

## Hosenpraxis von Frauen nach 1930

**"Alles zu seiner Zeit": Frauenhosen 1930–1949 – Hosentragende der Wirtschaftswunderjahre – Rock wie Hose? – Exkurs: Kein Zutritt in Hosen**



Hosen behielten auch in den 1930er Jahren ihren festen Platz im weiblichen Bekleidungsspektrum, obwohl sich die Mode nach 1930 vom Ideal des *Girls* verabschiedete und wieder die *reife Frau* zum Vorbild nahm. In Abgrenzung zu den Experimenten der 1920er Jahre setzte die neue Modelinie auf beschwingte Fraulichkeit, die Röcke wurden länger und weiter, die Schnitte körperbetonter. "Die Zeit einer raschen, hastigen Anprobe ist vorüber", jubelte Stephanie Kaul, Redakteurin des Modeblattes *Die Dame*, "Man braucht wieder Zeit, viel Zeit, um alle jene Kompliziertheit in der Schnittführung der Kleider herauszubringen, wie sie zu der köstlichen Einfachheit der fließenden Modelinie notwendig ist." Dem rückblickend als laut, forsch und dröhnend empfundenen Auftreten, wie es der sportliche Stil des vorangegangenen Jahrzehnts verlangt hatte, setzte man zu Beginn der 1930er Jahre diskrete Eleganz, sogenannte "Damenhaftigkeit", entgegen. Lange, in weiche Wellen gelegte Haare, körpermodellierende Mieder, abstehende Schößchen und Volants, Schleppen und *Frou-Frou* zu festlichen Anlässen erlebten ein Revival.

Zu Beginn der 1930er Jahre gab es noch immer keinen Konsens in der Hosenfrage. Die Einführung des Pyjamas in die sommerliche und häusliche Kleidung habe, so eine Notiz von 1931, "selbst die einfachste Frau ... mit dem Vorteil der Hosenkleidung bekannt gemacht." Und die vornehme Dame konnte es sich, einer Mitteilung von 1934 zufolge, "zu Hause in einem Maße bequem machen, wie es für ihre Mutter noch undenkbar gewesen wäre." Als Teil der Alltags- und Gesellschaftskleidung waren Hosen für Frauen allerdings weiterhin unerwünscht, auch wenn Modezeitschriften in In- und Ausland immer mal wieder den einen oder anderen Vorstoß wagten, Hosenanzüge als Straßenkleid und elegante Hosenanzüge für festliche Anlässe zu prolongieren. Als Marlene Dietrich 1931 ihr Alltagskostüm gegen einen grauen Herren-Sakko-Anzug tauschte und damit kurzfristig eine neue, unorthodoxe Straßenmode kreierte, empfand die Mehrheit diesen "Modeunfug" geschmacklos. Dennoch scheint die Dietrich'sche Annexion des Herrenanzugs nicht ohne Folgen geblieben zu sein. Im Juliheft 1933 der englischen *Vogue* wurden verschiedene Hosenanzüge im Herrenschnitt, Modelle von Lanvin und Knize, vorgestellt, das Kaufhaus Sears in New York bot im gleichen Jahr lange Hosen im "Marlene Dietrich Look" an und in der *Wiener Mode* von 1933 findet sich ein Hinweis, dass sich die "von einem Hollywood-Star [...] gestartete Mode" blitzschnell verbreitet habe.

Weder in der Tagesmode noch in dem Gebrauch von Frauenhosen lassen sich nennenswerte nationale Divergenzen feststellen. Die Mode der 1930er und 1940er Jahre blieb international, die wachsende Präsenz von Frauenhosen in der Alltagskleidung ein allgemeiner Trend und ebenso gleichförmig wurde in allen westlichen Ländern, zum Teil heftig, gegen die zunehmende "Vermännlichung" der Frau durch Hosenadaptionen polemisiert. Auch den angestregten Bemühungen des nationalsozialistischen Regimes, deutsche Frauen von internationalen Bekleidungstrends, explizit der Hosenmode, fernzuhalten, war kein nachhaltiger Erfolg beschieden. 1940/41 erreichte die öffentliche Diffamierung hosentragender Frauen, Dokumenten und Berichten zufolge, in Deutschland ihren Höhepunkt, um dann, nach 1942, kein Thema mehr zu sein.

Wie bereits 1914/18 waren Frauen aller kriegsführenden Länder aufgerufen, an der Heimatfront ‚ihren Mann‘ zu stehen. Hatten hosentragende Frauen zur Zeit des Ersten Weltkriegs noch ein gewisses Aufsehen erregt und die meisten Frauen an dem Gedanken, sich öffentlich in ihrer Arbeitskluft zu zeigen, nur wenig Gefallen finden konnten, war die Akzeptanz derartiger Bekleidungsformen während des Zweiten Weltkriegs bei Frauen und Männern deutlich breiter. Es gab weder Versuche, Arbeitshosen durch Röcke zu kaschieren, noch Hinweise auf sogenannte Verwandlungsmodelle, die mittels Zugvorrichtungen Röcke zu Hosen werden ließen und umgekehrt. Ersichtlich war das Hosenproblem insoweit gelöst, als dass Frauen in den Kriegs- und Nachkriegsjahren (Männer-) Hosen tragen konnten, wann immer hierfür ein funktionaler Grund vorlag.

Nach Kriegsende war die Sehnsucht nach heiler Welt groß. Die internationale Frauenmode nach 1947 bis Anfang der sechziger Jahre legte großen Wert auf betont weibliche Ausdrucksformen, gleichzeitig aber war sie bemüht, den Alltagsanforderungen gerecht zu werden. Fraulich-elegante Nachmittags- und Abendkleider und pflegeleichte Kostüme, Jackenkleider und Hosenanzüge zeigten die verschiedenen Facetten weiblicher Lebensrealität. Hauptsache, die Frau war gut und für den Anlass passend angezogen. Analog zum internationalen Modetrend wurden die festen Hosen nach Männerart durch deutlich kürzere, dem weiblichen Körper angepasste, leichte Beinkleider ersetzt. Vor allem bei jüngeren Frauen waren Hosen als moderne Ferien- und Freizeitkleidung seit Ende der 1940er Jahre als Variante des "American Looks" recht beliebt. Die ältere Generation indessen konnte sich nur schwer mit dieser Bekleidungsform anfreunden. Doch blieb der bisher obligate lautstarke Protest aus. Der Gestus männlicher Reklamation auf ein Vorrecht auf Hosen war endgültig anachronistisch geworden. Vorausgesetzt, bei dem Hosenobjekt handelte es sich um ein eindeutig Frauen durch Farbe und Form zuzuordnendes Kleidungsstück mit seitlichem Reißverschluss, körperbetontem Zuschnitt und Knöchelfreiheit. Niemand nahm daran Anstoß, wenn sich die mobile Hausfrau in einem pflegeleichten Hosenanzug aus hellblauem Gabardine zum Einkaufen auf den Roller schwang oder den Hausputz in Hosen erledigte. Auch die Werbung bediente sich gerne Staubsauger betätigender, Waschmaschinen füllender, Motorroller fahrender, Radio hörender, fröhlicher, behoster Lebensbewältigerinnen, um auf Produkte für die "moderne Hausfrau" aufmerksam zu machen. Im Bereich weiblicher Abend- und Gesellschaftskleidung vermieden die seltenen Entwürfe, die in den 1950er Jahren Hosen vorsahen, ebenfalls jede Parallelität zur Männerkleidung. Die Schnitte der Hosenanzüge waren feminin-extravagant, die Farbzusammenstellungen gewagt und die Stoffe exklusiv.

Die 1960er Jahre markieren das Ende der deutschen Wiederaufbauphase, im Verlaufe derer die Bundesrepublik einerseits mit sehr hohen Wachstumsraten renommieren konnte, sich die Bundesbürger andererseits von der Ideologie des "Wirtschaftswunders" vereinnahmen ließen. Hier setzte der Protest an, der die Heranwachsenden in Opposition zu dem von ihren Eltern vertretenen Konformismus und Konsumismus brachte. Jeans – bestickt, bemalt, abgeschnitten – Mini- oder Maxiröcke und Hot-Pants standen für Jugend, Freiheit und Anderssein. Gegen Ende der 1960er Jahre waren es nicht mehr Modeschöpferinnen und

-schöpfer von Weltruf, die neue Trends vorgaben, sondern die von Jugendlichen und einer selbsternannten Avantgarde erfundenen, innovativen Außenseitermoden, die von den großen Couturiers adaptiert, veredelt und für Damen der Gesellschaft tragbar gemacht wurden. Sehr schnell wurden "Anti-Moden" zu Konsumartikeln, angeboten in Boutiquen, dem Londoner Szenekaufhaus *Biba* und Flohmärkten. Kurz darauf gehörten sie zum Sortiment der neu etablierten Jugendabteilungen der Warenhäuser, und waren somit im Mainstream angekommen. "Es lebe der Hippie-Look!", begeisterte sich 1968 der *Stern*, "Und mit ihm alles, was samten, seiden und geblümt ist, was klimpert, klirrt und klingelt, die Blumen und die Liebe nicht zu vergessen!"

Seit Mitte der 1970er Jahre haben Frauen die Möglichkeit, zwischen diversen Bekleidungskonzepten zu wählen: der jugendlichen Anti- oder Spaßmode (Straßenmode), der als Mode propagierten Mode für alle (Tagesmode) und der klassisch-zeitlosen Designerkleidung (Dress for success). Außerdem bietet der Bekleidungsmarkt eine große Palette an Freizeit- und Sportmoden. Grundsätzlich steht es heute jeder modernen, experimentierfreudigen und über ein entsprechendes Einkommen verfügenden Frau frei, sich zwischen den Konzepten zu bewegen. "In wieviele Häute können *Sie* schlüpfen?", fragte die *Vogue* ihre Leserinnen 1984, und ermunterte zum Spiel mit der Mode. "Heutzutage muß niemand mehr auf einen Typ festgelegt sein." Anything goes – erlaubt ist, was gefällt.

Der von der Presse seit Anfang 1968 registrierte und immer wieder neu konstatierte "Siegeszug der Hose" erreichte Anfang der 1970er Jahre einen vorläufigen Kulminationspunkt, um nach 1975 die Hose zu dem werden zu lassen, was sie heute ist: ein gebräuchliches Teil des weiblichen Bekleidungsrepertoires.

#### **Exkurs: Kein Zutritt in Hosen.**

Der Prozess der gesellschaftlichen Akzeptanz von Frauenhosen verlief keinesfalls so konfliktfrei, wie dies die Darstellungen in Modezeitschriften vermuten lassen. Den enthusiastischen Präsentationen gewagter Hosenmodelle standen im Frauenalltag Kleiderordnungen entgegen, die erst nach und nach gelockert wurden. Das zähe Finale des Kampfes um ein weibliches Recht auf Hosen begann in den fünfziger Jahren und ist bis noch immer nicht endgültig abgeschlossen. Zwar sind Frauenhosen seit den siebziger Jahren als "Überall-und-immer-Hosen" definitiv etabliert, doch nach wie vor gibt es Anlässe, bei denen Frauen in Hosen fehl am Platze bzw. unerwünscht sind.

Diese Zusammenstellung basiert auf der Auswertung von Zeitungsartikeln und Interviews mit Zeitzeuginnen.

Text: © Gundula Wolter. Zitatnachweise siehe Hosen, weiblich.

Bildnachweis: Hosen, weiblich, Abb. 192: *An das Ziel aller Wünsche mit HMW-Roller*. Werbung, um 1956. In: Jagschitz, Gerhard und Klaus Mulley: *Die ‚wilden‘ fünfziger Jahre*, Wien 1985. Privatarchiv Wolter.