

Männer im Farbrausch

Von Mango bis Koralle – die neue Frühjahrsmode wird bunt. Können Männer derart „feminine“ Farben tragen? Wenn ja, wie? Und was hat die Französische Revolution damit zu tun? Von Diana Wieser

Kaum auf der Welt, fängt die Konditionierung an: Mädchen werden in rosa Strampler gesteckt, Jungs in blaue. Später steht Frauen modisch die ganze Palette des Regenbogens offen, während Männer überwiegend in gedeckten Tönen zwischen Anthrazit, Dunkelblau und Khaki durchs Leben schleichen. Hauptsache praktisch und seriös, dabei bloß nicht auffallen. Mit ihrem farblichen Schattendasein stehen die männlichen Vertreter der Gattung Homo sapiens ziemlich alleine da. Von der Löwenmähne über das Pfauenrad bis zum Federkleid sind es im Tierreich meist die Männchen, die ihr Aussehen bunter und üppiger inszenieren. Was ist also bei den Menschen anders gelaufen?

Die historische Antwort: zunächst einmal gar nichts. Bis zum 18. Jahrhundert trennte Mode nicht die Geschlechter, sondern die Stände. Wer Farbe trug, hatte die Macht. Welche wiederum männlich konnotiert war. Das fängt bei der Kriegsbemalung an, führt über prächtig verzierte Königsroben bis hin zur Rokokozeit. Hier tanzten Grafen und Herzöge in Perücken, bestickten Pantoffeln und Rüschenhemden modisch Seite an Seite mit ihren Begleiterinnen durch Versailles. Farben waren kostbar, mussten aufwändig hergestellt werden, ob durch gemahlene Edelsteine, Blüten oder Purpurschnecken. Kein Wunder, dass „Königsblau“ und „Bischofswurde“ Adel und Klerus vorbehalten blieben, während sich das Volk in farbloses Sackleinen hüllte. Doch im Jahr 1789 folgte ein Ereignis, das die Männermode bis heute geprägt hat: die Französische Revolution.

In Anlehnung an die „Great French Revolution“ bezeichnete der englische Psychologe John Carl Flügel diesen Einschnitt als „Great Male Renunciation“. In seinen 1930 erschienen Studien zum Thema „Psychologie der Kleidung“ erörtert er die Gründe des „großen männlichen Verzichts in der Mode“. Mit den politischen Umwälzungen der Französischen Revolution kam der Ruf nach Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit. Um Klassenunterschiede abzubauen, wurde die Männermode einfacher und uniformer. Daraus entwickelte sich der klassische Herrenanzug. Der moderne Mann definierte sich über seine Arbeit, nicht über sein Aussehen. Schmückende Elemente wie Farben, Formen und Verzierungen blieben der Frauenmode vorbehalten.

Dandys, Schauspieler, Musiker oder Freidenker, die nicht in die klassischen Gewerbe des industriellen Zeitalters passten, waren die einzigen heterosexuellen Männer, die sich diesem Modediktat teilweise zu entziehen wussten. Sie waren es auch, die um das Jahr 2000 den Gegentrend setzten. Mittlerweile herrschten andere Rahmenbedingungen vor: Frauen hatten sich ihren Platz in der Arbeitswelt erobert, trugen Herrenanzüge und Jeans, Stars wie Madonna hielten sich „Toy Boys“, trainierte Sixpacks kokettierten auf den Titelseiten von Männermagazinen. Höchste Zeit für den metrosexuellen Mann. Mit ihm kam die Farbe zurück. Fußballstar David Beckham



Grau war gestern, heute besticht die Männermode durch Farbe (von links): Kreation in Rot-Tönen von Berluti, bunter Pulli von Kenzo, gewagtes Streifen-Ensemble von Versace. Fotos: Francois Guillot/afp; Anne-Christine Poujoulat/afp; Andreas Solaro/afp

war einer der ersten, der Poloshirts in Pink trug.

2019 könnten Farben nun endgültig ihren großen Durchbruch in der Männermode feiern. Auf dem Cover der Januar Ausgabe des Männermagazins „GQ“ ist Oscarpreisträger Eddie Redmayne in einem rosafarbenen Anzug samt gleichfarbigem Hemd plus Krawatte abgebildet. Passend dazu die Titelseite: „Gentleman für eine neue Zeit“. Popstar Justin Bieber macht gerade bunte Bandanas für Männerfrisuren salonfähig, Schauspieler Lars Eidinger, vom Deutschen Mode-Institut zum „Krawattenmann des Jahres“ gewählt, trägt schon seit 20 Jahren gerne Nagellack.



Image-Coach Andreas Weinzierl (links) hilft Männern, ihren Stil zu finden.

Der Farbtrend kommt langsam im Mainstream an. Image-Coach Andreas Weinzierl aus Landshut bestätigt: „Der Modedrehling und -sommer wird auch für Männer ganz schön bunt.“ Als Beispiele nennt er die aktuellen Pantonefarben wie Fiesta und Jester Red, Mango, Aspen Gold und Lemon Verbena sowie den Pantone-Farbtönen des Jahres „Living Coral.“ Männer können also beherzt zu Farben greifen. Der Farb- und Stilberater empfiehlt die Töne für den Freizeitlook, Männern in Kreativberufen dürfen auch mal ein Oberteil in dieser Farbe tragen. Entscheidend sind die passenden Kombinationsfarben. „Zu einem dominanten Rot harmonieren Weiß, Altrosa, Schwarz oder Nude.“ Ein orangefarbenes Oberteil lasse sich gut mit weißen, schwarzen oder olivgrünen Hosen kombinieren. Auch von der Trendfarbe Koralle zeigt sich Weinzierl angetan. „Sie gibt dem Männeroutfit eine Portion Wärme und Sommer und ist durch ihren pastelligen Unterton im Vergleich zu Rot und Orange eine eher dezentere Farbe.“

Neben passenden Kombinationsfarben kommt es vor allem darauf an, die Farben zu tragen, welche zur persönlichen Haut-, Haar- und Augenfarbe passen. Männer sehen Farben jedoch häufig nicht im Gesamtkontext. Ein Tipp vom Experten: einfach beobachten, was Männer vom gleichen Körpertyp tragen. Entspre-

chende Outfits können im Modegeschäft anprobiert und nachgestylt werden. „Betrachten Sie sich ausgiebig im Spiegel und machen Sie jede Menge Fotos mit dem Smartphone. Und zwar vom gesam-

Farben sind Emotionen. Die werden hier leider nicht so gerne gesehen.

Andreas Weinzierl
Stilberater

ten Körper mit Gesicht.“ Danach eine kleine Kaffeepause einlegen, die Fotos in Ruhe betrachten. Der Experte ist sicher: „Die richtigen Looks werden Sie im Vergleich sofort erkennen.“

Sind die passenden Typ- und Kombinationsfarben gefunden, gilt es, den Anlass zu hinterfragen. Im klassischen Businessbereich sei es besser, sich von den Farben Rot, Orange, Grün oder Gelb zu distanzieren.

Müssen sich viele Männer bei uns erst langsam an die neue Farbvielfalt heran-tasten, sieht es in Ländern wie Italien ganz anders aus. „Südländische Männer sind viel offener in punkto Bekleidung.“ Sie haben erkannt: Farben sind Emotionen! „Die werden hierzulande leider nicht so gerne gesehen.“ Stattdessen herrschen eher pragmatische Ansätze vor. Viele hätten Angst, etwas falsch zu machen, zudem gebe es ein großes Wissensdefizit über die Wirkung von Farben. Das sei schade, weil viele Männer so nie dazu kämen, ihre modische „Schokoladenseite“ auszuleben. Mit seinen individuellen, passenden Farben zu experimentieren, mache sich bezahlt: „Dies wird neue Erfahrungen, neue Kontakte und neue Erfolge mit sich bringen“, sagt der Farb- und Stilberater.

Farben wirken, betonen verschiedene Facetten der Persönlichkeit. Warum sollten sich Männer im Zuge der Gleichberechtigung und des Gender-Mainstreamings nicht wieder dieser Wirkung bedienen? Die Zeit dafür scheint reif: Der Schauspieler Orlando Bloom, der den GQ Award in der Kategorie Style erhielt, widmete seinen Preis allen Männern „die rauswollen aus der klassischen Männer-Box“. Wer zu diesen „Gentleman für eine neue Zeit“ gehören möchte, darf sich modisch und farblich frei ausleben. Also: Trau dich, Mann!

Auch das noch

Rudern ist das neue Spinning

So wie Spinning – also das Power-Radeln auf speziellen, stationären Bikes – im Jahr 2010 Fitness-Ruhm erlangte, wird 2019 Rudern im Trockenen in den Fokus rücken. Immer mehr „Boutique Ruderstudios“ erobern die Fitnesslandschaft und das bescheidene Rudergerät bekommt immer mehr Aufmerksamkeit in Kursplänen. Rudern hat den Vorteil, dass es auf eine große Anzahl von Muskelgruppen des Körpers ausgerichtet ist. Das Ganzkörpertraining auf dem Ruder-Ergometer wirkt auf die Beine, auf Rumpf und Arme. Genau wie beim Radfahren können Rudern mit pulstreibender Musik kombiniert und die Intensität an die Kondition des Ruderers angepasst werden, so dass es schwieriger, aber auch abwechslungsreicher wird.

Die Hüftjeans ist wieder da

Die besonders tief sitzenden Hüftjeans erleben ein modisches Comeback. Wer Anfang der 2000er Jahre Teenager oder Erwachsener war, muss aber nicht gleich Schnappatmung bekommen – es wird nicht noch mal so schlimm wie damals. Wie die Modeexperten der Zeitschrift „InStyle“ erläutern, nennt sich die Hüftjeans nun „Low Rise Jeans“. In den späten 1990ern und frühen 2000ern saßen sie teils so tief, dass sie nicht nur einen Bauchfrei-Trend auslösten und Tangas hervorblitzen ließen, sondern auch zu einem Hype der sogenannten Arschgelei-Tattoos am Steißbein führten. Aktuell wird die Jeans zum Beispiel mit Badeanzügen statt Tops kombiniert. Oder es werden Shirt und Pulli in den Bund gesteckt.

Tätowierungen gut überlegen

Tätowierungen lassen sich per Laser entfernen – das hinterlässt aber womöglich dauerhafte Spuren. So können bei dem Eingriff Reste zurückbleiben, die Kontaktallergien auslösen oder die Haut permanent verändern, warnt der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte. Spurlos rückgängig machen lässt sich die Entscheidung für ein Tattoo also nicht. Aus diesem Grund sollten sich junge Leute nach Ansicht der Experten daher noch gar nicht tätowieren lassen. Und auch Ältere sollten sich vor dem Gang ins Tattoo-Studio ausführlich über die gesundheitlichen Folgen informieren. Jugendliche unter 18 Jahren brauchen zudem eine Einwilligung der Eltern, bevor sie einen Vertrag mit einem Studio abschließen können.

Wellness-Kur für die Haut

Ampullen und Seren versorgen die Gesichtshaut mit hochkonzentrierten Wirkstoffkombinationen. Sie werden meist eingesetzt, wenn die tägliche Pflegeroutine nicht ausreicht, erläutert Birgit Huber vom Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW). Für beide Präparate gilt, dass sie ihre Wirkung am besten nach einer gründlichen Reinigung entfalten. „Dann ist die Haut am aufnahmefähigsten.“ Während Ampullen in der Regel für die einmalige Anwendung mit Soforteffekt oder einen kurzen Zeitraum als Kur gedacht sind, könnten Seren als Ergänzung in die tägliche Pflegeroutine integriert werden, erklärt Huber. Wer täglich einmal zu der Pflege greift, sollte die Produkte abends anwenden.

Zahl der Woche

1,2

Milliarden Flaschen werden in Deutschland jährlich entkorkt, aber nur zehn Prozent der dabei anfallenden Korken werden recycelt. Dabei ist Kork ein wertvolles Produkt, das sich zum Beispiel als Trittdämmung in antiken römischen Sandalen genauso findet wie als Hitzeschutz im Space Shuttle. Als gediente Korken können zu Dämmgranulat verarbeitet werden. So unterstützen Weintrinker den ökologischen Hausbau! Der Naturschutzbund hat deshalb die KORKampagne gestartet. Vom Verkaufserlös der gesammelten Korken sollen Kranichprojekte unterstützt werden – in Spanien, der Heimat der Korkeichen (Sammelstellen unter nabu.de).