, als sie jünger waren. Und dann gibt es viele Personen, die mir von ihren eigenen Übergriffen erzählen. Wo man einfach merkt, dass das fast jeder weiblichen gelesenen Person passiert.

### **NICO: Ist es auch befreiend, so viel Privates und Persönliches preiszugeben?**

JR: In meiner Welt, in dem Umfeld, in dem ich arbeite und lebe, sind wir relativ offen. Wir sprechen explizit und wir machen auch explizite Arbeiten. Mir liegt es fern, provozieren oder schockieren zu wollen. Für mich war es ganz wichtig, diese Art von Texten zu schreiben, da es für mich eine Auseinandersetzung war, mit meinem eigenen Begehren und mit der Frage: »Wie wird eigentlich über Sex geschrieben und wie wird das dargestellt?« Es ist einfach frustrierend, wenn immer die gleiche Art von Sex gezeigt wird, weil es einfach viel mehr gibt.

### **NICO: Wie hast du dir dein Leben vorgestellt, als du in unserem Alter warst?**

JR: Als ich Zwanzig war, habe ich gedacht, dass die Dreißig unfassbar weit entfernt wäre. Ich habe immer gehofft, von meinem Schreiben oder meiner Kunst leben zu können und das hat sich erst kurz vor Dreißig bewahrheitet.

### **NICO: Und wie stehst du zu einem eher konservativen Leben? Stößt dich das bei anderen Leuten ab?**

JR: Es wäre ganz schön vermessen von mir, zu behaupten, dass alle meinen Lifestyle fahren müssten. Ich finde, auch heteronormative Beziehungsstrukturen sind völlig in Ordnung. Es muss auch nicht jede Person vermeintlich progressive Liebes- und Beziehungsmodelle leben oder ausprobieren. Was mich einfach wahnsinnig stört sind diese Rollenbilder und die gleichzeitig damit eingehenden Stereotypen und Klischees.

### **NICO: In einem Interview sagtest du mal, dass »starke Frau« eine Hasskategorie für dich sei. Warum?**

JR: Diese Bezeichnung finde ich problematisch. Diese Idee von der starken Frau bedeutet ja gleichzeitig eine Abwertung. Sind dann alle anderen schwach, oder was? Was soll das denn überhaupt bedeuten? Es suggeriert ein Kompliment, gleichzeitig ist es aber eine Boshaftigkeit, die da mitschwingt. Die Begrifflichkeiten Powerfrauen und Frauenpower machen mich wirklich fertig. Diese vermeintlich gutgemeinten Zuschreibungen, oft für Schriftstellerinnen oder Künstlerinnen – also bin ich jetzt die starke Frau, weil ich diese Plattform habe? Aber für die Frau, die am Supermarkt an der Kasse sitzt, gilt das ja dann nicht. Sie ackert den ganzen Tag, für einen entsetzlichen Stundenlohn und macht wahrscheinlich noch unbezahlte Care-Arbeit. Was ist sie dann eigentlich?

**NICO: Ich hatte selten so viele Emotionen beim Lesen eines Buchs wie bei deinem Buch »Spitzenreiterinnen«. Ich war traurig, wütend, aber auch schockiert, weil ich die Frauenfeindlichkeit, die in dem Buch aufgezeigt wurde, so schlimm fand. Was war deine Motivation, ein Buch über so massive Misogynie zu schreiben?**

JR: Ich würde schon behaupten, dass die Wut generell mein Motor und die antreibende Kraft ist. Alle meine Arbeiten entstanden primär aus Wut. Das ist natürlich auch ein bisschen schwierig, die Wut muss man irgendwann auch mal ablegen. Und ich arbeite daran.

Nach Veröffentlichung von »Spitzenreiterinnen« wurden die Szenen, die am realsten sind, immer als ausgedacht gewertet. »Die Gesellschaft ist schon viel weiter, in Deutschland ist es nicht mehr so schlimm« hieß es dann, und dann dachte ich mir nur so: Wirklich? Moment! Ich war eineinhalb Jahre mit dem Buch unterwegs im Zuge der Lesereisen und immer noch bestätigen mir viele, dass es durchaus noch so ist.

## **Was ich kann, ist Salz in die Wunde streuen.**

**NICO: Siehst du denn einen kleinen Wandel, was Frauenfeindlichkeit angeht? Hat sich das bereits mehr Richtung Frauenfreundlichkeit geändert?**

JR: Keine Ahnung. Neulich ging ich nach Kreuzberg um 50 Ausgaben von »Enjoy Schatz« zu signieren. Ich dachte mir »Geil, jetzt gehe ich in diesen Buchladen, signiere mein neues Buch, es gibt geilen Kaffee und danach geh ich mit meiner Freundin essen.« Auf dem Weg dorthin wurde ich ungelogen mindestens siebenmal gecatcalled. Und dann sitze ich in diesem Buchladen und denke mir: »Das kann ja wohl nicht wahr sein«.

**Es gibt immer wieder so Momente, in denen ich mir denke, da passiert etwas. Dass Bücher wie »Spitzenreiterinnen« so erfolgreich werden konnten, lag auch an der Zeit und an durchgesetzten feministischen Kämpfen. Dann schaut man wieder zu europäischen Nachbarländern, die Abtreibungen verbieten. Ich glaube, die einzige Gewissheit ist, dass man ständig neu für diese Rechte kämpfen muss, weil sie genauso schnell entzogen werden können.**

# STYLE

## No Drama Dressing

Text & Illustrationen: Antonia Mittmann

Bei der Frage nach den persönlichen Stilikonen musste unsere Autorin nicht lange nachdenken: Ihr Idol liebt es lässig, lackiert sich gerne die Fingernägel, ist aber keine Frau. Eine Würdigung von Jeff Lebowskis Einstellungen und Outfits.



Jeff schafft, was viele Streetwear-Träger vergeblich versuchen: mühelos lässig auszusehen. Besser bekannt als »der Dude« schlurft er durch den knapp zweistündigen Film »The Big Lebowski« und begeistert und inspiriert mich dabei, als wäre er Teil meines Lebens. Diesen zugegebenermaßen etwas schrägen Enthusiasmus werde ich anhand dreier seiner Outfits verbildlichen. Viel mehr als drei Verschiedene besitzt er zudem auch gar nicht.

### **Outfit Nr. 1: Resort Loose Fit**

Lederslipper und ein Bademantel aus anschmiegsamem Frottee, durch Taillengürtel auch die figurbetonte Tragevariante möglich. Der Dude entscheidet sich jedoch ganz bewusst dafür, den Mantel offen zu tragen. Schließlich geht Komfort über alles und der Tag ist einfach zu lang, um schon morgens unbequem zu starten.

Auch Mary Zophres, die Stylistin der kultigen Filmfigur, äußerte sich zu ihren Designs: »Der Dude trägt elastische Gummibünde, damit er sich nicht ums Aufknöpfen scheren muss. Er trägt auch nie Hemden, sondern nur Teile, die er über den Kopf ziehen kann, und eine Menge Strick.« Meinen Einkauf erledige ich seitdem oft nur noch im orangefarbenen Jogginganzug. Männer werden einfach seltener als Frauen anhand ihrer Optik und Kleidung beurteilt. Meiner Erfahrung nach machen sie sich jedoch auch weniger daraus, angestarrt oder schräg angeschaut zu werden, und das ist für mich erstrebenswert. Andere Männer und Frauen können sich davon noch etwas abschauen, um dadurch wesentlich unbeschwerter – ähnlich dem Dude – durch die Welt zu gehen.

Für den Dude ist es nicht von Bedeutung, ob die Person männlich oder weiblich ist. Wenn er etwas sieht, was ihm gefällt, nimmt er es einfach ganz selbstverständlich hin und probiert es selbst aus. Wenn es ihn erfreut, ist das Grund genug.

### **Outfit Nr. 2: Relax Couture**

Der Alltagslook unter seinen Outfits. Für Spaziergänge und Unternehmungen bestens geeignet, haben doch die Beine in der weiten, wild gemusterten Hose genug Bewegungsfreiheit. Mit einem Raglan-shirt macht er sowieso nichts falsch und dazu kombiniert er luftige Schuhe, die bei den meisten von uns Kindheitserinnerungen aufleben lassen könnten. Tatsächlich haben sich die Badelatschen aus Gummi als sogenannte »Jelly-Schuhe« so durchgesetzt, dass sie 20 Jahre nach Erscheinen des Filmes wieder auf dem Laufsteg gelandet sind, unter anderem beim Label Alexa Chung. Hässlich? Ich finde ja. Bequem? Mitunter. Nostalgisch? Aber sowas von! Der Dude tut alles dafür, seine Lieblingsteile zu erhalten, damit sie noch eine weitere Wäsche, noch einen weiteren Sommerregen mitmachen können. Einfach, weil sie es wert sind. Also lasst uns doch die Romantik und den eigenwilligen Charme eines abgetragenen und verwaschenen Teils wiedererkennen, denn das ist gelebte Nachhaltigkeit.

### Outfit Nr. 3: Polished-Up

Mein persönlicher Favorit, da die Details das Besondere sind. Die kurze karierte Hose und der ausgewaschene Pulli stechen wenig hervor und werden seit jeher von unzähligen, vorrangig männlichen Personen getragen. Da sich der Dude jedoch rein gar nichts aus Schubladen macht und sein eigenes Ding durchzieht, klemmt er sich eine Spange ins Haar, um freie Sicht auf seine geliebte Bowlingbahn zu haben. Seine Freunde sind davon unbeeindruckt und zucken auch mit keiner Wimper, als er anfängt, sich vorsichtig die Nägel zu lackieren. Einfach tun und tragen, wonach einem ist, scheint Jeffs Motto zu lauten. Kein Drama um nichts machen, sondern nur, wenn es um Leben und Tod geht. Was den Nagellack angeht, hat er sich vermutlich von Bonnie, einer der Frauen im Film, inspirieren lassen. Für den Dude ist es nicht von Bedeutung, ob die Person männlich oder weiblich ist. Wenn er etwas sieht, was ihm gefällt, nimmt er es einfach ganz selbstverständlich hin und probiert es selbst aus. Wenn es ihn erfreut, ist das Grund genug. Völlig egal, ob es andere Menschen genauso machen würden. Mit der Einstellung geht er an seine Kleidungs Auswahl aber auch Alltagssituationen heran. Und so wird die Milch lieber mit Scheck bezahlt, als auf den White Russian zuhause zu verzichten.





## **Pink für Jungs, blau für Mädchen**

Unsere Kleidung gibt anderen nicht nur Einblick in unseren Charakter, sondern zeigt auch unser Geschlecht an. Aber wieso eigentlich? Unsere Autorin findet, dass Farben, Stoffe und Formen für alle da sein sollten. Ein Plädoyer für genderfluide Mode.

Text: Anja Tiedmann

Ein langes babyblaues Spitzenkleid mit gesmoktem Brusteinsatz, auffälligen Rüschen am Rock und angelegter Schleppe – ein Traum aller Frauen, oder auch aller Männer?

Im Dezember 2020 schmückte Harry Styles als erster Mann allein das Cover der amerikanischen Vogue. Das Besondere: Harry Styles trug ein Kleid und sorgte damit für viel Aufruhr. Unter Zuspruch der Styles-Community versteckte sich auch viel Kritik und Hate. Kommentare wie »Bist du Gay?« und »Muss das sein?«, waren keine Seltenheit. Auch Prominente wie die US-amerikanische rechtskonservative Aktivistin Candace Owens, die durch ihre Kritik an der Black-Lives-Matter-Bewegung bekannt wurde, äußerten sich. Auf Twitter schrieb sie: »Bring back manly men«. Sie machte damit deutlich, dass für sie Männer männlich sein sollten und auch, dass ihr das Cover nicht männlich genug war.

## **Doch was ist eigentlich ein männlicher Mann?**

In unserer Gesellschaft entscheiden wir meist anhand der Kleidung und des Auftretens, ob eine Person männlich oder weiblich ist. Wir sind es gewohnt, Menschen nach Klischees zu sortieren. Das geschieht automatisch. Eine Frau in High Heels ist »sexy« oder »attraktiv«, ein Mann dagegen »anders« und »ungewöhnlich«. Ganz, egal wer welches Geschlecht ansprechend findet: ein Mann in hohen Schuhen kann auch attraktiv sein und sollte sich auch so fühlen dürfen. Wieso drehen wir uns also noch nach einem Mann in High Heels um? Wir tun, dass, weil wir uns von den gesellschaftlichen Regeln beeinflussen und leiten lassen. Es ist egal, ob wir Männer in High Heels gut finden oder nicht, wir drehen uns um, – denn Männermode muss hart, aggressiv und kantig sein, aber nie körperbetont und gefühlsnah.



Der Gegensatz zu der stereotypen Kleidervorstellung von Männern und Frauen ist genderfluide Mode. Die geschlechterneutrale Kleidung zeichnet sich dadurch aus, dass sie sich weder dem weiblichen noch dem männlichen Geschlecht zuordnen lässt. Es gibt keine Farben, Schnitte und Stile, die nur von einem bestimmten Geschlecht getragen werden dürfen. Auch typische Denkweisen wie »Pink ist eine Mädchenfarbe« und »Blau ist eine Jungsfarbe« gibt es hier nicht.

**Mode sollte kein Geschlecht kennen. Es geht vielmehr darum, sich nach seinem persönlichen Wohlbefinden zu kleiden und dies in vollen Zügen zu genießen. Genderfluide Mode bedeutet, dass auch ein Mann ein babyblaues Spitzenkleid und High Heels tragen kann, ohne dass es Aufmerksamkeit erregt, weil es Normalität sein sollte.**

Mode braucht Veränderung. Sie braucht Menschen, die bereit sind, neue Ideen umzusetzen. Am besten funktioniert das mit Trends, denn durch mediale Aufmerksamkeit können Menschen aufgeklärt und sensibilisiert werden. Zudem kann man davon ausgehen, dass, wenn jeder Mann einen Rock trägt, dieser in der Männermode gesellschaftlich anerkannt und normalisiert wird. Stars wie Brad Pitt oder Robert Pattinson machen es vor. Ob Pitt in einem knielangen braunen Rock auf der Deutschlandpremiere von »Bullet Train« oder Pattinson in einem melierten Rock in Marine bei der Dior Men Herbst/Winter 2023 Show – beide zeigen, wie gut Männer im Rock aussehen können.

Auch wenn all diese Stars das politische Statement hinter ihren Outfits vertreten, kleiden sie sich selten selbst. Hinter jedem Star steht ein Stylist oder eine Stylistin. Harris Reed, der neue Kreativchef von Nina Ricci, ist mit seinen dramatischen High-Fashion-Pieces nicht nur ein Vorbild für genderfluide Mode, sondern trifft auch den Zeitgeist der heutigen Gesellschaft. Das Besondere an seiner Mode ist, dass er sie weder nach Geschlecht noch nach Saison zuordnet. Im Interview mit dem »Times«-Magazin verriet er: »Meine Mode ist für alle! Ich möchte sie nicht in männlich, weiblich und non-binär einteilen müssen«. Neben Stylings für Iman auf der Met Gala 2021 oder für Beyoncé auf dem Cover der britischen Vogue im Juli 2022 designte Harris Reed ein Kleid für den Vogue-Shoot mit Harry Styles. Er kombinierte in seinem Design das Markenzeichen von Harry Styles mit einem romantisch-dramatischen Ball-Rock – eine breitschultrige Smoking Jacke mit einer hochtaillierten-ausgestellten Hose und einem Reifrock, der mit Girlanden aus pinkfarbenem Satin drapiert ist.

Harris Reed beeindruckt nicht nur mit seinen Designs, sondern auch mit der Botschaft seiner Entwürfe. Mode sollte weder Geschlechter noch Regeln kennen und in allen Ausführungen frei zugänglich für jeden sein. Genderfluider Mode eine Chance zu geben ist nicht nur wichtig für den Wandel der Modeindustrie, sondern auch für die Gesellschaft. Vielleicht schaffen wir es in Zukunft, uns nicht nach dem Mann in High Heels umzudrehen, um jeden Menschen die Möglichkeit zu geben, sich frei entfalten und wohlfühlen zu können.

PHOTO



## Future Role Models



**»I am titanium. You shoot me down,  
but i won't fall.« - David Guetta ft. Sia:  
Titanium**

**Sophie**

Sophie, 21, studiert Modejournalismus im 3. Semester.  
Styling: Jana Gamerith und Johanna Strathaus-Hoischen.

Sophies Look ist inspiriert von Kriegsfilmen wie »Im  
Westen nichts Neues« und repräsentiert ihr eigenes Role  
Model als Kämpferin.

Stiefel, Hose, Tank Top und Ohrringe: NA-KD  
Jacke: All Saints  
Gürtel: Vintage  
Silberne Tasche: Zara





**»You online live twice, or so it seems. One life for yourself, and one for your dreams.«  
- Nancy Sinatra: You only live twice**

### Jana

Jana, 21, studiert Modejournalismus im 3. Semester. Styling: Sophie Munzinger und Clara-Luise Kühl. Janas Look ist inspiriert von einem Agent:innen-Flair wie James Bond ihn hat und repräsentiert ihr eigenes zukünftiges Role Model.

Herzkette: Asos

Blazer: Stylist's own

Ringe: Models's own

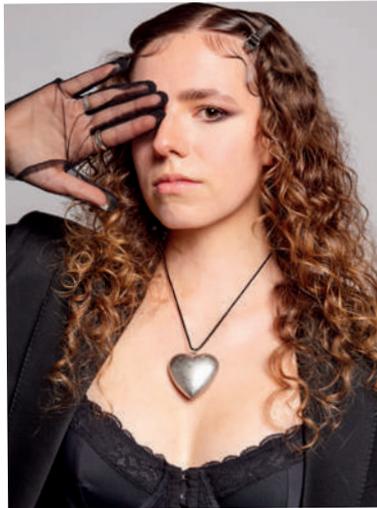
Transparente Handschuhe: Stylist's own

Schuhe: Doc Martens

Blazer Hose: Vintage

Korsett: Urban Outfitters

Silberne Tasche: Zara



**»She's a killer queen, gunpowder,  
gelatine, dynamite with a laser  
beam.« - Queen: Killer Queen**

**Clara**

Clara, 23, studiert Modejournalismus im 3. Semester.  
Styling: Jana Gamerith und Johanna Strathaus-Hoischen.

Claras Role-Model-Look ist inspiriert von der Filmfigur  
Cruella de Vil und steht für Charakterstärke und den Mut,  
die eigenen Träume zu verfolgen – auch, wenn das von  
anderen nicht immer gutgeheißen wird.

Mantel: Model's own

Top: Stylist's own

Rock: Stradivarius

Boots: Ganni

Tasche: Stylist's own

Kette: Urban Outfitters



»I want the money, money and the cars.  
Cars and the clothes, I suppose. I just want  
to be successful.« - Drake ft. Trey Songz:  
Successful

Johanna

Johanna, 24, studiert im 3. Semester Modejournalismus.  
Styling: Sophie Munzinger.  
Johannas Look ist inspiriert von einer modernen Grace  
Kelly im Pelz.

Webpelzmantel: By Marlene Birger  
Weißer Jumpsuit: Asos  
Pinke Schuhe: Asos



# SUSTAINABLE FASHION



## Zu den Sternen

Wie schafft man es heute, als junge Designerin eine eigene Marke aufzubauen? Kann man den gesamten Prozess vom Design über die Herstellung bis zu Marketing und Verkauf tatsächlich ganz alleine stemmen? Bei unserer Exkursion nach Amsterdam besuchten wir Sky Starsigns in ihrem Atelier. Ein Gespräch über Upcycling und die Macht von Social Media.

Text & Interview: Hannah Waerder



Kurz bevor ich mein Studium an der BSP Berlin anfang, entschied ich mich, für die ersten Uni-Tage neue Outfits zu planen. Als Modestudentin wollte ich zeigen, dass ich darauf achte, bei kleinen Online-Businesses zu bestellen, die am besten recyceln und dabei noch besonders aussehen. Ich fand Sky Starsigns auf Instagram. Die Oberteile aus Spitze und Schnürdetails begeisterten mich sofort. Als wir, der Modejournalismus-Studiengang, unsere Exkursion nach Amsterdam planten, ist uns eingefallen, dass Sky Starsigns ihr Atelier dort hat. Für uns war es eine tolle Erfahrung, Einblick in die Arbeit eines Small Business zu bekommen.

**NICO: Was war das erste Teil, das du verkauft hast?**

SKY: Das Allererste? Wahrscheinlich etwas wirklich Peinliches. Ich habe keine Ahnung. Vielleicht ein ganz einfaches Camisole-Top.

**NICO: Wann hast du deine Website und deinen Instagram-Account erstellt? Wie lange hat es gedauert, bis die ersten Bestellungen eingingen?**

SKY: Ich habe vor etwa drei Jahren gestartet. Im ersten Jahr habe ich alles alleine gemacht. Das war zu Beginn der Corona-Pandemie, Online-Shopping wurde sehr beliebt. Plötzlich waren da Influencer, die meine Sachen über Depop gekauft haben. Depop war sehr wichtig für mich.

**NICO: Verkaufst du immer noch über Depop?**

SKY: Nein. Tatsächlich habe ich damals angefangen, meine Upcycling-Sachen über Vinted zu verkaufen, den so konnte ich höhere Preise verlangen.

**Alles wurde sofort verkauft. Danach haben einige Influencer Bilder mit meinen Sachen gepostet. Ich weiß nicht einmal mehr, wer diese Influencer waren. Ich brauchte dann natürlich einen Instagram-Account und eröffnete danach auch meine Website. Nach dem ersten Jahr der Selbstorganisation wurde es dann schon zu viel und ich brauchte Unterstützung.**

**NICO: Wie viele Mitarbeiter:innen hast du im Augenblick?**

SKY: Vier. Alle sind Praktikantinnen von den Modeuniversitäten hier aus Amsterdam. Hier drüben findet unsere Arbeit statt. Das sind zwei Praktikantinnen und sie schneiden gerade Stoffe für die neue Kollektion zu. Hauptsächlich ist alles in Schwarz und Weiß gehalten und aus Spitzenstoffen oder Leder.

**NICO: Hast du auch in Amsterdam Fashion-Design studiert?**

SKY: Nein, ich habe in Antwerpen angefangen, Fashion-Design zu studieren, für zwei Jahre, habe dann aber aufgehört. Ich wollte mein eigenes Label gründen.

**NICO: Wo bekommst du deine Stoffe her?**

SKY: Es sind alles Deadstock-Materialien. Wir haben für das Atelier diesen Bereich von Amsterdam gewählt, da drei Straßen von hier ein großer Stoffmarkt ist. Es ist der größte Markt für Deadstock-Materialien und er findet jeden Montagmorgen statt. Wir gehen fast wöchentlich zum Markt. Häufig ist es so, dass die Materialien eigentlich viel Geld kosten würden, doch weil sie manchmal nur ein paar Meter von einem Stoff haben, ist es wesentlich günstiger. Für uns ist das ja gut, da wir nicht so viele Stücke herstellen.

**NICO: Was gibt dir Inspiration für deine Kollektionen?**

SKY: Das ist die Frage, die jeder Fashion-Designer hasst, haha. Das ist meine erste richtige Kollektion. Sie ist in schwarz und Weiß gehalten. Es war keine richtige Idee oder Technik, die ich hatte. Vielleicht hatte ich ein wenig Inspiration von Instagram, oder auch einfach von Leuten auf der Straße. Ich versuche, alle sechs Monate eine Kollektion zu entwerfen, die ein bestimmtes Thema hat. Diese Kollektion hat das Thema »Victorian Clown«. Das ergibt Sinn, wenn man die Kollektion sieht. Die nächste Kollektion wird Flamenco-inspiriert sein. Wir werden mit viel mehr Farbe und Prints arbeiten. Ich werde jedoch kein typisches Flamenco-Kleid entwerfen.

**NICO: Verkaufst du die Kleidung auch hier im Atelier oder nur Online?**

SKY: Erstmal verkaufe ich die Kleidung nur Online. Es gibt viele Personen, die nachfragen, ob sie hier in Amsterdam die Kleidung im Atelier auch anprobieren dürfen. Ich habe das in der Vergangenheit schon mal gemacht, aber ich suche nach einem Laden hier in Amsterdam, um Kunden das Anprobieren zu ermöglichen. Am besten wäre ein Concept Store, der meine Kleidung zum Verkauf aufnimmt.

**NICO: Glaubst du, dass die Zukunft des Stationary Shoppings darin liegt, dass Leute vor dem Online-Kauf die Kleidung gerne anprobieren möchten?**

SKY: Wir arbeiten gerade an einem Projekt, bei dem man die Klamotten mit einem 3D-Programm virtuell anziehen kann. Auf unserer Website kann man sich dann ganz einfach im Spiegel filmen und die Kleidungsstücke werden einem angezogen. Die Kleidung wird genauso angezogen, wie sie sitzen müsste. Im Moment ist das eher ein Kunstprojekt, aber in Zukunft wird man es auch für praktische Zwecke nutzen können.

**NICO: Kannst du uns das Programm vorstellen?**

SKY: Ich kann euch das Design-Programm zeigen, mit dem wir arbeiten. Das Programm sieht auf den ersten Blick einfach aus, aber man braucht Vorkenntnisse um zu wissen, wie die Stoffe am Körper liegen werden. Hier könnt ihr beispielsweise das Design sehen, an dem wir gerade arbeiten. Hier sind die Rüschen und, wenn man sich auskennt, erkennt man auch die Stoffe, die benutzt wurden. Es ist möglich, die Details hinzuzufügen, zum Beispiel den Kragen, der das »Clown-Victorian« Thema ausmacht. Natürlich beschäftigen wir uns auf dem Programm auch mit dem richtigen Styling. Da bedeutet Schuhe und viele Accessoires. Es sieht wirklich gerade einfach aus, aber ich kann euch versichern: ihr müsst es einmal selber probieren.

**Wir haben einen Avatar erstellt, der mir sehr ähnlichsieht. Er kann auch laufen, damit man sieht, wie die Kleidung dabei wirkt. Es ist superpraktisch, da man schon im Designprozess sehen kann, was man eigentlich macht.**

**NICO: Kannst du dir vorstellen, deine eigene Runway Show zu organisieren? Oder sogar eine digitale Fashion-Show?**

SKY: Wir werden bald eine haben! Zur Fashion Week in New York und auch Amsterdam. Wir werden dort im Februar 2024 diese aktuelle Kollektion vorstellen. Wir haben sechs Outfits geplant, aber die kann ich euch noch nicht zeigen.



# SOCIAL MEDIA

## Schlechtes Vorbild

Auf der Suche nach Role Models liegt es nahe, sich an Prominenten oder Influencern zu orientieren. Aber deren Lifestyle ist nicht für alle erreichbar, die Folge ist häufig Frust. Unsere Autorin empfiehlt dagegen, lieber Freunde und Familie zu Vorbildern zu machen.

Text: Emely Carl

Wenn man sich gezielt auf die Suche nach einem Vorbild begibt, sollte man sich bewusst sein, was man erreichen oder verändern möchte. Meistens bezieht man sich dabei auf Themen wie das Aussehen, den Charakter, Beruf, Taten oder Lebensstil. Welche Werte wichtig sind, die man auch selbst vertreten möchte, ist ebenfalls ein wichtiger Schritt, über den man sich Gedanken machen sollte.

Wenn es dann darum geht, eine Person zu finden, die diese Ziele bereits erreicht hat, sucht man eine Person, die direkt alles verkörpert, was man erreichen möchte. Dabei übersieht man nahestehende Personen wie Familie oder Freunde, vielleicht sogar Vorgesetzte, die sich bereits gut als Vorbild eignen würden. Diese Personen besitzen nicht unbedingt alles, was man selber erreichen möchte, aber meistens einen gewissen Teil davon.

Von Vorteil ist ein Alles-in-einem-Paket nicht. Denn so fällt der Blick auf Prominente, Influencer und allgemein Machtpersonen. Diese Leute scheinen alles zu haben, was man sich erträumen mag. Das perfekte Vorbild sind sie aber in keinem Fall.

**Prominente können entscheiden, was sie der Öffentlichkeit präsentieren und was nicht. Das, was man wirklich von Prominenten sieht, wird oft von einem Management gesteuert. Auch Influencer entscheiden, was sie ihren Followern zeigen möchten. Außerdem können sie ihre Bilder beliebig bearbeiten und so einen vollkommen anderen Kontext herstellen.**

Man weiß nicht, wofür die Personen, die man täglich im Fernsehen oder in den sozialen Medien sieht, wirklich stehen, was ihre Meinungen sind oder wofür sie sich wirklich einsetzen. Zudem hat man meist nicht



dieselben Möglichkeiten wie Prominente. Viele Prominente werden von klein auf von ihren Familien gefördert und unterstützt. Haben also von Beginn an andere Mittel zur Verfügung. Erst Ende letzten Jahres gab es Diskussionen über diese sogenannten »Nepo Babies«. Nepo kommt von dem Wort Nepotismus und ist ein anderes Wort für Vetternwirtschaft. Diskutiert wurde darüber, ob es Promi-Kinder und Verwandtschaft auch ohne ihre Beziehungen zu bereits berühmten Personen geschafft hätten sich eine Karriere aufzubauen.

**Prominente sind, was Erfahrung, Beziehungen und Mittel angeht, weit vom eigenen Ausgangspunkt entfernt. Daher ist man schnell frustriert, wenn man merkt, dass man nicht an das Vorbild heranreichen kann, beziehungsweise an die Charaktereigenschaft oder Lebensstil, den die Person verkörpert.**

Sich mehrere Vorbilder im nahen Umfeld zu suchen, die jeweils einen Teil verkörpern oder etwas machen, was man selbst erreichen möchte, ist weniger frustrierend. Man sein Ziel näher vor Augen, womit es auch wirklich erreichbar wirkt. Eine prominente Person ist kein Vorbild. Sie ist ein Idol, eine Person, die man auf ein Podest stellt und zu der man aufsieht.

# ESSAY



## Toxisches Körperideal

Das letzte Jahrzehnt war von einer positiven Entwicklung geprägt: auf Laufstegen und Modefotografien waren zunehmend diversere, inklusivere Models zu sehen. Begriffe wie Body Positivity und Body Neutrality waren in aller Munde. Doch mit dem Y2K-Revival kehrt ein gefährlicher Trend zurück: Heroin Chic.

Text: Vivien Schleich

1978: Die 16-jährige Christiane F. steht als Zeugin in einem Drogenprozess vor Gericht. Dort wird sie von zwei Stern-Autoren entdeckt, die sich ihre traurige Lebensgeschichte bis ins kleinste Detail anhören. Mit zwölf kiffte Christiane zum ersten Mal, mit 14 ist sie Junkie. Das Geld für ihre Heroinsucht verdient sie auf dem Kinderstrich an der Kurfürstenstraße. Kurze Zeit später wird ihre Biografie unter dem Titel »Wir Kinder vom Bahnhof Zoo« veröffentlicht.

Plötzlich ist das junge Mädchen weltbekannt. Ihre Geschichte ergreift tausende von Menschen. Aber nicht nur das. Mit dem darauffolgenden Film zum Buch wird der Charakter der dünnen, blassen Kindfrau ein Vorbild für etliche Jugendliche. Sie scheint rebellisch, ist aber einfach nur ein Kind, das keinen Anschluss in der Gesellschaft findet und sich daraufhin Drogen hingibt. Und letztlich verliert sie sich darin. Ein Ausweg ist schier unmöglich.

Ihre Outfits aus Röhrenjeans, High-Heels mit Socken und selbstgemachter David-Bowie-College-Jacke waren für Christiane nicht wegzudenkende Statement-Pieces in der Underground-Szene. In weiter Zukunft sollten diese, in Verbindung mit ihrer durch Drogen verursachten krankhaften Körperform, Inspiration für ikonische Looks werden.

1990: Blasse Haut, dunkle Augenringe, ein zu dünner Körper – typische Charakteristika des Heroin Chic, der in der Modewelt zum Trend aufsteigt.

Er beschreibt die steigende Beliebtheit von Heroin in der Modeindustrie und die damit verbundenen Veränderungen im Aussehen eines Models. Kate Moss wird zur weltweiten Vertreterin dieser Ära (obwohl sie laut eigener Aussage nie Heroin nahm und »immer schon dünn war«).

**Der Heroin Chic gewinnt international an Popularität und hält sich für etwa 15 Jahre, bis Konzepte wie Body-Positivity oder Body-Neutrality aufsteigen. Diese betonen, dass man allen Körperformen mit Respekt zu begegnen hat, dass jeder Körper wertvoll ist und dass die äußere Erscheinungsform nichts über den Lebensstil oder die Charaktereigenschaften eines Menschen aussagt. Sie vertreiben den Heroin-Chic-Begriff. Eine Rückkehr scheint unmöglich.**

2022: »Bye-bye booty: Heroin chic is back« ! Mit dieser Schlagzeile gibt die New York Post dem Begriff, den wir vergessen glaubten, den Startschuss zu einem Comeback. Plötzlich taucht er wieder in den Medien auf. Man denkt, die Menschheit hätte aus ihren Fehlern bezüglich Trends in der Modewelt und dem sozialen Netz gelernt. Doch das ist leider nicht der Fall. Denn so absurd es klingt, auch Körperformen werden seit Jahrzehnten zu Trends gemacht. Und durch Plattformen wie Instagram etc. werden besonders Jugendliche von diesen Schattenseiten zutiefst beeinflusst. Bilder von schlanken Models und InfluencerInnen übernehmen die »For You« -Pages zahlreicher Nutzer und Nutzerinnen, wie sie es damals auf Titelbildern von Modezeitschriften taten. Ein krankhaftes Schönheitsideal wird wieder etabliert, obwohl man weiß, welche psychischen Konsequenzen es mit sich bringen kann.

Eine tragische Geschichte wird wieder aufgegriffen und das unschuldige Mädchen Christiane F. wird in Deutschland zur Repräsentantin der Trend-Ära; obwohl der Begriff des Heroin-Chic zur Zeit ihrer Buchveröffentlichung sowie des Films noch nicht einmal etabliert war.

Bekannte Modemarken begannen schon vor ein paar Jahren, sich durch Erinnerungen an den Film zu inszenieren: 2016 die Gucci-Kampagne, die an Berlin und den dort lebenden coolen Kindern der Nachtszene Anregung findet. 2018 Raf Simons in seiner Herbst/Winter-Kollektion, in welcher er T-Shirts mit



Bildern aus dem Film bedrucken lässt. Kleidungsstücke mit der knallharten Aufschrift »DRUGS«, als würde er das ganze Thema geradezu verharmlosen wollen.

Wie kommt es dazu, dass Personen wie Christiane uns immer noch so faszinieren?

**Die Menschheit steht vor einem Vibe-Shift, einem Bruch, einer völlig neuen Lebenseinstellung in der Gesellschaft. Jahre lang dominierte das Streben nach Gesundheit und Nachhaltigkeit im Alltag. Aber all dies wird in den kommenden Jahren nicht mehr von Priorität sein. Der Mensch hat genug von dem ganzen Verzicht, er möchte ausbrechen. Das betrifft nicht nur die Welt der Mode, sondern die gesamte Grundeinstellung.**

Grund dafür: die Pandemie, in der es schien, zwei Jahre unseres Lebens seien uns einfach genommen worden. Besonders betroffen davon waren wir Jugendliche. Kostbare Zeit, in der wir uns hätten ausleben können, einfach dahin. Genau deswegen wird uns nun umso mehr bewusst, dass wir die Zeit, die wir haben, im Jetzt leben müssen. Wir finden keine Motivation mehr am gesunden und nachhaltigen Lifestyle. Die Rebellion, das Wollen von Zügellosigkeit übernehmen unsere Gedanken. Deswegen steigt der Reiz an Alkohol- und Drogenmissbrauch abrupt an, da vor allem diese ein Zeichen des Verbotenen darstellen. Wir leben nur einmal. Dieses Leben sollte insbesondere dann in vollen Zügen genossen werden, oder etwa nicht?

Drogenmissbrauch ist jedoch ein großes Problem, das nicht auf diese Art verharmlost werden darf. Die Geschichte von Christiane F. hat gezeigt, dass das Leben viel kürzer sein kann, als man denkt. Das soll nicht heißen, dass ein drogengewidmeter Lebensstil unglücklich macht. In den meisten Fällen sucht sich solch ein Dasein niemand freiwillig aus. Oft heißt es hier zur falschen Zeit am falschen Ort und Drogen machen diese Zeit einfach erträglicher. Leider aber nur für einen kurzen Moment. Automatisch fällt man in einen Teufelskreis.

Diese zwei verlorenen Jahre während der Pandemie sind im Vergleich dazu nichts.

Diese Tatsachen sind aber nicht nur auf Drogen zu beziehen. Auch Entstehungen von Essstörungen und Dismorphophobie sind in der Pandemiezeit enorm gestiegen. Die Rückkehr des Heroin Chic hat diese Veränderungen weitreichend unterstützt.

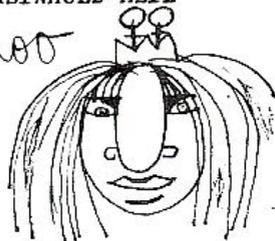
Umso problematischer wird dieses Thema, wenn man in seiner Vergangenheit bereits Erfahrungen mit ernstzunehmenden Krankheiten sammeln musste. Gerade wenn man denkt, damit abgeschlossen zu haben, schleichen sich Anzeichen einer Rückkehr in die Mode- und Medienwelt. Einer Welt, der man heute nicht einfach entfliehen kann, da man unkontrollierbar überall von ihr verfolgt wird. Und der Kampf gegen vermeintlich vergangene Verhaltensmuster beginnt von Neuem.

Der Gesellschaft wird heutzutage bewusst, wie vergänglich jeder einzelne Tag ist. Dann steht Genuss auf einmal an erster Stelle; sei es drum. Aber bitte: verharmlost nicht eine der toxischsten Krankheiten im Zeitalter der sozialen Medien, die wir nach den 2000ern als beendet dachten (ja, Essstörungen sind damit gemeint; auch wenn sie von vielen nicht als mentale Krankheit angesehen werden). Gebt euch dem Verbotenen hin, wenn es euch guttut, niemand kommt euch dazwischen. Doch versucht wenigstens, es der breiten Öffentlichkeit nicht so darzustellen, als wäre es das normalste der Welt, seinen Körper und seine Psyche völlig zu zerstören, nur um das Leben »zu genießen«.

Will man einer der Gründe dafür sein, das Leben anderer zu zerstören? Nein, ich glaube nicht.

TEXT: JINA MAGEN  
KOMPONIST: MANFRED PRAEKER  
REINHOLD HEIL

*Aufm Bahnhof Zoo*  
AUFM BAHNHOF ZOO *Bahnhof Zoo*



1  
Aufm Bahnhof Zoo im Damenkloß!  
( ich muss hungrich sein ) ††  
( süßes Kind )  
Dein braunes Haar is wunderbar!  
Dein Straps am Strumpf is Wahnsinn!  
OH !  
Süßes Kind sag geschwind:  
wer bistn du ?  
Süßes Kind, sag geschwind, wer bistn du ???

2  
Deine spitzen Lederschuhe!  
Deine zerfetzten Rubberstockings !  
Dein Minirock aus Einkaufsnetz !  
Dein Schlüpper mit der Queen von London drauf !  
Silver-Jubilee! Hi, hi !?

*Spinn*  
*19/20*  
3  
Aufm Bahnhof Zoo im Damenkloß!  
( ich muss hungrich sein ) ††  
( süßes Kind )  
Dein Widerstand hat Fuss und Hand !  
Dein Hackenschuh is scharf wie du !  
Süßes Kind sag geschwind:  
wer bistn du ?  
Süßes Kind, sag geschwind, wer bistn du ???

4  
Dein neon-rosaner Nagellack stach in meinen Kopf  
wie eine Hornisse !  
Deine Filzhaare waren gespickt mit ~~Reis~~ *REIS-*  
Dein Lied ! *KRISPI*  
Deine Worte !  
WAU !!!  
Rock&Roll-Operette .  
Rock&Roll-Operette !  
Rock&Roll-Operette ! ! !

Schabbapp-Babbapp-Baa-Bapp .  
Baadaadapp-dapp-dadapp .  
Schabbapp-Babbapp-Baa-Bapp .  
Badie-dupp-dapp-bai-daiiii .

5  
Aufm Bahnhof Zoo im Damenkloß ist es geschehn.  
Es war so schön ! ††  
Dein Straps zerriß .  
Ich hob ihn auf.  
Ich küsste dich/ du küsstest mich.  
Wir küsstest uns !!!

P.S. OOB BLOND OOB SCHWARZ OOB BRAUN ?!  
ICH LIEBE ALLE FRAU N

## Schiefe Blicke



Unsere Autorin liebt es, sich auffällig zu stylen – und erntet dafür nicht nur Beifall. Ihr fällt auf, dass es vor allem die Älteren sind, die sich über ihre Outfits mokieren. Ein Plädoyer für mehr Toleranz und Modemut, ganz unabhängig vom Lebensalter.

Text: Hannah Waerder

Ich warte auf die Bahn und eine ältere Dame links neben mir mustert mich von oben bis unten. Ich spüre ihren Blick auf meinem dicken rosa Plüschmantel. Ich frage mich, ob sie ihn wohl mag?

Es sagt sich leicht: »Mir ist egal, was andere Leute auf der Straße von mir denken«. Mir geht es nicht darum, diese Blicke zu ignorieren. Es ärgert mich, dass diese Blicke immer noch existieren. Vor allem die ältere

Generation kann mit dieser Toleranz, die heutzutage Gen Z von der älteren Generation erwartet, noch nicht umgehen. Um das klarzustellen: mit der älteren Generation meine ich die Damen ab stolzen 70 Jahren. Das bedeutet, die 60-Jährigen dürfen kurz aufatmen. Sie sind natürlich nicht gemeint.

Trotzdem ist es immer noch offensichtlich, dass das Problem der Stilkritik oder Abwertung überall existiert, das bedeutet auch innerhalb meiner eigenen vier Wände. Einen kompletten Schutz gibt es vor der Benachteiligung kaum, auch nicht innerhalb der Familie.

Die Sorge meiner Oma breitete sich immer dann aus, wenn ich mit Papas oversized Lederjacke, einer viel zu großen Jeans, die ich mit einem Gürtel vor dem runterrutschen zu bewahren versuche und meinen dreckigen, klobigen Sneakern zu Besuch komme. Ihre Bedenken bei diesem entspannten Outfit: keinen Mann für mich zu finden. Dieser undefinierte und nicht feminine Stil ist der Generation eindeutig fremd. Doch was bedeutet es für meine Oma feminin zu sein? Darunter fallen nicht nur die Äußerlichkeiten. Eine aufrechte Haltung, höfliche Gesten und die Fähigkeiten, einen Haushalt zu schmeißen, sind die Top drei meiner Oma. Was die Kleidung angeht hat sie immer einen knielangen Rock einer Jeans vorgezogen. In Kombination mit einer schicken, nicht zu tief ausgeschnittenen Bluse, viel Schmuck und einem taillierten Mantel war für sie das perfekt-feminine Outfit vollständig.

Ist es nicht normal, dass die älteren Damen eigentlich immer unzufrieden mit jüngeren Mädchen sind? Eindeutig sind zu feminine Outfits auch nicht so ganz richtig. Oft genug wurde einer Mädchengruppe auf ihrem Weg zur nächsten Bar oder zum nächsten Club der ein oder andere geschockte Blick zugeworfen. Gemustert wurde dabei das volle Programm an Provokation: das typische schwarze Minikleid (der Klassiker), kniehohes Stiefel, natürlich mit Keilabsatz und nicht zu vergessen, eine viel zu dünne oder am besten gar keine Jacke bei Minustemperaturen im Berliner Winter. Wozu auch an der Club-Garderobe anstehen?

Aus Erfahrung weiß man, dass sich Frauen ab einem gewissen Alter eher in gedeckteren Farben kleiden. Grau, Beige und Braun beherrschen meist als Hauptfarben den Kleiderschrank. Warum aber kleiden sich ältere Leute so unauffällig? Warum ist mein rosa Plüschmantel so schockierend für die ältere Frau? Natürlich sind Grau, Beige und Braun gewisse »Sicherheitsfarben«. Sie seien »altersentsprechend« und »man kann nichts falsch machen«. Doch gerade das macht die ältere Generation falsch: Sie lassen ihren Stil sich von ihrem Alter vorgeben. Viel zu wenige behalten ihren wirklich eigenen, lebensfrohen Stil und verstecken sich und ihr Alter in möglichst unauffälligen Kleidungsstücken.

**Unsere Zeit wird vor allem durch Individualität gezeichnet und durch die unendlich vielen Möglichkeiten der freien Stilentfaltung. Natürlich gibt es auch jetzt noch einige Stolpersteine, die man ignorieren muss, um sich selber zu finden, jedoch längst nicht so viele, wie die Generation vor uns beseitigen musste.**

Diese Modefreiheit, die wir nun als ein Privileg sehen, kann schnell zu einem Fluch werden. Es zählt zwar nicht mehr so stark, frühestmöglich einen Ehemann zu finden. Wir leben auch nicht mehr in einer total

konservativen Zeit, in der wir uns Gedanken machen müssten, was denn die Nachbarn von uns denken. Wir gehen auch nicht mehr so häufig in die Kirche. Das bedeutet für unsere Stilentwicklung auch die Akzeptanz der Freizügigkeit. Doch sind wir als Generation mehr denn je auf der Suche nach uns selbst, nach dem »Was passt eigentlich zu mir?«. Aus der Kleinstadt, aus der ich komme, ist das Verstecken vor den bekannten Gesichtern unmöglich.

**Am Montag setze ich im tiefsten Winter eine Sonnenbrille auf. An einem Tag ohne jegliche Sonnenstrahlen. Am Dienstagabend weiß meine Oma von Gisela aus der Kirchengemeinde, was ihre Enkeltochter getragen hat. Was für ein aufregendes Thema, nicht wahr? Ich fürchte, es gibt nichts Wichtigeres und kein anderes Drama in dieser Woche.**

Dann bin ich nach Berlin gezogen und plötzlich ist es ganz anders: keine soziale Kontrolle mehr. Nicht mehr von meinen Eltern, nicht mehr von Omas Kirchengemeinde und auch nicht mehr von langweiligen alten Bekannten, die nicht einmal wissen, was das Wort Balenciaga bedeutet. »Soll das ein neue Teesorte sein?« wurde ich doch tatsächlich einmal gefragt. Brigitte war der festen Überzeugung, die neuste Teesorte Balenciaga erst letzte Woche im Aldi gesehen zu haben. Plötzlich bin ich in einer Großstadt, in einer total anonymen Stadt. Die ersten zwei Monate liefen toll, meine Freiheit auszuleben. Auf meinen pinken Fellmantel wird auf jeden Fall seltener geguckt. Es wird nun eher auf den Obdachlosen geachtet, der eine Ratte mit in die U8 nimmt und damit mir und meinem pinken Fellmantel total die Show stiehlt. Irgendwie frech. Diese Anonymität gibt mir zwar Sicherheit und Selbstbewusstsein und kein Beobachtungsgefühl mehr. Jedoch bringt jede große anonyme Stadt auch die Gefahr, sich alleine zu fühlen. Erstmals habe ich das nach drei Monaten in Berlin realisiert. Ich treffe nicht mehr meine vertraute Nachbarin, die mich schon von Geburt an kennt, und ich laufe auch keinen alten Schulfreunden mehr über den Weg.

**Ich trage täglich ein Outfit, das mir gefällt. Dafür bin ich hier in dieser großen Stadt alleine. Auch alleine mit zu vielen Möglichkeiten von Stilen und verschiedenen Ästhetiken.**

Plötzlich kann ich die ältere Generation wieder verstehen. Sicherheit, Gemeinschaft und das Gefühl, alles richtig zu machen, fehlt mir im Moment. Eine Überflutung von Wahlmöglichkeiten trifft mich jedes Mal aufs Neue. Genau dann, wenn ich das Gefühl habe, mich für das Richtige entschieden zu haben. Morgen früh werde ich mich wieder fragen: Bin ich heute eine süße »preppy« Prinzessin oder entscheide ich mich doch lieber für die dunklen »grunge« Sachen vom Flohmarkt? Und die Moral von der Geschichte: Toleranz existiert immer noch nicht. Es ist natürlich offensichtlich, dass nicht jeder von meinem Kleidungsstil überzeugt sein wird. Trotzdem kann man herabwürdigende Blicke, Getuschel und heimliches Filmen sein lassen. Wenn alle jeden akzeptieren und tolerieren würden, wie sie sind, wäre unsere Gesellschaft um einiges bunter.

## Bildnachweise:

### Cover

Foto: Anne Bernecker

### Inhalt

Foto: Joshgun Suleymanov, pexels.com

### Yva

Bild 1: Selbstporträt, Yva, 1937

Bild2: Dame beim Lesen der Rennsportzeitung, 1932

Bild3: Zwei Frauen am Strand, Yva 1930, Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg (Public Domain) Foto:

© Deichtorhallen Hamburg, Christoph Irrgang

### Konsumverzicht

Bild 1: Ron Lach, pexels.com

Bild 2: Christian Diokno, pexels.com

### Ohne Regeln

Bild: Zayceva Tatiana, pexels.com

### Falsche Freundin

Bild 1: Eugenia Remark, pexels.com

Bild 2: RominaBM, pexels.com

### Streetstyle Interviews

Kurs: Modejournalismus WS22

Betreuende Dozent:innen:

Prof. Dr. Diana Weis und Anne Bernecker

Fotografin: Anne Bernecker

### Nicht allein

Bild: May-ayim-fonds.de

### Wenn genug zu wenig ist

Bild: d26b73: disco fever, flickr.com

### The Unisex Project

Kurs: Modemarketing WS21

Betreuende Dozent:innen:

Prof. Claudine Brignot und Tim Pöhland

Fotograf: Florian Kolmer

Haare und Make-up: Maggie Krisch, Hannah Weber,

Janina Albecker, Simon Jonas Roscher

Models: Raphael, Caroline Roy, Emma Linow

Vielen Dank an die Modeschule Berlin – OSZ Bekleidung und Mode für die Produktion der Kollektionsteile.

### »Mein Motor ist Wut«

Kurs: Modejournalismus WS22

Betreuende Dozent:innen:

Prof. Dr. Diana Weis und Dimitri Arvanitis

Fotografin: Anne Bernecker

Bestickter Blazer, bestickte Bluse, Jeansrock und

Anzughose: Anne Bernecker

Hoodie: BSP

Sonnenbrille: Stylist's own

### Pink für Jungs

Foto 1: Ron Lach, pexels.com

Foto 2: Dasha Kartavtseva, pixabay.com

### Future Role Models

Kurs: Modejournalismus WS21

Betreuende Dozent:innen:

Prof. Dr. Diana Weis und Olga Blumhardt

Styling: Johanna Strathaus-Hoischen, Clara-Luise Kühl,

Sophie Munzinger, Jana Gamerith

Fotograf: Florian Kolmer

Haare und Make-Up: Simon Jonas Roscher, Maya Lee

Hainsfurth, Ole Ansgar Ferchland, Laura Agostini

### Zu den Sternen

Bild1: Skystarsigns.com

Bild2: Hannah Waerder

Bild3: Hannah Waerder

### Schlechtes Vorbild

Bild: cottonbro studio, pexels.com

### Toxisches Körperideal

Bild1: Dennis Skley: Berlin, Zoologischer Garten, flickr.com

Bild2: Carlos MuLec: ¿Allende?, flickr.com

Bild3: Montreal Concert Poster Archive, flickr.com

Bild4: ::Alejandro:: nina hagen band: liner: Auf'm

Bahnhof Zoo, flickr.com

### Schiefe Blicke

Bild: App PicsArt-AI Text-in-Bildgenerator,

Idee: Hannah Waerder



## IMPRESSUM

Berlin 2023

BSP Business and Law School  
Hochschule für Management und Recht  
Fakultät Creative Business  
Calandrellistraße 1-9  
D-12247 Berlin  
[www.businessschool-berlin.de](http://www.businessschool-berlin.de)  
[www.fakultaet-creative-business.de](http://www.fakultaet-creative-business.de)

Redaktionsleitung:  
Diana Weis

Redaktion:  
Anja Tiedmann | Antonia Mittmann | Emely Carl |  
Gina Rösler | Hannah Waerder | Maxima Tribull |  
Sidney Bartels | Vivien Schleich

Schlussredaktion:  
Heinrich Dubel Medien- und Verlagsservice

Verantwortlich:  
Ilona Renken-Olthoff

Fakultät  
**CREATIVE BUSINESS**

**BACHELOR**

Modemarketing B.A.

Modejournalismus B.A.

Costume and Make-up Design B.A.

Sustainable Fashion B.A.

more Information  [fakultaet-creative-business.de](http://fakultaet-creative-business.de)