

Post-Sexy Fashion

Von: Leon Laaser



Design: @the_only_pidgeon
Model: @vonmargeaux

Einleitung

Mode ist eine der stärksten visuellen Sprachen unserer Gesellschaft. Sie beeinflusst, welche Körper als begehrenswert, angemessen oder „zu viel“ wahrgenommen werden. Kleidung ist nie neutral, sondern eingebettet in Machtstrukturen, historische Normen und kulturelle Erwartungen. Besonders weiblich gelesene Körper werden ständig bewertet: zu sexy, nicht sexy genug, zu auffällig oder zu zurückhaltend. Mode wird so zu einem Kontrollinstrument, mit dem solche Bewertungen reproduziert und verstärkt werden.

Mein Name ist Leon Laaser (*Er/Ihn*) und ich studiere den Design-Ingenieur Mode. In meiner Studienarbeit untersuchte ich den Male Gaze und entwickelte ein Designkonzept, das Mode als Mittel der Selbstbestimmung, Inklusion und kritischen Reflexion gesellschaftlicher Normen einsetzt. Zudem fertigte ich ein Kleid an, das dieses Designkonzept verkörpert.



Male Gaze & Objektifizierungstheorie

Der Begriff Male Gaze wurde von der Filmtheoretikerin Laura Mulvey (*Sie/Ihr*) gegründet und beschreibt eine Struktur des Sehens, in der der männlich geprägte Blick als Norm gilt. In Filmen, Werbung und Mode werden Frauen nicht primär als handelnde Subjekte dargestellt, sondern als ästhetisierte und sexualisierte Körper, die betrachtet, bewertet und begehrt werden sollen. Beispielsweise zeigt sich dieser Blick durch die Fragmentierung von weiblichen Charakteren in Filmen: Er zeigt Beine, Brüste, Lippen – aber selten eine Person.

Die Objektifizierungstheorie zeigt, dass diese Darstellung nicht oberflächlich bleibt. Wenn weibliche Körper ständig als Objekte erscheinen, wird diese Perspektive internalisiert. Viele Frauen beginnen, sich selbst aus einer beobachtenden Außenperspektive wahrzunehmen:

- **Wie sehe ich aus?**
- **Wie wirke ich?**
- **Bin ich zu viel oder zu wenig?**

So entsteht Selbstüberwachung. Der eigene Körper wird zu einem Projekt, das kontrolliert, korrigiert und optimiert werden muss. Diese permanente Beobachtung beansprucht mentale Ressourcen – sie beeinflusst Konzentration, Selbstwert, Sicherheit und die Fähigkeit, sich im eigenen Körper wohlfühlen. Der Male Gaze ist deshalb nicht nur ein mediales Phänomen, sondern ein soziales Machtinstrument:

Er formt, wie Körper sich bewegen, kleiden und existieren dürfen.

Female Gaze

Der Female Gaze ist kein einfacher Rollentausch. Er bedeutet nicht, dass nun Männer zu Objekten werden. Vielmehr geht es um eine Verschiebung von Perspektive.

Joey Soloway (*They/Them*) beschreibt den Female Gaze als ein politisches Werkzeug, dass Empathie für die Perspektive der Frau erzeugt. Statt Körper auszustellen, werden Erfahrungen geteilt. Statt distanziert zu beobachten, wird das Publikum eingeladen, sich in

eine Figur hineinzuversetzen.

Der Female Gaze kann zum Beispiel auf diesen drei Ebenen fungieren:

1. Feeling Seen:

Wir fühlen, was eine Figur fühlt.

2. Show how it feels to be seen:

Wir erleben, wie es sich anfühlt, gesehen zu werden.

3. Returning the Gaze:

Der Blick wird zurückgeworfen – die betrachtende Person wird selbst betrachtet.

So entsteht ein Raum, in dem Sichtbarkeit nicht automatisch Objektifizierung bedeutet. Die Person bleibt Subjekt, auch im Moment des Betrachtet Werdens.

Übertragen auf Mode bedeutet das: Kleidung kann mehr sein

als Oberfläche. Sie kann Erfahrungsräume eröffnen, Identität erzählen und Machtverhältnisse sichtbar machen – nicht durch Anpassung, sondern durch bewusste Inszenierung.



Post-Sexy Fashion

Post-Sexy Fashion versteht sich nicht als direkter Gegensatz zum Male Gaze, sondern als eigenständiges Designkonzept.

Im Mittelpunkt steht die Selbstinszenierung der Frau, also die bewusste Entscheidung wie die Person sich darstellen und ihren Körper kommunizieren möchte.

Die Aufgabe von Designer:innen besteht darin, sich Schönheits- und Weiblichkeitsnormen bewusst zu machen und diese kritisch zu hinterfragen. Dies kann durch das Design selbst, die Inszenierung oder die Vermarktung der Produkte geschehen. Ziel ist es, Kund:innen auf bestehende gesellschaftliche Erwartungen aufmerksam und Alternativen sichtbar zu machen.

Post-Sexy Fashion kann „sexy“ sein – wobei das Gefühl „Sexy zu sein“ allein durch den/die Träger:in definiert wird.

Das Konzept ist weniger eine festgelegte Stilrichtung, sondern ein Mindset, das auf dem Bewusstsein und der Bereitschaft zur Loslösung von gesellschaftlichen Normen basiert. Dadurch ist es für alle Träger:innen zugänglicher, unabhängig von Alter, finanziellen Mitteln, Herkunft, Kleidergröße, etc..

Durch diese Loslösung ist Post-Sexy Fashion auch als politisches Werkzeug zu verstehen, welches gegen normative Gesellschaftsstandart protestiert und freie Selbstentfaltung als Fundament für eine bessere Zukunft versteht.