

FASHION & FACTION: ZUR KRITIK DER NEUEN POP-RECHTEN

Elke Gaugele



90

Im April 2000 zeigte das Modelabel Fabrics Interseason als politisches Statement zum Schockzustand, den die schwarz-blaue Regierungsbildung (ÖVP und FPÖ) im Jahr 2000 im Wiener Kunstbetrieb ausgelöst hatte, deren Angelobungsszenario im Rahmen der »Austrian Psycho Nights«. Als Teil einer Generation modeschaffender Künstler*innen, Fotograf*innen, Designer*innen und Stylist*innen, die in den 1990ern unter der Überschrift »Not in Fashion!« (Mark Borthwick) als avantgardistische Gegenbewegung zur Modeindustrie agierten, verstanden Wally Salner und Johannes Schweiger ihr Label als konzeptuelles Projekt zur »Infiltrierung und Subvertierung von Oberflächen« und als Form künstlerisch-queerer Politik zur Veränderung individueller und gesellschaftlicher Körper.

Eine neue Rechte hat nun das Programm der semiologischen Guerilla für ihren Einsatz gegen eine angeblich linke Hegemonie appropriiert. Rechtsidentitäre Bobos engagieren sich nachbarschaftlich bei der Begründung von Innenhöfen. Pop-Art-T-Shirts mit NS-Ikonen – im Selbstzitat »gerne provokant und politisch unkorrekt« – werden mit »aisthesis«-Vokabeln bildungsbürgerlich intellektualisiert. Neurechte Autoren schildern den »kerndeutschen Schick« eines Designers oder erklären Schals mit seriellen Siebdruckmotiven von Wehrmachtsflugzeugen im Pop-Art-Stil zur »konservativen Mode«. Popkultur und modisches Styling sollen rechtsradikale Bewegungen salonfähig machen.

Dass Ende 2017 »fesch, konservativ, jung und reaktionär« wieder auf einer breiten Bühne in einem Atemzug genannt werden, die AfD den Deutschen

Bundestag »rocken« will und es laut dem CSU-10-Punkte-Programm »sexy« sei, wider vermeintliche Denkverbote einer linken Meinungspolizei die konservative Stimme gegen Migranten und Religionsfreiheit zu erheben, ist ernüchternd. Auf die Façon einer politischen Rechten, den Tabubruch – über den sich die Fans hämisch amüsieren – als Provokation genauso im Voraus zu berechnen wie dessen anschließendes Dementi, bezieht sich auch der jüngst von Armin Turnher, dem Mitbegründer und Chefredakteur des Wiener »Falter« in die Debatte gebrachte Begriff des »Neofeschismus«. Als »Neofeschisten«, der von einem »neuen Stil« spricht und dabei den humanitären Konsens gebrochen hat, auf dem Rücken von Migrant*innen und Geflüchteten keine Politik zu machen, bezeichnet Turnher nach der Wahl den österreichischen Bundeskanzler Sebastian Kurz.

Dass »fesch« – kulturhistorisch betrachtet – im Kern des Ausdrucks auch politische Gesinnung bezeichnet, macht ein etymologischer Rückblick auf »fashion« deutlich, das als Kürzel des englischen Begriffs »fashionable« in der Bedeutung von modisch, hübsch, flott, sportlich, trendy und chic in die deutsche Sprache migrierte. Als Lehnwörter des französischen »façon« – Bearbeitung, Machart, Manieren und Gehabe – stehen das Englische »fashion« genauso wie sein deutsches Pendant »fesch« etymologisch der »faction« nahe: dem politischen Habitus einer Parteiengruppe bzw. wie hier im konkreten Fall einer Fraktion mit rechter Gesinnung.

91

Mit der Imagekampagne »Türkis ist das neue Schwarz« verschob Kurz den Farbton der ÖVP nach Rechtsaußen in Richtung FPÖ-blau oder auch AfD-hellblau. Dass Kurz sich an die Mode des rechtsautoritären Populismus angeschlossen hatte, konstatierten Kritiker schon bei seinem Auftritt als Redner im blauen »Slim-fit«-Anzug auf einer Bühne zum Wahlkampfauftakt in der Wiener Stadthalle, bei dem er, umringt von einem Massenornament aus zehntausend großteils türkis gekleideten Fans, den Blasmusikklangen einer türkisen Trachtenkapelle und vielen wehenden Nationalflaggen zum Superstar aufgebaut worden war. In dieser durch ein Set blauer Laserstrahlen im »göttlichen Licht« illuminierten Masseninszenierung sahen Kritiker nicht nur die Vermischung von Reichsparteitag und Scientology Church, sondern die Grenzen zum Faschismus definitiv überschritten und Kurz antizipatorisch bereits in die Sphäre neo-autoritärer Führer à la Trump, Putin oder Orban abgedrftet.

Lesen lässt sich diese Szene auch als Versuch, an den von Rechtspopulisten als »Lichtgestalt« verehrten, verstorbenen FPÖ-Politiker Jörg Haider anzuknüpfen. Durch die Linse von Susan Sontags (1973) Ausführungen zum »Faszinierenden Faschismus« betrachtet, ging es auch bei Haiders Bestreben, Pop und Rechtspopulismus zusammenzuziehen, darum, sich das Image eines Popstars mit faschistoiden Ästhetiken, neonazistischen Groupies und braunen Unterströmungen aufzubauen. Haider selbst war bereits um die Jahrtausendwende mit dem Begriff des »Feschismus« beschrieben worden, der sich auf dessen – mit

reaktionären Äußerungen gepaarten – mode- und körperbetonten Männlichkeitskult bezog. Wechselweise präsentierte Haider in den Medien seine neueste Garderobe oder seinen nackten ›anständig-tüchtigen‹ Oberkörper.

Die Hollywood-Sparte der ultra-rechten (Falsch-)Nachrichten-Website Breitbart wiederum, die Steve Bannon 2016 im Schulterchluss mit der europäischen populistischen Rechten zum Sprachrohr der ›alt-right‹-Bewegung formierte, geht auf deren Leitprinzip zurück, dass Populärkultur das politische Klima mehr beeinflusse als umgekehrt. Auch in deutschsprachigen neurechten Organen gibt es vereinzelt Ansätze, sowohl Popkultur als auch deren theoretischen Diskurs aktiv und identitär mit dem rechten Denken und Leben zu verknüpfen.

Rechte Kulturkritik, so ein Plädoyer unter der Überschrift ›Vom Wahren im Falschen. Kulturkritik und Pop‹ (›Sezession‹, 10/2014) solle sich weder Kulturpessimismus noch Popkulturvergötzung oder elitären Affekten hingeben, sondern Figuren wie etwa Heisenberg aus ›Breaking Bad‹ als Beispiele für die ›Wiederentdeckung einer archaischen, amoralischen Männlichkeit‹ erkennen und politisch nutzen. Für den vom Bildungs-Imponiergehabe alt-professoraler Ordnung durchdrungenen Text ist dies freilich eine ziemlich mickrige Quintessenz: ›Mad Man‹ solle die Schönheit der konservativen Gesellschaft unters Volk bringen und ›Breaking Bad‹ die Gewalt als ›Tour de Force‹.

In seiner Wortwahl zielt der rechte popkulturelle Leitspruch ›Vom Wahren im Falschen‹ darauf ab, eine bestimmte Aura zu schaffen. Suggestiert werden soll, dass die Wörter ›ein Höheres sagten, als was sie bedeuten‹, wie Theodor W. Adorno 1964 den ›Jargon der Eigentlichkeit‹ charakterisierte. Mit Adorno betrachtet, spiegelt sich das Fortbestehen nationalsozialistischer Ideologien unter deutschen Eliten nach 1945 in einer Sprache wider, die ›nach dem faschistischen Brauch [...] das Plebizitäre und Elitäre weise mixt‹. Zum Duktus der Rechten nach 1945 schreibt Adorno ebenfalls in seinem Buch zum ›Jargon der Eigentlichkeit‹, dass deren Sprache dem Faschismus Asyl gewährt habe: ›in ihr äußert das fortschwellende Unheil sich so, als wäre es das Heil.‹

Blickt man wiederum zurück auf Adornos und Horkheimers Skepsis gegenüber der Kulturindustrie, so war diese durch das Erleben des faschistischen Terrors und des Holocaust in Deutschland und Europa geprägt und von dem Anliegen geleitet, zur Analyse faschistischer Herrschaft und dem Entstehen einer Welt ohne Totalitarismus beizutragen. Darum stellt sich aktuell die Frage, warum sich Popakademiker*innen in Schweigen hüllen, wenn Rechtsintellektuelle wie Caroline Sommerfeld-Lethen prominent ›Mit Linken leben‹. Ihren ›Beispielhaften Ehekampf um die Diskurshoheit‹ (›SZ‹, 12.10.2017) setzt sie kapital in Szene, währenddessen er (Helmut Lethen) sich öffentlich als Nichts-Sager positioniert: ›Sie können ruhig schreiben, dass ich mich in buddhistisches Schweigen hülle.‹ (›SZ‹, 12.10.2017)

Sehr beredt und präsent hingegen die neue Rechte. In den USA hielt die ›Washington Post‹ (22.08.2017) nach den rechtsextremen Ausschreitungen in Charlottesville fest: ›Fashion has been weaponized‹. Immer mehr weiße Nationalisten begreifen Mode und Kleidung als ›Waffe‹. Bei US-neonazistischen Fackelmärschen kleiden sich Männer in Fred-Perry-Poloshirts, Khakihosen, sauberere GAP-Jeans und Hemden mit Krägen, um (gleich einer Camouflage) als Teil des Mainstreams aufzutreten – und Breitbart erklärte im September 2017 Mode und Modekritik sogar ausdrücklich zum politischen Kampffeld.

Schon die Angelobungs-Zeremonie von Präsident Trump und die Frage, welche Designer*innen die First Lady einkleiden würden, hatten in den USA zu Beginn des Jahres 2017 zu außergewöhnlichen politischen Stellungnahmen geführt. Dolce & Gabbana, Calvin Klein, Tommy Hilfiger, Carolina Herrera erklärten, dass sie bereit wären, die Inaugurationsroben für Melania Trump zu liefern. Im Gegensatz dazu taten Marc Jacobs, Tom Ford, Kenzo, Sophie Theliat und Philip Lim öffentlich kund, dies nicht zu tun, währenddessen Vera Young oder Jeremy Scott ein ›May be‹ äußerten. Trumps nationalistischer Devise ›Buy American and Hire American‹ folgend wurde das von Protestmärschen umrahmte ›inaugural weekend‹ folglich zu einem ›America First fashion moment‹ (›NYT‹, 21.02.2017), bei dem sich die Präsidentenfamilie ausschließlich bei in den USA ansässigen Herrenausstattern und Designer*innen einkleidete: Brooks Brothers, Hervé Pierre, Norisoll Ferrari, Reem Acra, Oscar de la Renta, Carolina Herrera und in erster Reihe Ralph Lauren, in dessen hellblauem Kostüm Ex-Model Melania das ›Camelot-Inaugurations-Outfit‹ Jacqueline Kennedys aus dem Jahr 1961 zitierte.

Bei der New Yorker Fashion Week im Februar 2017 folgten daraufhin die meisten Modelabels dem Aufruf ›#TiedTogether‹ von businessoffashion.com, trugen weiße Bandana-Tücher als Zeichen gegen Intoleranz und Spaltung und appellierten daran, das UN-Flüchtlingshilfswerk (UNHCR) und die American Civil Liberties Union (ACLU) zu unterstützen. Dem folgte eine weitere Welle von Positionierungen, bei denen sich nicht nur die Labels Fred Perry und New Balance von den weißen Nationalisten distanzieren, die ihren Stolz für deren Marken erklärt hatten, sondern sich selbst Reebok soweit aus dem Fenster wagten, den US-Präsidenten für dessen sexistische Kommentare zu rügen.

Zu einem unerhörten Angriff der ›Oppositionsmedien‹ auf rechte ›Make America Great Again‹-Nationalisten stilisierte Breitbart schließlich das September-Cover der ›Vogue‹. Unter der Titelüberschrift ›American Beauty‹ wurde hier ein Bild der Modefotografin Annie Leibovitz von der Schauspielerin Jennifer Lawrence vor der Freiheitsstatue publiziert. Breitbart reagierte darauf unmittelbar mit der Ankündigung, die rechte Schatten-Kulturindustrie zu stärken und nun eine eigene Moderubrik einzurichten. Modekritik mit dem Hass auf ›Fremde‹ zu verbinden und Klassifikationen des Schönen und Hässlichen entlang der Kategorien Ethnizität und politischer Gesinnung auszusprechen,

diese Rolle nimmt auf Breitbart aktuell der für seine journalistischen Angriffe gegen Immigranten ausgewiesene Redakteur John Binder ein. Als Chronist von Melania Trumps Designeroutfits und Celebrity-Galas steht für ihn die »Ultra-Weiblichkeit« der First Lady »zwischen Hure und Heilige« auf dem obersten Rang, gefolgt von blonden, blauäugigen Pro-Trump-Frauen, die Binder in neonazistischer Façon als »schön« beurteilt, während er people of color, linksliberale Frauen, oder diejenigen, die Hillary Clinton ähneln, als hässlich bewertet. Heftig dementiert von der Modezeitschrift »W Magazine«, die Binder jegliche Qualifikationen zum Modekritiker absprach, titelte die »New York Times« im November 2017, dass Breitbart nun seinen Modekritiker gefunden habe. Schnell versammelten sich unter dem Hashtag »breitbartfashion« auf Twitter satirische Bilder und der Vorschlag, dass ein neues ultrarechtes Modemagazin doch »FASCION« heißen könne.

Die »austriakische Version von Breitbart« (»SZ«, 26.09.2017) ist seit September 2017 online. In Anzug, Krawatte und mit Burschenschaftslatein – »Quo Vadis Veritas« –, dreht sich auf dieser von Red-Bull-Magnat Mateschitz finanzierten Plattform alles um »Fakten« im Kontext von »faction« und Gesinnung. In der Fusion reaktionärer neoliberalistischer, konservativer und rechter Kräfte wurde unter dem Titel des lateinischen »Edelsubstantivs« »addendum« ein Sprachrohr der neuen Rechten geschaffen. Die Themenschwerpunkte lauten etwa: »Asyl. Ein Konzept von gestern?« und »Ist Demokratie wirklich eine so gute Idee?«.

