



STIL & REISEN

WELT AM SONNTAG | NR. 15 | 10. APRIL 2016 | SEITE 63



Genau so wollen Frauen aussehen, glaubt man beim britischen Unterwäschelabel Agent Provocateur: Topmodel Bar Refaeli

„Eine kleine ANDEUTUNG ist attraktiver“

Drei Expertinnen für Unterwäsche diskutieren über die Definition von sexy, problematische Umkleiden und den Nachholbedarf der Männer

STILGEWITTER

Von nah und fern



Mit fremden Augen – Falls jemand das nächste Mal über den beklagenswerten Zustand von „Patient Deutschland“ seufzt: Der neue Monocle-Guide „How to Make a Nation“ (Gestalten) ist das beste Antidot gegen diese Verzagtheit. In dem Buch, das davon handelt, was ein Land lebenswert und damit erfolgreich macht, wird zum Beispiel die deutsche Vorreiterrolle in Sachen Energiewende gewürdigt, der überraschende Liebreiz von Haribos Goldbären und ein vorbildliches Trainingsprogramm, das 2014 Krankenpfleger und -innen auf ihre neuen Jobs in Deutschland vorbereitete. Neben der Sprache wurden ihnen Bier, Wintersport und Bundesliga näher gebracht. Aus der Außenperspektive erscheint *the Teutonic model* insgesamt als ein ziemlichlicher Erfolg. ☺☺ ANWA

Kopfflos: Die hitzige Diskussion um die „Panama Papers“ wird auch ein Panama-Hut nicht abkühlen, obwohl dieser seit knapp 400 Jahren in der Hinsicht gute Dienste leistet. Doch sogar seine Geschichte ist die eines großen Irrtums: Das Original kommt eigentlich aus Ecuador. Zum *Panama hat* wurde er lediglich, weil sich dort die zentrale Zollstelle für südamerikanische Länder befand, um Güter in die USA zu importieren. Oh, wie schön war Panama! ☘☘ KDI

M

Mit der Unterwäsche ist es wie mit dem Sex: Alles wurde schon einmal irgendwo gesehen, alles scheint gesagt. Das Verborgene ist öffentlich geworden. Doch die alltägliche Praxis hat damit wenig zu tun. Sie ist das eigentliche Geheimnis. Zum Thema Sex gibt es zahlreiche Studien, das Thema Unterwäsche dagegen ist untererforscht. Was Frauen wirklich tragen, wie oft der BH zum Slip passt oder was Männer an sich selbst sexy finden, all das liegt noch im Halbdunkeln.

VON BRENDA STROHMAIER

Die Ausstellung „Undressed“ im Londoner Victoria & Albert Museum liefert da einen guten Anlass, sich in intimer Runde darüber zu unterhalten. Wir haben Kuratorin Edwina Ehrman, Konsumforscherin Christiana Tsaousi und die Kreativdirektorin des Lingerielabels Agent Provocateur zum Dessous-Gipfel gebeten. Und viel darüber gelernt, wie stark das Drunter das Drüber bestimmt.

Angesichts der Korsetts in der Ausstellung kann einem moderne Unterwäsche paradisiisch bequem vorkommen. Teilen Sie den Eindruck?

SARAH SHOTTON: Wir haben sehr viel Glück, dass es heute Lingerie gibt, die einen unterstützt und zugleich nach etwas aussieht. Ich habe große Brüste, G-Körbchen. Ohne einen vernünftig sitzenden BH müsste ich die festhalten, wenn ich die Straße herunterrenne. Als ich 15 war, hat mich die Verkäuferin im Unterwäschegeschäft noch gemustert und geseufzt: „Große Brüste, schmaler Rücken“. Und dann kam sie mit einer fleischfarbenen Hängematte an. Heute heißt es: „Du hast einen tollen Körper, hier sind unsere schönen Produkte.“ Längst gibt es wirklich für jeden etwas. **CHRISTIANA TSAOUSI:** Genau darum ging es in meiner Studie. Ich habe untersucht, wie Unterwäsche Frauen im Alltag bei unterschiedlichen Tätigkeiten stützt, welche Rolle sie bei der Konstruktion ihrer Identität als Frau spielt.

SARAH SHOTTON: Frauen legen sich heute unserer Erfahrung nach regelrecht Unterwäsche-Garderoben an, halten also für jede Gelegenheit etwas bereit. Vom Sport-BH über die Alltagswäsche bis hin zum Wochenendoutfit. **CHRISTIANA TSAOUSI:** Meine Probandinnen erzählten allerdings, dass sie genau das als Stress empfinden. Eigentlich würden sie ihrer Unterwäsche nicht so viel Aufmerksamkeit widmen, doch heute wird das als wichtig empfunden.

Also ist nicht alles besser als früher? **EDWINA EHRMAN:** Zumindest beim Material gab es doch entscheidende Verbesserungen, insbesondere was die Elastizität betrifft. Ganz früher hatte man nur Strick in allen Varianten. Wolle ist zwar dehnbar, leiert aber schnell aus. Als Mitte des 19. Jahrhunderts Latex und die Vulkanisierung aufkamen, war das ein Durchbruch. Erstmals gab es Schwangeren-Korsetts mit elastischen

Bändern, später konnte man dann sogar auf das Fischbein verzichten.

SARAH SHOTTON: Aber auch danach waren die Korsetts noch ganz schön hart. Ich habe mal für eine Kollektion mit einer Korsettmacherin der alten Schule gearbeitet. In ihren Modellen musstest du so sitzen.

(Sie zieht den Bauch ein, sitzt stocksteif.) **EDWINA EHRMAN:** Das sollte man ja auch. Für die Dame aus der Elite war die aufrechte Haltung wichtig, damit unterschied sie sich doch von dem schief gewachsenen Volk. Damals sah man noch sehr viele Missbildungen, die es dank der modernen Medizin nicht mehr gibt. Aber auch alle Arbeiterinnen trugen früher Korsett, etwa aus Leder. Das konnte mit der Zeit sogar ganz bequem werden. Es gab schließlich keinen anderen Weg, seine Brüste zu stützen, wie die Moral es verlangte. Den BH, wie wir ihn kennen, gab es noch nicht.

Wann kam der überhaupt auf?

EDWINA EHRMAN: Wie wir seit Kurzem wissen, gab es so etwas schon im Mittelalter. Im Schloss Lengberg in Österreich hat man vor ein paar Jahren in einem alten Müllberg viele Textilien gefunden, darunter drei Kleidungsstücke, die man als Büstenhalter identifizieren konnte. Die Frage ist, warum man von da aus beim Fischbein-Korsett gelandet ist. Jedenfalls kamen erst Ende der 1920er-Jahre wieder BH-Modelle mit Körbchen in Mode. Damals gab es auch gleich wunderschöne Sets von passenden Büstenhaltern und Slips.

Christiana, das Set-Thema ist Ihrer Studie zufolge heute noch aktuell.

CHRISTIANA TSAOUSI: Viele Frauen empfinden Druck, etwas zueinander Passendes anzuziehen, wann immer jemand anderes sie in Unterwäsche sieht. Vor allem das Urteil anderer Frauen ist ihnen wichtig, seien es Freundinnen oder Fremde in der Umkleidekabine.

EDWINA EHRMAN: Als ich am College war, 1971 bis 1974, habe ich nie mit Freundinnen über Unterwäsche gesprochen. Wir sahen uns als Feministinnen. Wenn wir uns die Achselhaare nicht rasieren wollten, haben wir das nicht gemacht. Wenn wir keinen BH tragen wollten, haben wir keinen getragen. War sowieso billiger. Ich habe keine Sekunde über meine Unterwäsche nachgedacht, bis der Horror von Gemeinschaftsumkleiden aufkam. Plötzlich gab es Gruppen von Frauen jenseits des Freundeskreises, die einen musterten.

Drei Fachfrauen für Mode untendrunter



Christiana Tsaousi, 35 (links): Dozentin für Marketing und Konsum an der Uni Leicester. Ihre Doktorarbeit „Consuming Underwear“ ist eine der ganz wenigen Studien zum Thema.

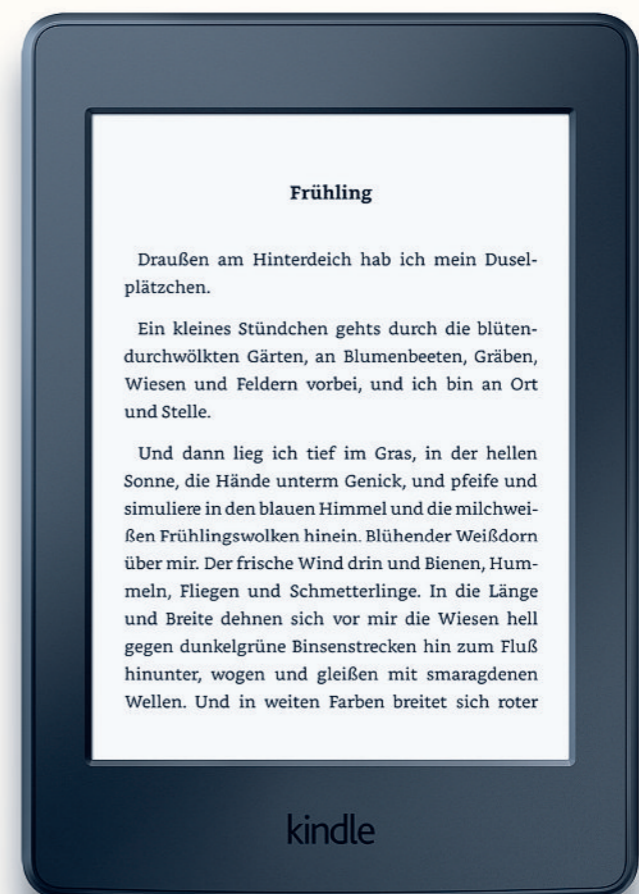
Edwina Ehrman, 63: Kuratorin am Victoria & Albert Museum in London. Am 16. April öffnet dort die Ausstellung „Undressed. A Brief History of Underwear“, bis 12. März 2017.

Sarah Shotton, 41: Kreativdirektorin beim britischen Dessouslabel Agent Provocateur, das für freizügige Lingerie und Kampagnen bekannt ist. Das Unternehmen sponsort die „Undressed“-Ausstellung.

FORTSETZUNG AUF SEITE 64

ANZEIGE

Die unendliche Bibliothek.



kindle paperwhite

Millionen von eBooks für alle, die großartige Geschichten lieben. Mit dem Kindle Paperwhite lesen Sie wie auf echtem Papier, ohne Spiegeleffekte und ohne dass Ihre Augen ermüden.

amazon

WOW!

Von signalstark bis schräg: Dinge, die das Leben schöner machen

AUSGESUCHT VON CLARK PARKIN



Anhänglich: Ohrhänge aus vergoldetem Silber mit Lapislazuli von Pippa Small. Um 490 Euro bei Stylebop.com



Zackig: Bluse von Giles. Um 360 Euro bei Matches-fashion.com



Vorgewarnt: Turnschuhe von Visvim. Um 440 Euro bei Mrporter.com



Signalstark: Jeansjacke von Miù Miù. Um 1450 Euro bei Mytheresa.com



Gestreift: Metall-clutch in Chips-tütenform von Anya Hindmarch. Um 1610 Euro bei Anyahindmarch.com

Schräg: Maxikleid von Johnathan Saunders. Um 1880 Euro bei Net-a-porter.com



FORTSETZUNG VON SEITE 63

Im Schwimmbad?

EDWINA EHRMAN: Nein. In Großbritannien gab und gibt es das in vielen Läden, bei Biba zum Beispiel. Da stand man nun plötzlich mit all diesen Twiggys und fühlte sich verwundbar.

CHRISTIANA TSAOUSI: Es verursacht aber nicht nur Stress, sich über die eigene Unterwäsche Gedanken zu machen. Frauen berichten auch, dass ein schönes Set für sie wie ein Verwöhnprogramm wirkt, das ihr Selbstbewusstsein stärkt.

SARAH SHOTTON: Lingerie hat eine enorme Wirkung auf die Psyche. Manchmal stelle ich mich in einen unserer Läden, um etwas über die Kundinnen zu lernen. Immer noch fühlen sich Frauen in ihren Körpern unwohl, wollen erst nichts ausprobieren. Gerade nach der Geburt haben viele Probleme mit ihrem Körper. Wenn sie dann aber etwas anhaben, was ihnen gefällt, fühlen sie sich gleich so: wow.

CHRISTIANA TSAOUSI: Eine Menge Frauen tragen, nachdem sie Kinder bekommen haben, erst mal nur Gemütliches. Andere wollen dagegen unbedingt schnell wieder sexy Unterwäsche anziehen, um sich als Frau zu fühlen.

SARAH SHOTTON: Als ich mein erstes Kind bekam, mit 37, da habe ich schon viele Jahre bei Agent Provocateur gearbeitet. Ich hatte Schränke voll sexy Lingerie und das Gefühl, ich bräuchte dringend eine Pause davon. Ich freute mich auf Still-BHs und Baumwoll-Schlüpfer, die über den Bauch gehen. Und ich habe das wirklich getragen, darüber Jogginghosen und weite T-Shirts. Natürlich fühlte ich mich unsexy. Bis ich wieder in meine schöne Unterwäsche stieg.

Sexy und gemütlich – ist das ein unüberbrückbarer Gegensatz?

CHRISTIANA TSAOUSI: Nein. Ich habe meinen Diskussionsgruppen Bilder von Unterwäsche gezeigt und gefragt, welche sexy seien. Meist kam sofort die Gegenfrage: Aus der Perspektive von Männern oder Frauen? Es entspann sich danach eine komplexe Debatte. Einige Frauen meinten, sie selbst fühlten sich in ganz schlichter Wäsche attraktiv. Also nichts mit Seide und Spitzen. Andere wiederum fanden sich in Seidenkorsetts und Ähnlichem erotisch. Manche Frauen glaubten auch, dass Männer genau auf diese Form provokativer Sexiness stünden, andere wiederum sagten, so etwas schüchtere Männer doch nur ein.

EDWINA EHRMAN: All diese verschiedenen Geschmäcker sind doch toll, wir sind ja auch alle verschiedene Menschen.

SARAH SHOTTON: Genau! Das war vielleicht in den kerligen 80ern so, dass alle Männer etwas Seidig-Rotes verlangten. Heute kommen zu uns Kunden, die für ihre Frauen etwas schlicht Weißes suchen, der Nächste will was aus schwarzem Gummi, noch einer etwas mit Stickerei.

EDWINA EHRMAN: Es ist aber nicht leicht, etwas über den Geschmack von Männern herauszufinden, auch nicht, was ihre eigene Unterwäsche angeht. Ich habe versucht, meine drei Söhne für die Ausstellung auszufragen. Als würde man Blut aus Steinen quetschen! Ich habe mich dann ins Kaufhaus in die Unterwäscheabteilung gestellt und Männer beobachtet. Ein paar Jungs haben dann ausgiebig Auskunft gegeben.

Und? Was haben die Ihnen verraten?

EDWINA EHRMAN: Sie erzählten, für sie sei David Beckhams H&M-Kampagne ein Durchbruch gewesen. Einfach, weil der Fußballer und Familientyp ist, nett und normal.

CHRISTIANA TSAOUSI: Das stimmt. Er war es, der Männern gezeigt hat, dass es okay ist, sich um sich selbst zu kümmern.

EDWINA EHRMAN: Seinetwegen fühlen sie sich jetzt besser dabei, in eine Unterwäscheabteilung zu gehen und die Bilder auf den Verpackungen zu studieren. Das ist ja auch so ein interessanter Unterschied: Männern präsentiert man Unterwäsche meist verpackt, sie haben nicht die Chance, die Materialien in Ruhe zu befühlen, die Elastizität des Gummizugs auszutesten, zu schauen, wie der Stoff auf ihrer Haut aussieht.

Arme Männer, eigentlich.

SARAH SHOTTON: Mich bitten ständig irgendwelche Jungs, endlich etwas für sie zu designen. Und ich sage dann, ich weiß nicht, ob ich das kann. Zumindest nicht für heterosexuelle Männer. Für sie sind doch Calvin Kleins schon das Aufregendste, was sie sich vorstellen können.

EDWINA EHRMAN: Aber es gibt seit jeher mehr Auswahl für Männer, als wir denken. In Zeitungen aus dem 19. Jahrhundert finden sich eine Unmenge Anzeigen für Männerunterwäsche, darunter auch Ideen, was sie zur Hochzeit tragen sollten. Dazu gibt es nur bislang keine Untersuchungen. Unser Museum bekommt auch viel mehr Wäsche von Frauen als von Männern gespendet, aber wir haben für die Ausstellung eigens ein paar Stücke angekauft. Wir zeigen unter anderem ein paar wundervolle Unterhosen aus den 1890ern, mit weißen und pinken Streifen.

SARAH SHOTTON: Boxershorts?

EDWINA EHRMAN: Nein bis zur Wade.

SARAH SHOTTON: Sexy.

CHRISTIANA TSAOUSI: Männerunterwäsche ist ein spannendes Thema. Vielleicht forsche ich eines Tages auch noch dazu. Aber warum wir letztlich doch viel mehr über Frauenmode und Frauenunterwäsche reden, liegt daran, dass wir ohne-



Flechtwerk: Dolce & Gabbana ließen sich für ihre Sommerkollektion 2013 von historischen Reifröcken inspirieren

hin auch viel mehr über Frauenkörper sprechen. Wenn es um Unterwäsche geht, dann geht es ja auch meistens um Frauenkörper.

Deshalb gibt es öfter Aufregung um die Agent-Provocateur-Werbung. Gerade räkelt sich Model Bar Refaeli in schwarzer Spitze im Stroh, manchen ist das zu viel Erotikkalender-Style.

SARAH SHOTTON: Wir werden viel kritisiert. Manchmal denke ich, dass gerade Frauen anderen Frauen ihren Glanz nicht gönnen. Aber bei uns stehen die unterschiedlichsten Lady's Schlange, um für uns zu modeln. Und Bar Refaeli: Ich habe noch nie jemand so erotisch posen sehen! Natürlich müssen die Kampagnen sexy sein, du willst ja Frauen dazu bringen, zu sagen: Genau so will ich aussehen. Ich möchte, dass Frauen sich gut fühlen, ich bin Feministin durch und durch. Als die Agent-Provocateur-Gründer Joe Corre und Serena Rees 1994 ihren ersten Laden eröffneten, war England noch ziemlich verklemt, ein Land der steifen Oberlippe. Heiße Unterwäsche gab es nur im Sexshop, aber das war Trash. Plötzlich gab es elegante Lingerie, in der Frauen sich stark und sexy fühlen konnten. Heute ist es für junge Briten normal, über Sex zu reden.

EDWINA EHRMAN: Es geht doch auch hier wieder um Wahlfreiheit. Wenn jemand solche Mode mag: Klar, zieht das an! Und wenn nicht, dann nicht. Wir sind sexuelle Wesen, wir sind Tiere!

CHRISTIANA TSAOUSI: Wir leben in einer Konsumgesellschaft, in der Wahlfreiheit herrscht, aber wir leben auch in einer Gesellschaft mit bestimmten Erwartungshaltungen, denen man sich anpasst. Haben wir also wirklich die Wahl?

EDWINA EHRMAN: Ich habe Ihre Arbeit gelesen, Sie nennen das soziale Konditionierung. Ich finde es wichtig, dass Frauen sich immer wieder klarmachen, dass sie dagegen rebellieren können. Aber es ist natürlich schwer, sich gegen die Konvention zu stemmen, deshalb haben wir ja so lange Korsett getragen.

Heute geht's eher um Fragen wie jene, ob die Unterwäsche sichtbar sein darf. Darf sie?

SARAH SHOTTON: Lustig, Frauen stellen sich wegen ein paar Hubbeln sehr an, die man durch die Kleider ahnt. Wenn man Männer fragt, mögen die gerade das, sogar das Fleisch, das rund um den BH auf dem Rücken hervorquillt. Auch ich finde eine VLP (Visible Panty Line = sichtbare Slipkontur Anm. d Red.) völlig okay, warum soll die Unterhose sich nicht durchdrücken?

CHRISTIANA TSAOUSI: Weil das zum Beispiel für Unidozentinnen oder Lehrerinnen ein Graus ist. Sie bevorzugen es, im beruflichen Umfeld asexuell zu wirken, und wollen einfach nicht, dass ein aufblitzender BH-Träger den Blick auf ihren Körper lenkt. Auch Dekolletee ist da tabu.

Deshalb sind doch auch gepolsterte Büstenhalter so ungemein erfolgreich. Hauptsache, man sieht keine Brustwarzen.

SARAH SHOTTON: Stimmt, allerdings verkaufen wir nicht mehr so viel gepolsterte BHs wie früher. Durchsichtig und leichter ist gerade Trend.

EDWINA EHRMAN: Das ist auch ein Generationending. Als in den 1990ern Frauen anfangen, bunte BH-Träger unter ihren Tops herauszuschauen zu lassen, hat meine Mutter sich sehr aufgeregt. Ich konnte mir das nur mit ihrem Alter erklären. Ich finde es allerdings heute auch seltsam, wenn Mädels Röcke bis zum Schambein hochrutschen lassen. Das ist doch langweilig!

SARAH SHOTTON: Eine kleine Andeutung wie eine VPL finde ich da in der Tat attraktiver. Aber wenn jemand in Unterwäsche auf die Straße gehen will: bitte sehr! Ich weiß noch, was es in den 90ern für Aufregung gab, als zwei Frauen in Bustiers von Agent Provocateur in der BBC-Morgenshow „Kilroy“ auftauchten und erklärten, sie gingen so auch in den Club. Ich bin allerdings auch in Seiden-BH und in Hotpants tanzen gegangen.

Unterwäsche zeigen hat durchaus Tradition, wie die Ausstellung im V&A beweist.

EDWINA EHRMAN: Da sieht man auch, dass die Definition von Unterwäsche sich ändert. Früher galt ein Männerhemd als Unterwäsche, weil es auf der Haut getragen wurde. Eigentlich war es nicht akzeptabel, das Hemd zu zeigen. Aber die Oberschicht durfte die wertvolleren Leinwandteile an den Manschetten oder am Kragen heraus-schauen lassen und so ihren Status demonstrieren. Das war alles subtil, so wie Mode heute. Das Gleiche galt für Unterröcke, die Frauen auf verschiedene Arten hervorblitzen ließen.

Gerade ist es auch wieder Mode, im BH über den roten Teppich zu flanieren. Zugleich gibt es Gerätschaften wie den „Camelot Guard“, eine Slipenlage. Sie soll verhindern, dass die Schamlippen sich durch die Hose abzeichnen.

EDWINA EHRMAN: Das ist doch pervers prüde! Vielleicht einfach bessere Unterwäsche kaufen?

SARAH SHOTTON: Oder weitere Jeans?

Jetzt könnten wir noch eine Stunde reden.

CHRISTIANA TSAOUSI: Liegt am Thema.

SARAH SHOTTON: Ob beim Dinner oder in der Kita – alle wollen darüber plaudern, wenn ich sage, was ich mache. Meinem Verlobten habe ich allerdings erst von meinem Job erzählt, als wir uns besser kannten. Ist doch etwas einschüchternd.

„Eine kleine ANDEUTUNG ist attraktiver“



Leggins, nach Sündenfall: Auch der Feigenblattwitz aus der 1989er-Kollektion von Vivienne Westwood ist demnächst als Exponat im Victoria & Albert Museum zu sehen



Für den Hintern: Das Gestell „New Phantom“, Baujahr um 1887, ließ den Rock abstehen