Dress up!

Kleidungspraxen und Selbstentwürfe mit Designermqde bei Massenmodeketten

Natalie Bayer

UTZ Herbert Utz Verlag • München

Inhalt

Vorwort **5**

1. Einleitung 11
1.1 *H&M* - „McDonald's der Mode"? 12
1.2 Designermode bei *H&M* - „H&M de Luxe"? 13
Das Beispiel *Roberto Cavalli at H&M* 15
1.3 Fragestellung 19
1.4 Aufbau der Studie 20

2. Forschungsstand, theoretische Zugänge, Begriffe 21
2.1 Kleidung und materielle Kultur 22
2.2 Mode . 24
Exkurs: Zur kulturhistorischen Genese der Kleidermode 26
2.3 Konsum 27
2.4 Lebensstil 28
2.5 Spätmoderne Identität und das Selbst 30
Interaktionsprozesse 31

3. Forschungsdesign 33
3.1 Feld und Untersuchungsgegenstand 33
Rezipientenuntersuchung 34
Unternehmensdarstellung 36
Presseberichte 37
Expertinnen und Experten 39
3.2 Methodenreflexion 40
3.3 Analysemethode 41

4. Kleiden, soziale Praxis, Sozialisation 44
4.1 Portraits der Untersuchten 44
4.2 Sozialisation und Lebensstil: Dispositionen und ihre Wirkweisen 56

5. Kleider machen Leute machen Kleider - Körper und Imagination 62
5.1 Schnittstellen: der angepasste Körper 63
Äußerer und innerer Körper 63
Körperarbeit 66
Verschleierung 68
Grenzen markieren 71

5.2 Re-/Produzieren von Lebensstil: der Kennerblick 73
Ästhetische Einstellung 73
Individualität erzeugen 76
Kennertum 80

5.3 Vertikale Körperarbeit: die Aufwertung des Selbst 83
Reproduzieren von Beziehungen 83
Exkurs: Zur textilen Konstruktion des weiblichen Körpers 86
Konsum und Vergnügen 87
Selbst-Ermächtigung 90

6. Fazit 94

Neue Kleider für „das Volk"? 96

7. Literaturverzeichnis **99**

8. Bildanhang 109