generiere der Kunde, ihre Erfüllung liege beim Angestellten. Das verlangt dem Angestellten ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft ab für einen Bereich, der in seiner Stellenbeschreibung aller Wahrscheinlichkeit vernachlässigt wird. Um herauszufinden, was lapidar als „guter Geschmack" oder auch als „Angemessenheit" und „Gespür" bezeichnet wird, muss er sich intensiv mit den Themen Mode, Kleidung, Geschmacksbildung, Gesellschaft oder auch psychologischen Fragen auseinandersetzen; er muss an seinem Stil, seinem Auftreten und seiner Authentizität arbeiten – und das außerhalb der Arbeitszeit und auf seine Kosten (allein der „Naspa Style-Guide" umfasst 52 Seiten).

Das führt zu der paradoxen Folgerung, dass die Beschränkung durch gesetzliche Kleidungsvorschriften mehr Sicherheit und Freiheit – im Sinne eines festen Regelwerks, das Orientierung bietet – geben, als die ungeschriebenen Gesetze, die fortwährend ausgehandelt werden. Der Soziologe Richard Sennett schreibt, dass die Zeichen der adligen Gesellschaft zwar willkürlich, aber dafür eindeutig waren. Seit dem 19. Jahrhundert lebten wir in einer Welt, deren Zeichen nur Eingeweihte zu lesen verstünden. Bezogen auf die Kleidung spricht er von „Miniaturisierungsprozessen" und meint damit, dass die Zeichen subtil geworden sind, sich auf bestimmte (Stoff-)Qualitäten und eine spezifische Machart beziehen. Hinzu kommen heute die Bedeutungen bestimmter Marken sowie das Wissen um „In" und „Out". Der Soziologe Pierre Bourdieu bezeichnet dies als die „feinen Unterschiede". Und so muss sich der moderne Banker nicht nur mit dem Kapital seiner Kunden, sondern gleichermaßen mit Formen symbolischen und kulturellen Kapitals beschäftigen.

Kleidung fungiert als Mittel der Distinktion und der Kommunikation, indem unser Äußeres visuelle Informationen transportiert, die unserem Gegenüber erlauben, uns gesellschaftlich einzuordnen. Aus der Sicht der Träger – hier der Bankangestellten – muss ihre Arbeitskleidung den Anforderungen der Arbeitgeber entsprechen („Angemessenheit") und sich nach spezifischen Aufgaben differenzieren, zum Beispiel in Abhängigkeit von Ort und Kunde. Ihnen selbst ermöglicht die Kleidung, ihre „Rolle" auszufüllen und sich beispielsweise in der Freizeit in andere Rollen zu begeben. Dies alles muss sich in ein Gesamtverständnis von gesellschaftlichen und spezifisch modischen Fragen einfügen. So können aktuelle Strömungen, Diskussionen um ökologische und faire Textilproduktion oder das Aufkommen genderneutraler Kleidung, Einfluss nehmen und wollen berücksichtigt werden. Spätestens hier zeigt sich, dass „Sich kleiden" eine sehr komplexe kulturelle Praxis darstellt, die man in ihren Mechanismen verstehen sollte.

Prof. Dr. Kerstin Kraft ist Inhaberin des Lehrstuhls für Kulturwissenschaft der Mode und des Textilen an der Universität Paderborn.

Literatur

- Pierre Bourdieu, Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt/M. 1987
- Jennifer Craik, Uniforms Exposed. From Conformity to Transgression, Oxford 2005
- Elena Esposito, Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden, Frankfurt/M. 2004
- Regina Henkel, Corporate Fashion. Uniformen in Unternehmen, Berlin 2008
- Claudia Kidwell, Valerie Steele, Men and Women. Dressing the Part, Washington 1989
- Anja Meyerrose, Herren im Anzug, Köln 2016
- Richard Sennett, Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt/M. 1995

Fotos: Historisches Archiv Commerzbank

Impressum

Herausgeber:
Eugen-Gutmann-Gesellschaft e.V.
Dr. Detlef Krause (Vorsitzender)
Moselstraße4, 60329 Frankfurt am Main
www.eugen-gutmann-gesellschaft.de
©2022

Mode in der Bank?

von Kerstin Kraft

Um dies zu beantworten, muss man sich zunächst fragen, was Mode denn eigentlich ist. Der Begriff wird umgangssprachlich meist mit Kleidermode gleichgesetzt, kann sich als Referenzsystem jedoch auf sehr viele Phänomene beziehen – auch Drinks, Autofarben und Lebensstile unterliegen modischen Strömungen – und ist als solches immateriell. Paradoxerweise ist das einzig Beständige der Mode ihr permanenter Wechsel, der aus dem Zwang heraus entsteht, neu und originell sein zu müssen. Soziologisch gesehen sind Grundmotive der Mode Nachahmung und Distinktion, also das Bedürfnis, zu einer Gruppe zu gehören und sich als Teil dieser Gruppe von anderen Gruppen zu unterscheiden. Ökonomisch gesehen ist die Mode eine der wichtigsten Antriebskräfte der Wirtschaft. Und trotzdem ist sie ihrem Ruf nach banal und vor allem oberflächlich, wurde früher mit den Begriffen des Frivolen und Flatterhaften belegt. Sie entzieht sich der Vorhersage und wird der Irrationalität bezichtigt. All diese Attribute lassen sie ungeeignet erscheinen für das Bankgewerbe. Dort möchte man Beständigkeit, Kompetenz und Seriosität ausstrahlen, Vertrauen erwecken. Aber wie wirken sich diese theoretischen Überlegungen auf die „Banker" aus?

Die aktuelle Forschung untersucht Mode und Kleidung als kulturelle Praxis. Unter Kleidung versteht man alle Formen textiler Bedeckung des menschlichen Körpers, also auch Kleidung, die nicht modisch ist. Sich kleiden ist ein anthropologisches Grundbedürfnis: Wir alle üben uns permanent darin und denken mehr oder weniger darüber nach, wie wir uns kleiden. Textilien umgeben uns von der Geburt bis zum Tod und sie markieren sogenannte Übergangsriten in unseren Leben. Auch der Eintritt ins Berufsleben kann als ein solcher Ritus gelten und ist häufig mit Änderungen in der Kleidungspraxis verbunden. „Mein 1958 geborener Patensohn wurde ca. 1976 Azubi der Filiale Bonn. Als er am ersten Arbeitstag im legeren Schülerlook zum Dienst wollte, ließ er sich nur widerwillig von seiner Mutter – einer ehemaligen Kollegin aus Hannover – zum Anzug mit Schlips und Kragen bewegen. Abends hat er sich bei seiner Mutter bedankt, denn am Morgen hatte der Innenleiter Garderobe und Haartracht inspiziert, sich zufrieden gezeigt und geäußert, daß er die jungen Leute stets in dieser Aufmachung sehen möchte." Dieser kurze Ausschnitt aus dem Brief eines ehemaligen Mitarbeiters von 1993 beschreibt genau diesen Übergang vom Schüler zum Auszubildenden, von der legeren zur formalen Kleidung. Darüber hinaus erfahren wir, dass die Kleidung in der Bank inspiziert wurde, und können uns durch die Umschreibung „Anzug mit Schlips und Kragen" annähernd vorstellen wie diese Kleidung ausgesehen hat. Die Mutter des Azubis verfügte als „ehemalige Kollegin" offenbar über das nötige Insiderwissen. Die Erinnerung des Mitarbeiters, der selbst 1938 als Lehrling in die „Commerz- und Privat-Bank" eingetreten war, bestätigt auch für die Vergangenheit, was in aktuellen Artikeln immer wieder geschrieben wird: es gibt keine klassische Kleiderordnung – gleichwohl gilt es, Regeln zu beachten. Was bedeutet das für die Kleidungspraxis im Bankgewerbe?

Luxusgesetze oder Kleiderordnungen regelten bis spätestens zur Französischen Revolution den Aufwand, der für Kleidung betrieben werden durfte. Diese Vorschriften waren in Bezug auf die Standesunterschiede („die Klassen der Untertanen"),

„Bankbeamte" der Mitteldeutschen Creditbank in Frankfurt am Main, 1910

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Commerzbank in Erfurt, 1920er Jahre

die Kleidungsformen (die Länge der Schuhspitzen, die verwendete Stoffmenge etc.) und die Bestrafung bei Zuwiderhandlung sehr detailliert. Mit der Aufhebung der Standesprivilegien ging die Abschaffung der Kleidergesetzgebung einher und dies hatte eine vestimentäre Neuordnung der Gesellschaft zur Folge. Diese Neuordnung führte jedoch neue Trennungen ein: Geschlechterunterschiede wurden betont (anders als im höfischen Adel, trugen Männer nun kaum noch auffällige Materialien, wie glänzende Seiden und Spitzen), eine Alterssegregation zeigte sich z. B. in der Einführung von Kinderkleidung, Privatheit und Öffentlichkeit organisierten sich mit veränderten Arbeits- und Produktionsverhältnissen um. Das Bürgertum wurde zur tonangebenden gesellschaftlichen Schicht und mit ihm seine Werte und Tugenden.

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts entwickelt sich die Kleidung des Bürgers, der sich in die Öffentlichkeit begibt, um seiner Arbeit nachzugehen, zu einem schlichten, funktionalen Anzug. Dieser Anzug bedeckt den Körper fast vollständig, entsexualisiert ihn und betont den Kopf des Mannes. Die vorwiegend gedeckten Farben stehen für Abstraktion und Technisierung, die weißen Manschetten und Kragen für Sauberkeit, das Fehlen jeglichen Schmucks – bis auf die Kette der Taschenuhr, die Pünktlichkeit signalisiert – für das Maßhalten.

Die Fotografie auf der ersten Seite zeigt Bankangestellte im Jahr 1910, die diesem Ideal genau entsprechen: Wie eine Uniformierung wirken die dreiteiligen Anzüge, von denen nur einer eine etwas hellere farbliche Schattierung aufweist; sie werden getragen mit einem hohen, steif gestärkten Kragen, einem schlichten Quer- oder Längsbinder, dunklen Lederschuhen zum Schnüren und der sichtbar getragenen Uhrkette, die dazugehörige Uhr befindet sich in einer speziellen Westentasche.

Mit veränderten Erwerbsbedingungen arbeiten seit dem späten 19. Jahrhundert auch Frauen in Büros. Ihre Kleidung unterscheidet sich deutlich von der Kleidung

An maschinellen Buchhaltungsmaschinen arbeiteten vorwiegend Frauen, wie hier beim Bankhaus von der Heydt-Kersten & Söhne in Wuppertal-Elberfeld, 1954

jener Frauen, die durch ihr Erscheinungsbild den Reichtum ihres Ehemannes demonstrieren. Die angestellten Frauen tragen meist dunkle Röcke mit hellen Blusen oder Kragen als Kombination, die sich optisch dem Herrenanzug anpasst.

Der Vergleich mit weiteren Bildern zeigt, dass sich die Herrenanzüge kaum verändern – Variationen beschränken sich auf Reversbreiten, Knopfstellungen und Kragenformen – und auch weibliche Büroangestellte noch in den 1950er Jahren dunkle Röcke – nun nicht mehr bodenlang – und helle Oberteile tragen.

Angestellter der Commerzbank-Filiale Nürnberg, 1977

Erst mit den gesellschaftlichen Veränderungen ab den 1960er Jahren, die sich in der Mode deutlich zeigen („Swinging London", „Hippie-Mode"), ändert sich vorübergehend auch die Kleidung der Banker. In der modischen Aussage sehr gemäßigt, aber deutlich sichtbar, tragen die Männer längere Haare, das gemusterte Hemd ohne Krawatte, die Frauen tragen kurze, ärmellose Kleider, man sieht mehr Farben und lebhafte Muster.

Diese vestimentären „Freiheiten" verschwinden mit der entsprechenden Mode und gingen ohnehin nicht allzu weit: „Niemand kann sich wohl z. B. eine vorbildliche Sekretärin im Dienst mit langen Hosen statt Rock oder Kleid vorstellen!" (Guter Ton für alle Tage, 1962). So führen erst die Mode der 1980er Jahre mit ihrem Businesslook sowie die Zunahme an Frauen in Führungspositionen dazu, dass nun auch Frauen Hosenanzüge, Business-Kostüme oder Kombinationen mit Hemden tragen.

Dass die Öffentlichkeit die Kleidung von Bankern wie eine Uniform wahrnimmt und als die formalste unter den Arbeitskleidungen einordnet, wird beispielsweise deutlich, wenn „Kleiderordnungen" diskutiert werden. Regelmäßig in Zusammenhang mit heißen Sommern stellt sich die Frage nach angemessener Kleidung im Büro. 1966 kommentierte die Commerzbank Stuttgart dazu: „Wir können leider keine Erleichterung gewähren. Unser verwöhnter Kundenkreis verlangt korrekt gekleidete Bankangestellte. Allerdings würden wir bei Schwächeanfällen mit Injektionen helfen können." Heute, in einer Zeit, in der selbst hochrangige Politiker ohne Krawatte und in weißen Sneakers auftreten, lockern auch die Banken ihre Regelungen und erlauben bei hohen Temperaturen den Verzicht auf Krawatte und Sakko. Ein YouTube-Video der Haspa benennt diesen Stil als „Business Casual", empfiehlt jedoch, das Tragen weißer Sneakers mit der Filialleitung abzusprechen. Pressemitteilungen der Commerzbank verweisen darauf, dass man nach wie vor Wert legt auf ein angemessenes Äußeres. Hierfür werden die Erwartungen der Kunden in Bezug auf „bankgerechte Kleidung und ein gepflegtes Auftreten" oder das „gepflegte Erscheinungsbild" als Gründe angeführt, und es wird immer wieder betont, dass es keine klassische Kleiderordnung gebe. „Man appelliere an den guten Geschmack der Mitarbeiter und an deren Gespür, welcher Kunde bei seinem Berater eine Krawatte wünsche und welcher nicht. Das gelte auf allen Ebenen."

Mit diesen letzten Statements, mit denen Commerzbank-Mitarbeiter in verschiedenen Pressemedien zitiert werden, wird deutlich, dass heutige Banken sich als Arbeitgeber distanzieren: die Erwartungen

„Frauen-Team" der Filiale Meiningen, 2001