

Alexandre Peschel

EINE HOSE KAUFEN

Männermode ist konservativ. Männermode ist langweilig. Männermode reizt Modedesigner nicht. Über Männermode zu schreiben ist weniger interessant, darüber zu lesen folglich auch. Sicher gehen und lieber etwas Klassisches kaufen. Es ist ein Teufelskreis, eine sich selbst erfüllende Prophezeiung.

Männer sind nicht mutig. Männer haben weniger Spaß. Offenbar verpassen sie etwas, während sie sich, festen Kategorien folgend, bekleiden: eine archetypische Jacke, ein dunkelblauer Pullover, ein Bild von einem Oberhemd. Eine aktuelle Männerkollektion würde einen Dandy aus der Mitte des 19. Jahrhunderts nicht schocken. Laut einer Studie von Ogilvy geben Männer mehr Geld für Kleidung aus und verbringen mehr Zeit mit der Auswahl. Es könnte daran liegen, dass Männer im Schnitt immer noch mehr verdienen. Es könnte auch daran liegen, dass Männer bereit sind teurere Kleidung zu kaufen, weil sie wissen, dass die Auswahl im nächsten Jahr die gleiche sein wird. Stillstand und Qualität passen so gut zusammen. In einer verwalteten Welt wird die Veränderung der Hosenweite als Revolution gefeiert. Marken, die ihre Tradition vor sich her tragen, waren bei Männern schon immer erfolgreich. Legendär das Kleidungsstück der Macht im Bundeskabinett der achtziger Jahre: Strickjacke statt Jackett zur Anzughose im Kanzlerbungalow. Während heute alte Statussymbole von neuen abgelöst werden und die modische Geschlechtergrenze längst durchlässig ist, wird sie beim Kauf einer Hose umso deutlicher.

Ich will eine Hose kaufen, gehe in ein großes Bekleidungsgeschäft. Das Geschäft sagt: auf dieser Etage findest du Womenswear, auf der nächsten Etage findest du Womenswear, auf der übernächsten Etage findest du Children, Accessories and Menswear.

Ich gehe nach ganz oben, nach ganz hinten. Angekommen bin ich in der: Männerecke.

Durch einen Fehler im Satz gingen in diesem Text einige Worte verloren. Die korrekte Fassung ist hier nachgedruckt.