



Dezember 2024

COSTUMED

-

CROWDS

HOW
FEEL

METHOD
PART

DRESSING
OF

MAKES US
SOMETHING

Impressum

&zine – Depot für Wandel
Vol. 3 / 2024

Herausgeber
Trends & Identity

Autor:
Ciriaco Limongelli,

Modul:
The Politics of Pleasure

Leitung:
Judith Mair

Table of Contents

Einleitung	-	4
Hindsight	-	11
Insight	-	20
Foresight	-	27
Editorial	-	30
Quellen	-	31

Beobachtet man aktuell die Besucher:innen grosser Konzerttourneen, fällt auf, dass Fans in teils sehr ausgefallenen, aufwendig gestalteten und oft einander ähnelnden Outfits erscheinen, die auf das jeweilige Event abgestimmt sind. Während sich bei den Swifties Freundschaftsbändchen bis zum Ellbogen stapeln, sorgt der sogenannte Beehive von Beyoncé in Texas für einen Engpass an silbernem Lycra-Stoff – aufgrund ihrer Renaissance-Tour. Es scheint, als habe sich der Trend des Method Dressings, der bisher vor allem unter Schauspieler:innen beliebt war, auf das Publikum übertragen: Kleidung wird immer mehr zu einem zentralen Bestandteil des Gesamterlebnisses. Doch dieser Trend beschränkt sich längst nicht mehr auf Stadionevents. Auch bei kleineren Konzerten,

etwa von Gracie Abrams oder Chappell Roan, liegt ein grosser Teil des Vergnügens im aufwendigen Styling und dem Erscheinen in Outfits, die bewusst mit einem bestimmten Motto im Hinterkopf gewählt wurden. Die damit verbundene Euphorie, sich thematisch passend zu kleiden, greift zunehmend auch auf andere Lebensbereiche über. Ein prominentes Beispiel dafür ist der Barbie-Film, der im Juli 2023 pink leuchtende Kinosäle füllte und als „Barbiecore Summer“ Kultstatus erlangte. Das aktuelle Pendant dazu ist der Brat Summer, der die popkulturelle Welt regelrecht in Grün taucht.

Doch wie weit kann der Trend des Method Dressings gehen? Wo entstehen durch textile Codierungen Zusammengehörigkeit – und wo möglicherweise Abgrenzungen?







**«It's like a
funereal. You
respect the dress
code. But it's
not black, and
usually not sad.»**

Ciriaco Limongelli about
attending a concert



Geheimsprachen im Pop

Das sogenannte Method Dressing, das im übertragenen Sinn als Erweiterung des Method Acting betrachtet werden kann, ist eine gängige Promotionsstrategie, um die Reichweite von Filmen zu erhöhen. Ziel ist es, einen viralen Fashion-Moment in der heutigen, immer schnelllebigeren Internetlandschaft zu schaffen. Diese Methode scheint zunehmend zum Industriestandard zu werden. Besonders bei weiblichen Schauspielerinnen erwartet das Publikum die vollständige Off-Stage-Transformation in die verkörperte Rolle mittlerweile fast schon als Selbstverständlichkeit. Doch das Publikum findet so grossen Gefallen daran, dass immer mehr Fans von Filmen, Musik

und popkulturellen Medien sich beteiligen wollen, wodurch die Grenzen zwischen Bühne und Publikum zunehmend verschwimmen.

Kleidung als Mittel, um die eigene Wahrnehmung gezielt zu steuern, ist eine weitverbreitete Praxis. Manche nutzen diese bewusster als andere. Musik war und wird zudem immer ein einflussreiches Medium sein, das Kultur, Mode und Modetrends prägt. Fans haben seit Anbeginn der Fankultur das Bedürfnis verspürt, ihre Zugehörigkeit zu ihren geliebten Künstler:innen zu zeigen, durch Kleidung oder Merch sichtbar für andere Anhänger:innen der Community zu werden und dies über ihren Look zu kommunizieren.



Doch im Kontext der Fankultur und des Celebrity Worrhippings wird die textile Ausstattung als Werkzeug des Selbstausdrucks auf ein völlig neues Level gehoben. Dies hebt den Trend des Method Dressings deutlich vom gewohnten Motto-Dressing ab. Es scheint nicht mehr auszureichen, die Musik seiner Lieblingskünstler:innen nur im Ohr zu haben – sie muss zunehmend auch ihren Platz im eigenen Kleiderschrank finden. Dabei stellen sich zentrale Fragen: Wie weit wird sich diese Trendwelle der vermeintlichen Selbstinszenierung noch entwickeln? Warum ist sie gerade jetzt so dominant? In welche weiteren Bereiche lässt sich dieser Trend übertragen? Und was sagt es über den Zustand unserer Gesellschaft aus, dass Menschen ein so starkes Bedürfnis haben, sich regelrecht zu verkleiden?

Geht man aktuell zu einem Sabrina Carpenter Konzert, sollte man sich vielleicht im Voraus darauf gefasst machen, nicht nur ein Konzert zu besuchen, sondern die wohl grösste und auch ausgefallenste Pyjamaparty der Welt. Pastellfarben und Negligés mit Herzausschnitten, soweit das Auge reicht. Die Fans inszenieren sich selbst mithilfe von Modischen Statements als verschiedene Archetypen des sogenannten Carpenter-Universums und referenzieren unterschiedliche Aspekte ihrer Musik. Die Songtexte erwachen in Form von konzeptionell durchdachten Outfits zum Leben und zollen Tribut/Homage an dem popkulturellen Phänomen von welchem die Fans Teil sein möchten.





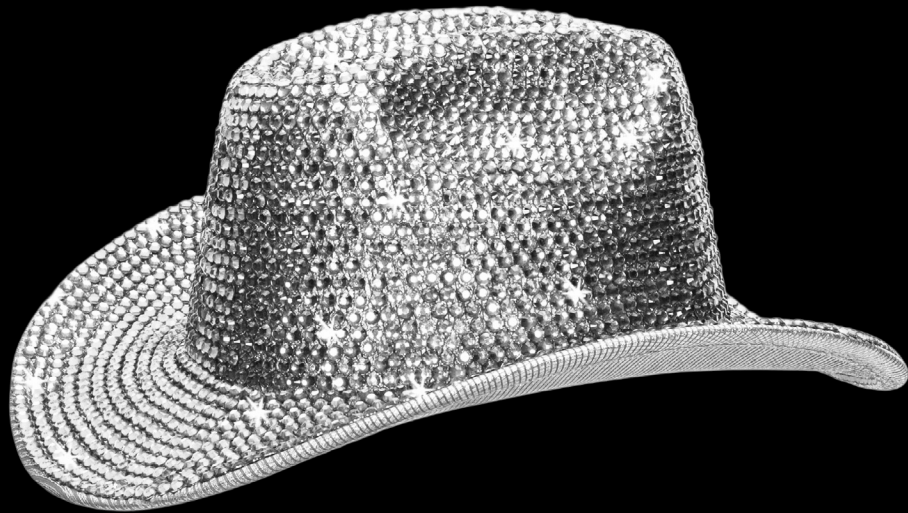
Pinke Plüschhandschellen, Espresso-tassen, Gogo-Boots und bewusst platzierte Lippenstiftabdrücke am Körper ergeben einen kohärenten Look, der unmissverständlich (zumindest für andere Fans oder Kenner:innen der Musik) aussagt: „Ich gehe zur ‚Short and Sweet‘-Tour. The vibes are immaculate, and my outfit matches the occasion.“ Es entsteht eine Geheimsprache, die komplett ohne Worte funktioniert.

Obwohl die Outfits für Aussenseitende wie aus einem Guss wirken,

sind sie untereinander stark nuanciert. Innerhalb der Fangemeinde wird die Differenzierung zwischen „Normalo“-Fans und Hardcore-Anhänger:innen immer subtiler. Denn ein auffälligeres Outfit bedeutet nicht zwangsläufig ein tieferes Verständnis oder eine intensivere Fanliebe. Stattdessen entstehen Gruppen innerhalb von Gruppen, die nicht unbedingt in Konkurrenz zueinander stehen, sondern sich vielmehr gegenseitig animieren, Teil des Method-Dressing-Trends zu werden.

Diese Beschreibung von Konzerten oder Festivals trifft derzeit auf nahezu alle Publika zu, die sich überwiegend um weibliche Musikerinnen formieren. Sei es Charli XCXs mittlerweile ikonisches Brat-Green, Olivia Rodrigos lila Teenpunk-Ästhetik oder Blumenkronen und Ferrari-Rennjacken bei einem Lana-Del-Rey-Konzert – die verschiedenen Ästhetiken beziehen sich längst nicht mehr nur auf das Musikgenre wie früher, sondern sind spezifisch auf die jeweilige Musikschafter:in oder Gruppe

ausgerichtet. Dadurch entstehen mehr Abstufungen und Nuancen innerhalb der einzelnen Subkulturen und ihrer modischen Statements als je zuvor. Die Teilnehmenden signalisieren der Welt: „Ich bin nicht einfach nur Fan von Popmusik. Ich bin Fan dieser einen ganz bestimmten Popmusik.“ Die hierbei bewusste Nutzung von Kleidung, um sich selbst als integralen Bestandteil des Events zu fühlen, hebt sich auf aussergewöhnliche Weise vom herkömmlichen „Konzert-Outfit“ ab.



**«Would it be
weird not to
dress up?»**

Reddit User in a
Chappell Roan subreddit



Zugehörigkeit, Girlhood und Spass

Aber warum? Warum sind Fans derzeit bereit, sich derart ins Zeug zu legen? Ein kurzer Blick in die Kommentarspalten auf TikTok liefert eine einfache Antwort: „It’s just a lot of fun.“ Doch so ganz zufriedenstellend ist diese Erklärung nicht. Der Grund, weshalb die Messlatte in Sachen Fashion according to the Occasion in so kurzer Zeit so hoch gestiegen ist, lässt sich vermutlich auf verschiedene Trendphänomene aus unterschiedlichen Bereichen zurückführen.

Das Phänomen der sogenannten Costumed Crowds kann als das Ergebnis zahlreicher Entwicklungen – sowohl in der Modewelt als auch in soziologischen Diskursen rund um Feminismus und Geschlechterstereo-

typen – verstanden werden. Gleichzeitig spiegelt es die neu entdeckte Freude vieler Menschen wider, im echten Leben Teil einer Gemeinschaft zu sein – etwas, das aufgrund der fast zweijährigen Lockdowns lange Zeit nicht möglich war. Das Verlangen, eigene Interessen, die lange Zeit hauptsächlich online ausgedrückt wurden, mit der Realität zu verschmelzen, wird dabei immer stärker sichtbar.

Doch eins nach dem anderen. Wie bereits angedeutet, fällt der Trend des Method Dressings vor allem in Konzertcrowds auf, die sich um weiblich codierte Musiker:innen oder in Gruppen mit überwiegend weiblichen und queeren Menschen versammeln. Angesichts der Tatsa-





che, dass wir uns aktuell in einer sogenannten Girl Economy befinden, macht es Sinn, dass Method Dressing genau bei diesen Gruppen besonders häufig beobachtet werden kann. Neben Internetrends wie Girl Math, Girl Dinner oder dem Wiederaufleben des ikonischen No-Doubt-Song-texts „I’m just a Girl“, um nur einige wenige zu nennen, floriert derzeit auch die Verniedlichung und Verkindlichung nahezu jedes Lebensaspekts. Diese Bewegung greift stereotype, oft kindliche oder spielerische Interessen wie zum Beispiel das Verkleiden auf und besetzt sie positiv neu. Solche Interessen, die klassischerweise mit Weiblichkeit assoziiert werden, erleben aktuell eine Renaissance.

Ein weiterer entscheidender Faktor ist die Rolle von Safespaces, die idealerweise judgment-free sind und Umgebungen schaffen, die durch das gemeinsame Interesse an Musik, Filmen oder auch Spielen entstehen. In diesen können sich marginalisierte Gruppen sicher fühlen und ihre Vorlieben sowie kreativen Ideen frei ausleben. Es überrascht also nicht, dass gerade bei Konzertbesuchen, Kinopremieren oder auf Anime- und Gaming-Messen ein Umfeld entsteht, das nicht nur als Nährboden für Method Dressing und auch Cosplaying dient, sondern auch eine Plattform bietet, auf der eigene Interessen und Identitäten gefeiert werden können.



Ausserdem verstärkt die „richtige“ modische Ausstattung auch das Gesamterlebnis. Nun ist es nicht mehr ausschliesslich Taylor Swift, die bei ihrem eigenen Konzert fotografiert wird. Plötzlich liegt der Fokus auch auf dem Publikum. Die oftmals sehr jungen Method Dresser:innen stehen somit nicht nur in einem engen Verhältnis zu ihrem Idol, sondern können sich auch für einen kurzen Moment wie diese fühlen. Aus dem Event, das normalerweise passiv besucht wird, entsteht ein Event, das aktiv mitkreiert wird.

Kurz zusammengefasst: Alles wird einfach ein bisschen intensiver. Die Fantasien werden vollständig ausgeschöpft. Der kurze Augenblick, in dem man als Fan aus dem Alltags-

trott ausbricht, wird durch die teils monatelange Antizipation und die Überlegungen rund um das passende, over-the-top-Outfit verlängert. Und idealerweise entsteht daraus noch ein Instagram-Post, der den Moment verewigt und der Welt mitteilt: I didn’t just attend, I fucking showed up too. Ein zentraler Bestandteil des Method Dressings ist die Selbstdarstellung in sozialen Medien. Plattformen wie TikTok, Instagram und Pinterest fördern nicht nur die Verbreitung kreativer Ideen, sondern üben durch virale popkulturelle Momente – wie etwa grosse Konzerttourneen – und Hashtags einen subtilen, aber starken Druck auf die Nutzer:innen aus, nicht nur teilzunehmen, sondern sich zugleich besonders hervorzuheben.



«Pleasure ist imateriell!»

In einer Diskussionsrunde
bei Trends & Identity



Die Ästhetisierung von Allem

So weit, so gut. Aber wohin führt uns dieser Trend? Method Dressing bei Konzerten, Partys und Filmpremieren – okay. Doch was ist mit den Menschen, die sich nicht in diesen Szenen bewegen oder sich gar popkulturellen Ereignissen entziehen?

Die Prognose lautet, dass sich Method Dressing langsam, aber stetig verbreiten wird. Was bei Konzerten oder Kinobesuchen schon zur Selbstverständlichkeit wird, könnte bald auch auf alltägliche, teils banale Bereiche des Lebens übergreifen. Erste Anzeichen dafür zeigen sich bereits im Tourismus. Jedes Jahr zum Sommerbeginn erinnern Tourist:innen, die eine Europareise planen, via Social Media daran, dass sich der

#eurosummer eine Ästhetik aus Leinwandstoffen und Oldmoney-Country-Club-Vibes bedient. Schlussendlich wird alles zunehmend zu einem „-core“, und jeder noch so kleine Aspekt einer Persönlichkeit muss vollständig ästhetisiert und mit einem gängigen Look zementiert werden.

Doch diese Entwicklung bringt auch Schattenseiten mit sich, insbesondere in Bezug auf den Kleiderkonsum und dessen ökologische Folgen. Die Modeindustrie hat bereits begonnen, auf Method Dressing zu reagieren. Passend zum Coachella sind weltweit rechtzeitig zum Festivalbeginn Kleiderstangen in den Filialen voller Bohemian-Chic-inspirierter Teile zu finden. Auch Taylor



Swifts Eras Tour blieb nicht unbemerkt: Fast-Fashion-Riesen wie Shein, Boohoo und H&M lancierten Kollektionen, die stark an die Ästhetik der Künstlerin angelehnt waren. Diese Kommerzialisierung könnte jedoch das Gefühl der Individualität, das den Trend ausmacht, untergraben. Wenn alle am Ende nicht nur etwas Ähnliches, sondern ge-

nau das Gleiche tragen, verliert der Trend einen zentralen Reiz – das kreative Ausleben persönlicher Interpretationen.

Hinzu kommt, dass der ständige Drang nach auffälligen Outfits die Nachfrage nach Modeartikeln und Fast Fashion weiter antreibt. Die Vorstellung, dass Mode nur für den Moment zählt, fördert ein Konsumverhalten,

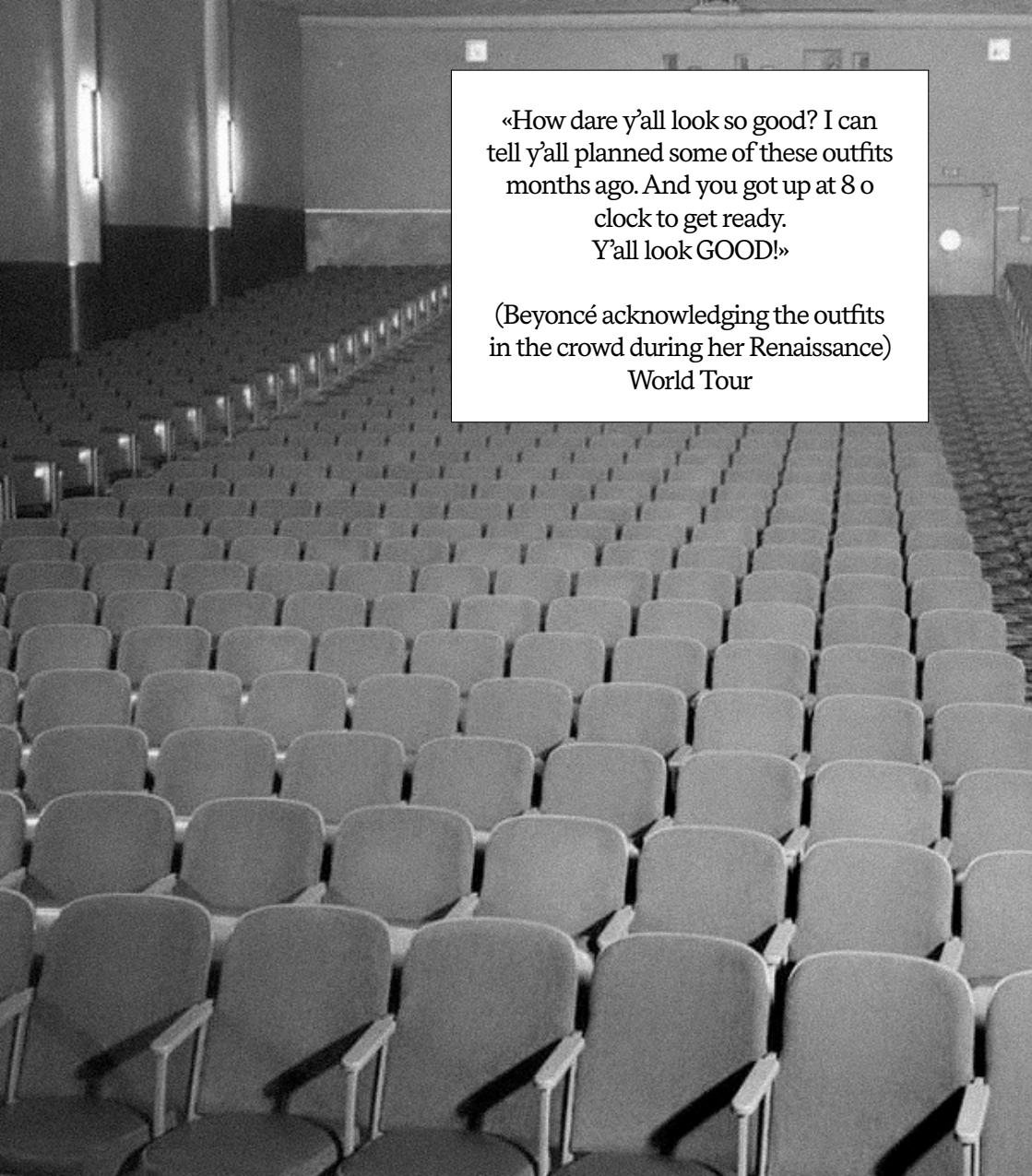
das die Umwelt massiv belastet. Vielen Fans ist diese Problematik bewusst.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Method Dressing eine kulturelle Entwicklung darstellt, die unser Verständnis von Mode, Identität und Gemeinschaft verändert. Der Trend stärkt zwar das Gefühl von Kreativität und Zugehörigkeit, wirft jedoch dringende Fragen zu

Nachhaltigkeit und Konsum auf. Ob sich dieser Trend weiter ausbreitet oder durch seine eigenen Widersprüche gebremst wird, bleibt abzuwarten.

Die 14 &zines explorieren und illustrieren 14 Microtrends, die sich im Kontext der Pleasure Renaissance mit gegenwärtigen Praktiken des Vergnügens auseinandersetzen. Jedes &zine gibt einen Einblick in die Motive und Kontexte, die einen der 14 Microtrends prägen. Es versammelt Phänomene, in denen Microtrend sichtbar wird und skizziert wie er sich zukünftig entwickeln könnte.

[HTTPS://WWW.ELLE.DE/FASHION-MODETRENDS-METHOD-DRESSING-TREND-SOMMER-2024](https://www.elle.de/fashion-modetrends-method-dressing-trend-sommer-2024)
[HTTPS://WWW.VOGUE.COM/ARTICLE/ENOUGH-WITH-THE-METHOD-DRESSING](https://www.vogue.com/article/enough-with-the-method-dressing)
[HTTPS://WWW.DIEPRESSE.COM/18808134/STILKOLUMNE-SCHLUSS-MIT-METHOD-DRESSING](https://www.diepresse.com/18808134/stilkolumne-schluss-mit-method-dressing)
[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/MODERNGURLZ](https://www.youtube.com/moderngurlz)
[HTTPS://BELLEVUE.NZZ.CH/STIL-DESIGN/MODE/METHOD-DRESSING-DIE-STARS-IM-FILM-LOOK-AUCH-VOR-UND-NACH-DEN-OSCARS-LD.1814360](https://bellevue.nzz.ch/stil-design/mode/method-dressing-die-stars-im-film-look-auch-vor-und-nach-den-oscars-ld.1814360)
[HTTPS://WWW.VOGUE.DE/ARTIKEL/METHOD-DRESSING-HOLLYWOOD-STARS](https://www.vogue.de/artikel/method-dressing-hollywood-stars)
[HTTPS://WWW.HARPERSBAZAAR.COM/UK/FASHION/STYLE-FILES/G28432390/RED-CARPET-DRESSING-CHARACTERS-MOVIES/](https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/style-files/g28432390/red-carpet-dressing-characters-movies/)
[HTTPS://EDITION.CNN.COM/2024/11/11/STYLE/WICKED-CYNTHIA-ERIVO-ARIANA-GRANDE-METHOD-DRESSING/INDEX.HTML](https://edition.cnn.com/2024/11/11/style/wicked-cynthia-erivo-ariana-grande-method-dressing/index.html)
[HTTPS://NUMERO.COM/EN/FASHION/WHAT-IS-METHOD-DRESSING-OR-THE-ART-OF-EMBODIMENT-A-CHARACTER-TO-PROMOTE-A-FILM-2/](https://numero.com/en/fashion/what-is-method-dressing-or-the-art-of-embodiment-a-character-to-promote-a-film-2/)
[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/ALYSSAOH](https://www.youtube.com/alyssao)



«How dare y'all look so good? I can
tell y'all planned some of these outfits
months ago. And you got up at 8 o
clock to get ready.
Y'all look GOOD!»

(Beyoncé acknowledging the outfits
in the crowd during her Renaissance)
World Tour