

Pressemappe

COOLNESS

Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

Sonderausstellung vom 24. März bis 22. Oktober 2023

im

**tim | Staatliches Textil- und
Industriemuseum Augsburg**

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

Inhalt	Seite
COOLNESS -	
Alle Infos auf einen Blick	
• Inhaltliche Schwerpunkte	03
• Öffnungszeiten	04
• Preise	
• Begleitpublikation	
Führungsangebote	
Gruppenführungen	05
Specials für Schulen:	
• Stoff auf dem Kopf	06
• Play it cool	07
Öffentliche Führungen	08
Konzert	
AERA TIRET x FASHION Coolness Concert im tim	09
Coolness - Ein Habitus der Kälte Aufsatz von Dr. Karl B. Murr	11

Passendes Fotomaterial zu den einzelnen Arbeiten der Designerinnen finden Sie zum Download auf unserer Internetseite im Pressebereich unter www.timbayern.de/presse
Bitte Credits beachten!

Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert

COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

Sonderausstellung im tim vom 24. März bis 22. Oktober 2023

Das Wort „cool“ gehört heute zum täglichen Sprachgebrauch. Doch was oder wer ist eigentlich „cool“? Und was steckt hinter dem Begriff der „Coolness“?

Die neue Ausstellung im tim geht dem Phänomen der Coolness als einem Leitmotiv der Mode im 20. Jahrhundert nach.

tim-Museumsdirektor Dr. Karl Borromäus Murr: „Menschen haben ihre kühl und distanziert wirkende und oft rebellische Haltung besonders durch das Tragen entsprechender Kleidung ausgedrückt. Als „coole“ Vorbilder ihrer Zeit dienten beispielsweise Filmstars wie Marlene Dietrich im schwarzen Anzug mit Zylinder und Zigarette oder James Dean in T-Shirt, Jeans und Lederjacke. Ihnen und vielen weiteren spannenden Ikonen der Zeitgeschichte begegnen Besucherinnen und Besucher der Ausstellung in etwa 300 Exponaten. Diese reichen von den 1910er-Jahren bis in die Gegenwart, darunter viele zeitgenössische Kleidungsstücke und Accessoires.“

Neben „coolen“ Jeans von Marken wie Levi's, Lee und Wrangler sind beispielsweise Anzüge von **Jean Paul Gaultier** und **Giorgio Armani** sowie Haute-Couture-Kleider von **Dior** zu sehen. Ebenso sind auch die **Lederjacke des Grünen-Politikers und früheren Bundesaußenministers Joschka Fischer** und das **Debütkleid der Opernsängerin Diana Damrau** Teil der Ausstellung. Nicht zuletzt mithilfe von Fotos, Filmmaterial, Literatur der Beat-Generation und Musik von Jazz bis Hip-Hop treten Besucherinnen und Besucher eine faszinierende Zeitreise an und erkunden Haltung und Emotionen von „Coolness“ – damals wie heute.

Im Rahmen der Ausstellung zeigen Augsburger Jugendliche zudem, was für sie coole Kleidung heutzutage bedeutet. Ausgestattet mit einem kleinen Budget, hatten Sie im Vorfeld während eines partizipativen Projekts ihre persönlichen Coolness-Outfits zusammengestellt.

Begleitend zur Ausstellung bietet das tim **Gruppenführungen für Erwachsene und Schulklassen** sowie **öffentliche Führungen an allen geöffneten Sonn- und Feiertagen.**

Buchungshotline: 0821-81001-50 oder buchung@timbayern.de

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Sonntag von 09.00 Uhr bis 18.00 Uhr; montags geschlossen.

Preise:

Eintritt: 6,- Euro; erm. 4,- Euro; Kinder und Jugendliche bis 18. Jahre Eintritt frei.

Kombiticket mit tim-Dauerausstellung erhältlich.

Zur Ausstellung ist eine begleitende Publikation erschienen.

Coolness - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

LWL-Industriemuseum, TextilWerk Bocholt &

Staatliches Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim) (Hg.)

ISBN 978-3-00-072392-6

90 Seiten, z. T. farbige Abbildungen

Preis: 8,- Euro

Erhältlich im Museumsshop des tim

„Coolness. Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert“ ist ein Gemeinschaftsprojekt des tim mit dem Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) und wurde zusammen mit dem Industriemuseum Textilwerk Bocholt entwickelt.

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

Führungsangebote „COOLNESS“

Das Wort „cool“ gehört heute zum täglichen Sprachgebrauch und hat sich in den Medien, in Teilen der Jugendkultur, der Werbung und selbst in der Politik längst etabliert. Auch in der Mode stellt der Begriff „cool“ eine beliebte Zuschreibung dar. Doch was oder wer ist eigentlich „cool“? Die multimedial angelegte Ausstellung geht dem Phänomen Coolness als einem Leitmotiv der Mode im 20. Jahrhundert nach und blickt besonders auf Kleidung als Ausdrucksform einer kühl und distanziert wirkenden Haltung. Kleidungsstücke und Fotografien, zeitgenössisches Filmmaterial und Musik zeigen, was Coolness bedeuten konnte, aber auch, was sich noch heute hinter dem Begriff „Coolness“ verbirgt.

Gruppenführungen für Erwachsene

Dauer: ca. 1,5 Stunde

Teilnehmerzahl: Bis 25 Teilnehmer (ab 26 Teilnehmer wird die Gruppe geteilt)

Führungsgebühr: 80 Euro pro Gruppe zzgl. Eintritt

Gruppenführungen für Schulklassen (ab 7. Klasse)

Dauer: ca. 1,5 Stunde

Teilnehmerzahl: Bis 25 Teilnehmer (ab 26 Teilnehmer wird die Gruppe geteilt)

Führungsgebühr für Schulklassen: 60 Euro pro Gruppe inkl. Eintritt

tim-Buchungszentrale für Führungen:

Di - Do: 9.00 - 14.00 Uhr und Fr: 9.00 - 12.00 Uhr

Telefon (0821) 81001-50 oder: buchung@timbayern.de

Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert

SPECIALS FÜR SCHULEN

Stoff auf dem Kopf -

Workshop und interkultureller Dialog für Jugendliche im tim.

Buchbar an folgenden Terminen: **(KOSTENFREI!)**

April: Mittwoch, 19.04. und Donnerstag, 20.04. (jeweils 9.00 Uhr und 14.00 Uhr)

Mai: Mittwoch, 03.05. und Donnerstag, 04.05. (jeweils 9.00 Uhr und 14.00 Uhr)

Juni: Mittwoch, 14.06. und Donnerstag, 15.06. (jeweils 9.00 Uhr und 14.00 Uhr)

Die Führungslinie „**Stoff auf dem Kopf**“ findet in Zusammenarbeit mit dem Münchner Designlabel „oofabric“ statt. Das Angebot nimmt sozialpolitische Themen wie Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Ausgrenzung in den Fokus.

Bei einer Führung durch die Sonderausstellung „Coolness - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert“ geht es zunächst um die Schlüsselaufgabe von Mode. Was sagt unsere Kleidung über uns aus? Wie unterstreicht Kleidung unsere Identität? Was galt vor 50 Jahren als „cool“? Was heute? Und wo entstehen auf den ersten Blick auf unsere äußere Hülle Vorurteile, die meist gar nicht zutreffen? Ein Bilderrätsel über Kopfbedeckungen verweist auf die Symbolkraft von Hüten, Helmen, Mützen und Tüchern und rückt schließlich die Bedeutung von religiösen Kopfbedeckungen, deren Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Vordergrund.

Am Ende laden die jungen Designer von „oofabric“ in einen Modosalon ein, in dem das Verkleiden, Wickeln, Drapieren, Aufschichten, Einhüllen und Verschleiern im Mittelpunkt steht. Aus Restbeständen der Bekleidungsindustrie entstand eine eigene Kollektion an bunten Tüchern und Schals, Tulips (eine vereinfachte Form des Kopftuchs), Kippas und Hauben.

Mittendrin in der Kulturgeschichte wechseln die Teilnehmer mit dem Ausprobieren verschiedener Kopfbedeckungen vom Moslem, zum Juden, zum Christen. Diese Erfahrung im Anderen soll einerseits die Angst vor dem Fremden nehmen und andererseits mit dem Wissen über die Bekleidung und deren Herkunft mehr Akzeptanz dafür entwickeln.

tim-Buchungszentrale für Führungen:

Di - Do: 9.00 - 14.00 Uhr und Fr: 9.00 - 12.00 Uhr

Telefon (0821) 81001-50 oder: buchung@timbayern.de

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

Play it cool -

**Ein Workshop in der Ausstellung COOLNESS mit dem Sensemble Theater
Augsburg**

Wie bleibt man auch in schwierigen Situation cool und gelassen? Was verraten Körperhaltung, Mimik und Gestik über unser Innenleben? Wie trainiere ich mein Pokerface und wie gelingt der große Auftritt?

Mit Schauspielerinnen des Sensemble Theaters begeben sich Schülerinnen und Schüler ab der 7. Klasse auf Erkundungstour durch die Sonderausstellung „COOLNESS“ und erleben, was sie mit ihrer Körpersprache alles zum Ausdruck bringen können. Dramaturgisch, praktisch und voller cooler Aktionen!

Termine:

Mai: Mi, 17.05

Juni: Mi, 21.06 und Do, 22.06

Juli: Di, 04.07, Mi, 05.07 und Do, 06.07

September: Do, 28.09

Oktober: Di, 10.10, Mi, 11.10 und Do, 12.10

Start: jeweils um 09:30 Uhr und um 11:00 Uhr

Teilnahmegebühr: 5,- Euro pro Person

tim-Buchungszentrale für Führungen:

Di - Do: 9.00 - 14.00 Uhr und Fr: 9.00 - 12.00 Uhr

Telefon (0821) 81001-50 oder: buchung@timbayern.de

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

**Öffentliche Führungen durch die Sonderausstellung an allen geöffneten
Sonn- und Feiertagen**

Beginn: jeweils 14:00 Uhr

Teilnahmegebühr: 5 Euro zzgl. Eintritt

Bitte vorab anmelden!

Telefon (0821-81001-526) oder kasse@timbayern.de

Termine:

März: So, 26.03.23

April: So, 02.04.23, Fr, 07.04.23 (Karfreitag), So, 09.04.23 (Ostersonntag), Mo, 10.04.23 (Ostermontag), So, 16.04.23, So, 23.04.23, So, 30.04.23

Mai: So, 07.05.23, So, 14.05.23 (Muttertag), Do, 18.05.23 (Christi Himmelfahrt), So, 21.05.23, So, 28.05.23 (Pfingstsonntag), Mo, 29.05.23 (Pfingstmontag)

Juni: So, 04.06.23, Do, 08.06.23 (Fronleichnam), Di, 11.06.23, So, 18.06.23, So, 25.06.23

Juli: So, 02.07.23, So, 09.07.23, So, 16.07.23, So, 23.07.23, So, 30.07.23

August: So, 06.08.23, Mo, 08.08.23 (Hohes Friedensfest), So, 13.08.23, 15.08. (Mariä Himmelfahrt) So, 20.08.23, So, 27.08.23

September: So, 03.09.23, So, 10.09.23, So, 17.09.23, So, 24.09.23

Oktober: So, 01.10.23, Di, 03.10.23 (Tag der dt. Einheit), So, 08.10.23, So, 15.10.23, So, 22.10.23

**Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert**

Konzert

AERA TIRET x FASHION

Coolness Concert im tim mit Ausstellungsbesuch

Freitag, 07.07.2023

Ausstellung „COOLNESS“ geöffnet ab 18.00 Uhr

Konzert-Einlass: 19.30 Uhr

Beginn Konzert: 20.00 Uhr

Eintritt Konzert inkl. Besuch der Ausstellung „COOLNESS“:

25,- Euro regulär;

23,- Euro ermäßigt

Tickets erhältlich unter: www.timbayern.de/veranstaltungen - Restkarten an der Abendkasse

Nach dem riesigen Erfolg von AERA TIRET x TIM im November 2022 freuen sich die Augsburger Musiker auf den zweiten Gastauftritt im tim, der diesmal im Rahmen der Sonderausstellung „COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert“ stattfinden wird.

AERA TIRET ist eine audio-visuelle Live-Electronic-Band aus Augsburg. Nachdem 2018 ihr erster Song AUGSBURG in den Electronic-Charts auf Platz 1 landete, folgten daraufhin viele weitere Veröffentlichungen auf den ersten Platzierungen. AERA TIRET ist ungewöhnlich. AERA TIRET bedeutet Austausch und Verbindung. Zwischen den verschiedenen Elementen: Klang, Sphäre, Licht, Bild und Publikum.

Vier außergewöhnlichen Multiinstrumentalisten erzeugen mit Klangsynthesen sphärische Landschaften und Urban Beats. Diese Welt trifft auf eine vereinnahmende Atmosphäre, die die Visual Artist und Theaterdramaturgin durch Bilder erzeugt und in einem rauschhaften und fesselnden Gesamtbild enden lässt. Vor und nach dem Konzert habt Ihr die Möglichkeit, die COOLNESS-Ausstellung zu erleben. Anschließend performen die Musiker im Foyer des tim.

Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert

Coolness - ein Habitus der Kälte

Von Dr. Karl Borromäus Murr

Es gibt kulturelle Phänomene, die sich aufgrund markanter innerer Widersprüche einer eindeutigen Definition entziehen. Darin ist jedoch nicht notwendigerweise ein Mangel zu sehen – denn Paradoxien offenbaren nicht selten tiefere Bedeutungsschichten heterogener Herkunft und demonstrieren zugleich die Adaptionfähigkeit von Kulturerscheinungen, die ganz verschiedene Tendenzen integrieren können. In der Coolness begegnet ein genau solches Phänomen, das von mehreren Ambivalenzen und Paradoxien geprägt ist – Merkmale, die dazu beitragen, den coolen Habitus im 20. Jahrhundert in verschiedensten Konstellationen auszubilden.

Selbst wenn eine – linearen oder binären Strukturen folgende – Definition von Coolness schwerfällt, lässt sich diese gleichwohl in ihrer Sprache, Zeichenhaftigkeit und sozialen Praxis dicht beschreiben – eine Praxis, die Verhaltensmuster, Aktionsformen, Gesten oder Posen miteinschließt. Mehr noch: Coolness stellt einen Habitus dar, einen Lebensstil, eine sozio-kulturelle Strategie, die in bildender Kunst, Mode, Musik, Film sowie in zahlreichen weiteren Handlungsfeldern Ausdruck findet. Coolness fungiert hier zuallererst als eine Form der Kommunikation, deren wandelbare Codes je neu zu entschlüsseln sind.

Ursprünge von Coolness

Je nachdem, wie eng oder weit die definatorischen Bemühungen ausgreifen, lässt sich in der Haltung der Coolness entweder als eine klar umrissene historische Erscheinung oder als anthropologische Lebensäußerung deuten, die Epochen überspannt. Während manchen bereits der antike Stoizismus als eine Spielart von Coolness gilt, entdecken andere in der westafrikanischen Vorstellung von „itutu“ ein verwandtes Konzept augenscheinlicher Selbstbeherrschung. Ein daran anschließender Ansatz verortet die moderne Coolness im Kontext der Sklaverei in den USA, die die schwarze Bevölkerung auf inhumane Weise unterjocht hat. In einer solch prekären Lebenssituationen kühl die Contenance zu wahren, bedeutete gegenüber der weißen Gesellschaft eine pure Überlebensstrategie. Von diesen afro-amerikanischen Wurzeln wanderte Coolness in die Blues- und Jazz-Bars der 1920er Jahre, wo sie sich über Jahrzehnte hielt und mit Alben wie „Birth of Cool“ (1954/57) von Miles Davis als Cool Jazz eine neue Dynamik erfuhr. In den ernüchterten

Pressemappe COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

Jahren der Zwischenkriegszeit der Weimarer Republik hat Helmut Lethen ganz eigene „Verhaltenslehren der Kälte“ ausgemacht: militant-abweisende Überlebensstrategien für die durch den Ersten Weltkrieg zerstörte deutsche Seele. Andere Stimmen wiederum favorisieren 1950er Jahre als die eigentliche Geburtsstunde von Coolness – eine desillusionierte Epoche, die im Aufziehen des Kalten Krieges den Holocaust und Atombombenabwurf emotional zu bewältigen hatte. Sie machen hierfür den US-amerikanischen Einfluss namhaft, der dazu beitrug, die coole Attitüde in weite Kreise der Populärkultur vor allem der Jugend hineinzutragen, wobei Musik, Literatur und Film als die entscheidenden Mediatoren fungierten: von Jazz eines Miles Davis oder Rock ,n’ Roll eines Little Richard oder Elvis Presley über die Schriften der Beat-Generation bis hin zu den Rebellrollen in Hollywood, gespielt von Marlon Brando, James Dean oder Montgomery Clift.

Paradoxe Phänomenologie der Coolness

Versucht man, dem paradoxen Charakter von Coolness phänomenologisch auf die Spur zu kommen, fällt zunächst die Haltung einer demonstrativen Gelassenheit ins Auge, die sich gerade im Angesicht von drängenden oder riskanten Herausforderungen bewährt – eine Gelassenheit, die in ihrer kontrollierten Distanziertheit atmosphärisch als kühl erscheint. Hier deutet sich bereits an: Coolness ist eine Strategie der Oberfläche. Denn ein cooles, selbstbeherrschtes Auftreten fokussiert alle Aufmerksamkeit auf das Außen einer Person, das vom Inneren entkoppelt wirkt. Schein und Sein, fiktionale Figur und realer Mensch fallen auseinander, bleiben jedoch auf komplexe Weise miteinander verbunden, obschon die theatrale Rolle im Sinne eines Spiels mit dem Schein im Vordergrund steht. Mit der Konzentration auf die kühl-abweisende Oberfläche mag dialektisch eine mehr oder weniger prekäre Unsicherheit in der Tiefe korrespondieren, die es vor der Öffentlichkeit zu verbergen gilt. Interpretiert man die innere Unsicherheit als Verletzlichkeit, erscheint die äußere Coolness als Protektion, Schutzmaske, Panzer oder Rüstung – allesamt Strategien, die es als ein Regulativ von Emotionen erlauben, die wahren Gefühle zu verschleiern. Jedenfalls prallt die Wahrnehmung partout an der Oberfläche des coolen Ausdrucks ab, da der Blick ins Innere verwehrt bleibt. Im unentwegten Vexierspiel von Innen und Außen, von Sein und Schein, liegt auch eine Quelle der der Coolness eigenen Ironie verborgen, die zugleich als Selbstironie daherkommt.

Inhaltlich betrachtet operiert Coolness mit dem Modus einer prinzipiellen Rebellion. Die sich so äußernde Streitbarkeit mag sich etwa gegen die Mehrheitsgesellschaft oder den Konformismus

Pressemappe COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

richten und verbindet sich so mit gesellschaftlicher Emanzipation, die sich zu einer regelrechten Gegenkultur auswachsen kann. Mit der Streitbarkeit eignet der Coolness jedenfalls ein fluides Maß an aggressiver Angriffslust, die auf sexuelle Eroberung zielen kann, die sich aber in gewaltsamen Auseinandersetzungen Ausdruck verschafft. In diesem Sinne verträgt sich Coolness durchaus mit krimineller Handlung, gehört mithin auch zum Repertoire des Gangsters. Hierin zeigt sich, dass Coolness keine Domäne des ethisch Guten darstellt, sondern vielmehr moralisch ambivalent bleibt. Der kühle Habitus begegnet vorwiegend als Modus Operandi, dem sich der Inhalt unterzuordnen hat.

Diskutiert man den kühlen Habitus im Kontext des Sozialen, leuchtet ein, dass die rebellische Haltung zuallererst die Individualisierung des cool Handelnden befördert. Coolness und Individualismus sind aufs engste miteinander verschränkt, auch wenn der kühl Handelnde immer wieder aus dem Individualismus ausbricht. Mag sich der sich individualisierende Rebell auch von einem Teil der Gesellschaft abwenden, sucht er zugleich soziale Nähe in der Peergroup. In der sozialen Kommunikation mit der Umwelt sucht die coole Attitüde Anerkennung von den einen, während sie die Ablehnung von den anderen provoziert, denen gegenüber sie zumindest Gleichgültigkeit signalisiert. Widerständige Aktivität und Passivität in der Haltung vereinen sich spielend in ein und demselben Phänomen. Im Feld des sozialen Handelns begegnet eine weitere Antinomie von Coolness, die sich einerseits gelassen dem Wettbewerb verweigert, während sie auf der anderen Seite stark kompetitive Züge trägt. Einen Sieg erringen erscheint cool, ihn mit fiebrigem Ehrgeiz zu erstreben allerdings nicht.

Lässt man sich darauf ein, der Coolness ein Geschlecht zuzuweisen, trägt diese für viele Beobachter eher zur maskulinen Selbsterstellung bei, obgleich auch Frauen im öffentlichen Raum mit der Attitüde der Kühle operieren, wie die Beispiele einer Greta Garbo, Marlene Dietrich, Billie Holiday oder Chrissie Hynde zeigen. In der Zuordnung der Coolness zu einer Alterskohorte, kommt als erstens die Jugend in den Sinn. Die Jugend- bzw. die Teenagerjahre gelten als die formativste Phase eines menschlichen Lebens – ein in der Regel identitätsdiffuser Lebensabschnitt, in dem sich ein neues personales Selbst überhaupt erst ausbildet. Überträgt man den unsicheren Status dieser Lebensphase auf andere Alterskohorten oder soziale Gruppen, lässt sich analog auch die Coolness verpflanzen. Man denke etwa an die prekäre soziale Situation der afroamerikanischen Bevölkerung, die sich mit einer coolen Attitüde schützt.

Pressemappe COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

Ästhetischer Habitus von Coolness

In der vorstehenden Skizze hat sich bereits angedeutet, dass Coolness vor allem eine ästhetische Strategie darstellt, in der eine Person sich selbst sozio-kulturell konstituiert. Der performative Charakter der Coolness findet seinen wohl ersten Ausdruck in der modischen Stilisierung des eigenen Selbst, setzt doch die Kleidung unmittelbare visuelle Zeichen, die sich kommunikativ an die soziale Umwelt richten. Im Durchgang durch das vestimentäre Repertoire kommen schnell charakteristische Kleidungsstücke und Accessoires in den Sinn, die im Assoziationskontext von Coolness besonders hervortreten. Hierher gehören etwa Lederjacke, Trenchcoat, Bluejeans, T-Shirt, aber auch der dunkle Anzug und das Abendkleid, die dunkle Sonnenbrille nicht zu vergessen. Hier pflegt der coole Habitus Berührungen mit den Sozialtyp des Dandys. Keinem dieser genannten Kleidungsstücke eignet Coolness an sich, erst als Element des Habitus des Trägers oder der Trägerin werden vestimentäre Ausdrucksformen zu Signifikanten einer kalten Persona. Coolness kann in einem Trenchcoat genauso manifestieren wie in einem Punkoutfit – allein die Haltung entscheidet. Dabei beschränkt sich Coolness nicht auf den bloßen Look im Sinne eines Standbilds, sondern sie übersetzt sich in alle möglichen Bewegungs- und Darbietungsweisen des Körpers: in Haltung, Gesten, Posen, Blicken oder etwa eine Gangart.

In der Musik hat Coolness schließlich die Form von Kunst angenommen, gleich ob es sich um Blues, Jazz, Bebop, Rock ,n' Roll oder Hip-Hop handelt. Im Jazz schwarzer US-amerikanischer Bands in der Zwischenkriegszeit begegnet die coole Attitüde beim Solisten, der für Momente als Individuum hervortritt und die prekäre Situation der Improvisation zu bestehen hat, bevor er wieder in die soziale Formation der Band einstimmt – dies alles vor dem Hintergrund der sozialen Ungleichheit, die die schwarze Bevölkerungsklasse gegenüber der weißen Mehrheitsbevölkerung benachteiligte.

In den Werken der Beat-Generation, etwa Jack Kerouacs, Allen Ginsbergs oder William S. Burroughs, zog Coolness in den 1950er-Jahren in die Literatur ein. All die von innerer Unruhe geprägten Autor:innen wandten sich gegen einen gesellschaftlichen Konformismus und deren überkommene Moral, predigten sexuelle Freiheit und verwehrten sich nicht der Erfahrung von harten Drogen. Zum Kreis dieser Literaten gehörte auch Norman Mailer, dessen Essay „The White Negro“ von 1959 bewusst an der afroamerikanischen Kultur und der damit assoziierten Vorstellungen einer vitalen Sexualität anschloss.

Pressemappe COOLNESS - Inszenierung von Mode im 20. Jahrhundert

Im Feld der medialen Ausdrucksformen von Coolness spielt der Hollywoodfilm eine kaum zu überschätzende Rolle. In Filmen wie „The Wild One“ (1953) mit Marlon Brando oder „Rebel Without a Cause“ (1955) mit James Dean traten Schauspieler als coole Charaktere in den Vordergrund, bei denen sich Rolle und Leben mythisch miteinander verwoben. Brando mit der Lederjacke oder Dean im weißen T-Shirt avancierten zu stilprägenden Ikonen der Coolness, die aufgrund medial massenhafter Verbreitung einen tiefgreifenden Einfluss auf die Populärkultur vor allem der Jugend ausüben sollten. Seit den 1980er Jahren erweiterten Musikvideos das Spektrum der filmischen Medien, in denen sich immer neue Vorbilder und Spielarten von Coolness präsentierten. Man denke etwa an die US-amerikanische Hip-Hop Band Run-DMC, die Sportkleidung, Trainingsanzüge und Sportschuhe von Adidas in den vestimentären Olymp der Coolness beförderten.

Konsum von Coolness

Selbst wenn man dem Genre der Musikvideos eine künstlerische Gattung zubilligen mag, dienen sie aber zuallererst einem ökonomischen Zweck, nämlich dem Verkauf von Songs. Diese Beobachtung rückt das Thema der Coolness in den Zusammenhang von kapitalistisch getriebener Wertschöpfung, die in mit ihrer Produktwerbung zahllose Bilder einer coolen Lebensführung in den Dienst nimmt. Markante Beispiele hierfür bieten die Werbespots von Levi Strauss & Co., so etwa ein Werbefilm für die Levi's 501 aus dem Jahr 1988. Er zeigt einen gutaussehenden jungen Mann, der auf seiner Motorradtour in einer einsamen Bar in einer ländlichen Region der Vereinigten Staaten übernachtet. Dem Mann ist die der Rolle des einsamen Cowboys zugedacht; der bekannte Bluessong „Mannish Boy“ von Muddy Waters untermalt den Spot mit unzweideutigen sexuellen Anspielungen. Am nächsten Morgen kommt der junge Mann, nur mit weißen Boxershorts und einem offenen Hemd bekleidet, in den Gastraum, um aus dem dortigen Kühlschrank vor den Augen einer sehnsuchtsvoll blickenden jungen Bedienung seine sorgsam gefaltete Bluejeans zu holen und in aller Ruhe wie in einem Ritual anzuziehen – Coolness kehrt hier gleichsam zu ihrer namensgebenden Kühle zurück.

Schon seit Jahrzehnten sind sogenannte Trendscouts auf der Suche nach coolen Modeneuigkeiten, die sie in oft gesellschaftskritischen Subkulturen aufspüren, um die dem Mainstream und damit der Fast Fashion verfügbar zu machen. Coolness im Bann der Modeindustrie gerät zu einem völlig entleerten Zeichen, das auf bloße Differenz setzt, um einen überhitzten Konsum anzutreiben.

Pressemappe
COOLNESS - Inszenierung von Mode
im 20. Jahrhundert

Eine Coolness jedoch, die von ihrem soziokulturellen Habitus abbrückt und ihr Wesen an einen bloßen Konsum verliert, indem sie sich einer massengesellschaftlichen Lebensäußerung unterwirft, droht ihre definitorische Substanz zu verfehlen, die doch in der prinzipiellen Rebellion gegen die konformistischen Lebensweisen der Mehrheitsgesellschaft besteht. Wenn der coole Habitus, der an sich schon in einer performativen Leistung besteht, sich in ein reines Werbezeug verwandelt und damit noch weiter in die Sphäre der Imagination verschiebt, verschiebt den Fokus von einer sozialen Ästhetik in eine Konsumästhetik, die in der marxistischen Tradition von Konsumkritik mit dem tiefgreifenden Mangel der Entfremdung behaftet ist.

Es ist vor allem die ethnologische und sozialanthropologische Forschung, die sich in jüngerer Zeit gegen eine grundsätzliche Verdammung eines möglicherweise entfremdenden Konsums gewendet hat und auf die selbstermächtigenden Dimensionen des menschlichen Verbrauchs hingewiesen hat. Von daher müssen Coolness und Konsum sich nicht per se widersprechen. In der Bewertung des coolen Habitus begegnet vielmehr ein Mixtum compositum, das mit ganz verschiedensten kulturellen Sphären Liaisons eingehen kann, solange er sich seiner rebellischen Gelassenheit treu bleibt.

Zu entscheiden jedoch, in welcher Situation Coolness wirklich am Werke ist, fällt der Analyse gerade deshalb schwer, weil sich allenthalben das grundlegende Paradox, das sich zwischen ästhetischer Erscheinung und darunter liegender Realität auftut, nicht auflösen lässt. Die auf die Entzifferung der Oberfläche zurückgeworfene Beobachtung muss sich von daher immer wieder auf das performative Spiel der Coolness einlassen, indem sie deren Spielregeln je neu zu deuten lernt.