

Die letzten Aufgaben vor den Ferien...Haltet noch durch ☺

Wir bleiben weiter beim Thema *Design*.

Ihr habt jetzt schon die 10 Punkte des guten Designs nach Rams kennengelernt und diese auch angewendet. Eure Plakate sind alle bei mir angekommen (...bis auf Leo ☹ Schade...)

Beim Thema *Design* darf ein Punkt nicht fehlen: Mode!

Aus einem bestimmten Grund ist sie jedem von uns irgendwie wichtig... um sich abzugrenzen oder irgendwo dazuzugehören. Weil man etwas *schön* findet oder es einem gut steht. Weil man bestimmte Farben oder Stoffe mag oder, oder, oder... Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen – und ich hätte so gern mit euch darüber diskutiert. Heute müsst ihr euch selbst Gedanken dazu machen.

FASHION

Hört euch dazu das Lied „Wie viel ist dein Outfit wert“ von *Kummer* an:

<https://www.bing.com/videos/search?q=%e2%80%9ewie+viel+ist+dein+outfit+wert%e2%80%9c&docid=608043180226124669&mid=22F98372D5EF1F42A4722F98372D5EF1F42A47&view=detail&FORM=VIRE#>

→ AUFGABE 1:

Kummer nennt in seinem Song Marken und Gründe, warum Menschen auf Markenkleidung Wert legen. Gleichzeitig spricht er auch Kritik an der Modeszene an.

Mach dir Stichpunkte:

- a) Gründe für das Tragen von Markenkleidung (im Song genannt und eigene),
- b) Kritik an der Modeszene/ am Tragen von Markenkleidung (im Song und eigene),
- c) Was ist dir selbst beim Kauf von Kleidung wichtig?

→ AUFGABE 2: Die Funktion und Bedeutung von Kleidung hat sich im Laufe der Zeit verändert.

Untersuche mit Hilfe des folgenden Textausschnitts den Wandel/ die Entwicklung der Mode und des Modedesigns. Mach dir Stichpunkte dazu. Du kannst auch darüber hinaus recherchieren.

(Quelle: Walch, J./ Grahl, P. (2008): Praxis Kunst. Design.)

À la mode Modedesign

Das Wort »Mode« geht auf das Lateinische *modus* zurück, was »Art und Weise« bedeutet. Es bezeichnet also die Art und Weise, sich zu kleiden. Häufig wird es auch synonym mit »Kleidung« verwendet. In früheren Zeiten waren Mode und Kleidung immer auch Ausdruck der Standeszugehörigkeit. Mittel-

alterliche Kleiderordnungen schrieben genau fest, wer aufgrund seines Standes welche Kleidung, welche Farben, welchen Schmuck tragen durfte. In Frankreich wurden solche Kleiderordnungen erst 1789 mit der Französischen Revolution abgeschafft.

Bis zur Industriellen Revolution Mitte des 19. Jahrhunderts war die Herstellung von Kleidung handwerkliche Arbeit, die von Schneidern, Näherinnen u. a. erledigt wurde. Heute ist die Herstellung von Kleidung Massenproduktion, wie die der meisten anderen Güter und Gebrauchsgegenstände auch. Mode im heutigen Verständnis gibt es seit Ende des 19. Jahrhunderts, als in Paris die ersten Modesalons eröffnet wurden, Kaufhäuser entstanden, Modezeitschriften regelmäßig erschienen und so modische Vorbilder verbreitet werden konnten. Hatte Kleidung ursprünglich die Funktion, den Körper gegen äußere Einflüsse zu schützen, so spiegelt die Mode einerseits das Bedürfnis des Menschen nach Zugehörigkeit zu einer bestimmten Klasse oder Gruppe (Konformität) wider – *Kleider machen Leute* heißt eine berühmte Novelle von Gottfried Keller aus dem 19. Jahrhundert. Andererseits entspringt Mode dem Wunsch, erotisch und – im Sinne eines bestimmten Ideals – »schön« zu wirken und zu sein. Mitte der 1950er-Jahre revoltierte erst die Rock'n'Roll-Generation mit Blue Jeans, Elvis-Presley-»Tolle«, Pferdeschwanz und Petticoat gegen die bürgerlichen Moralvorstellungen ihrer Eltern. Es folgten Ende der 1960er-Jahre mit der »sexuellen Revolution« der Minirock; in den 1970er-Jahren demonstrierten die Hippies mit langen Haaren und bewusst nachlässiger oder exotisch-folkloristischer Kleidung Konsumverzicht und Antihaltung. So kann das Bedürfnis einer jungen Generation, Nonkonformität, ja Protest, zur Schau zu tragen, die Entstehung neuer Moden fördern.

Mode wird aber auch von Modeschöpfern und großen Konzernen »gemacht«. Werbung und Massenmedien kommt beim Konsum von Kleidung und Mode, bei der Vermittlung und Verbreitung von Vorbildern, Idolen und Rollen eine zentrale Bedeutung zu. Gleichzeitig gewinnt der Ausdruck von Individualität immer mehr an Stellenwert. Modemacher wie Karl Lagerfeld, Vivienne Westwood u. a. geben sich bewusst genial, exzentrisch und schrill. Sie entwerfen nicht nur Kleider, sondern vertreiben unter ihrem Namen ganze Produktketten, von Accessoires bis hin zu Parfums. Auch immer mehr Topmodels und andere Stars versuchen, aus ihrem Namen »Kapital zu schlagen«, indem sie ein eigenes Modelabel herausbringen (s. dazu auch das Stichwort »Branding«, S.77).

Prinzessin von Lamballe, Hofmeisterin der Königin Marie-Antoinette, kolorierter Kupferstich, um 1834



→ AUFGABE 3: Heute nur Recherche und abspeichern!

Recherchiert zu einem*einer Modedesigner*in oder einem Modekonzern eurer Wahl:

- > Leben des*der Designers*in bzw. Entwicklung des Konzerns
- > Besonderheiten der Mode und/oder Alleinstellungsmerkmal(e)
- > typische und/oder aktuelle Beispiele

WICHTIG!!! Ich möchte keine doppelte Wahl der Themen!

Meldet euch also **heute bis 17.00** bei mir, zu welchem*welcher Designer*in/Modekonzern ihr recherchieren wollt. So kann ich ggf. noch vermitteln und eventuelle Doppelwahlen von Themen verhindern. Also: Wer zuerst kommt, ma(h)lt zuerst! ✌️

INFO (wie es bei uns weitergeht):

Ihr werdet dazu ein Plakat gestalten. Wir können nur abwarten, ob im Unterricht oder zu Hause – je nach Entscheidung. Heute seid ihr aber nur mit der Recherche dazu beschäftigt.

Ich wünsche euch viel Freude bei der Recherche und dann schöne Ferien! 😊

Eure Frau Morich

a.morich@gymba.de

!!! Vergesst nicht: In der ersten Präsenzstunde ist immer noch die Klassenarbeit angedacht.

Verliert das über die Ferien nicht aus den Augen!