

LEIPZIGS NEUE SEITEN

Die Hochburg an der Pleiße

Ein seltenes, heute fast vergessenes H-Wort. Burghard Jung, noch Leipzigs OBM, heißt mit ihm die Gäste des Europäischen Humor- und Satirefestivals »Lachmesse« willkommen. In DDR-Zeiten galt Leipzig als Kabarethauptstadt des kleinen Landes. Also steigern wir uns nun von der Hauptstadt zur Hochburg? »Am Lachen und Flennen kann man die Narren erkennen.« Wer uns zum Narren hält (Politik, Polizei, Pöbel?), darüber kann vom 21. bis zum 28. Oktober das Publikum Lachen, Flennen ... oder Nachdenken. Zum 28. Mal ist die Stadt dafür das laute und leise, das bissige und provokative europäische Zentrum. Pardon, bescheidener habe ich es nicht! Das Programm ist gedruckt: 175 bekannte und unbekannte Künstler, haben Brett 'l zum Arbeiten und Betten zum Schlafen gebucht. Wer mehr wissen möchte, sollte sich um das tolle Programmheft kümmern, das ist kein Problem. Wer kein Papier mag, probiere es unter www.lachmesse.de

Ich werde uns beim Lachen und Flennen beobachten!



Euer Lipsius

Das Problem ist heute nicht die Atomenergie, sondern das Herz des Menschen.

Albert Einstein (1879 - 1955)

Herausgeber: Projekt Linke Zeitung e.V.,
Braustraße 15, 04107 Leipzig,
Tel.: 0341 / 21 32 345
E-Mail: redaktion@leipzig-neue.de
Internet: www.leipzig-neue.de
Bankverbindung: Sparkasse Leipzig
IBAN: DE60 8605 5592 1150 1148 40
BIC: WELADE8XXX

Sprechzeiten: nach Vereinbarung (Tel. / Mail)

Redaktion: Ralf Fiebelkorn, Dr. Volker Külöw (V.i.S.d.P.),
Daniel Merbitz

Redaktionsschluss dieser Ausgabe: 1. Oktober 2018

Sitzen-Bleiber

Nein, dass er über Wasser gehen könne, hat er nie behauptet – der Leipziger Oberbürgermeister Burkhard Jung. Doch wenn die Bürgerschaft ihm derart übermenschliche Fähigkeiten zutrauen würden, wäre das dem gelernten Religionslehrer sicher lieb. Zu gern kommt er in all seinen Ansprachen auf den Beginn seines Agierens an der Stadtspitze zurück. Da lag die Arbeitslosigkeit in der Stadt jenseits von 20 Prozent, das Fußball-Sommermärchen hatte sich noch nicht zugetragen und Leipzig zählte fast 100.000 Einwohner weniger als heutzutage. Eine Zeitspanne fast schon in Merkel-Dimension. Auch das sollte erwähnt werden: Einen Bürgermeister der LINKEN gab es 2006 noch nicht. Seither wurden immerhin schon drei angesehene Persönlichkeiten, die von der LINKEN nominiert wurden, in eine solch gewichtige Funktion gewählt. Unter Jungs Amtsvorgängern Lehmann-Grube und Tiefensee war daran nicht zu denken.

Burkhard Jung liebt den Duft der guten Taten. Aber dann kam der Mai 2018. Mitten in seinem dreizehnten Amtsjahr verbreitete das Stadtoberhaupt per Erklärung, dass seine Leipziger Agenda wie von Wunderhand abgearbeitet sei und dass es ihn auf einen Lobbyposten im Ostdeutschen Sparkassenverband ziehe. Das Dauergrinsen an der Spitze der Verbandspyramide wird mit einer runden halben Million Euro im Jahr vergütet. Was um alles in der Welt zog den Oberbürgermeister auf diesen Posten? Das Geld – auch wenn willfähige Deuter des sonderbaren Karriere-Abzweigs verdruckste Erklärungen nachzureichen versuchten, es müsse einem Sechzigjährigen gestattet sein, ein Finale seines Berufslebens auf einem bequemen Verbandsposten anzustreben. Vielleicht stimmt das ja formal, nur wollte in diesem Fall kein Schauspieler zu einem besseren Engagement und kein Trainer zu einer höherklassigen Mannschaft, sondern ein demokratisch gewählter Amtsträger mitten aus seiner Verantwortungstellung heraus an eine üppigere Geldquelle.

Jung war viel im Sommer unterwegs, um genügend Unterstützer für seine Sparkassen-Karriere zusammenzutrommeln. Den Riegel der sächsischen CDU-Landräte konnte er allerdings nicht knacken. So bleibt er in seinem Amtssessel sitzen, der ihm doch – siehe die Erklärung von Anfang Mai – un bequem geworden war. Hat sich also die Rückversicherei gelohnt? Für die Person des OBM vielleicht, für die Stadt überhaupt nicht. Jung muss in den eineinhalb Jahren

bis zur nun wieder turnusmäßigen OBM-Wahl in Leipzig all die Kisten stemmen, die ihm zu groß und zu lästig geworden waren. Es geht um den erforderlichen Schulhausbau unter Termindruck und um die Zukunft des bezahlbaren Wohnens in dieser Stadt. Es geht um den Stadtkonzern LVV und um die Frage, wie sehr er kommunale Hilfstuppe oder souverän wirtschaftender unternehmerischer Verbund ist. Darin eingebettet ist gleich noch die Herausforderung, eine kalkulierbar Perspektive für die Finanzierung des ÖPNV zu entwickeln, um der lähmend mahlenden jährlichen Tarifs spirale zu entrinnen.

Die wachsende Stadt ist eben keine automatisch wachsende Stadt. Fast scheint es so, dass nichts im Augenblick so willkommen ist wie die Bremsspuren des ungestümen Wachstumstrends. Seitdem Burkhard Jung nach den wolkigen Träumen vom Sparkassen-Olymp wieder die anstrengend harte Erdung der Leipziger Kommunalpolitik erfahren hat, lässt er jedenfalls keine Gelegenheit aus, um plötzlich und unverhofft die Vorteile eines gedämpften Wachstums zu preisen.

Und die Leipzigerinnen und Leipziger? Dass sie mitten in der Legislaturperiode fast von ihrem OBM wegen seiner eigensinnigen Ambitionen verlassen worden wären, hat der politisch wache Teil der Öffentlichkeit durchaus mit Unmut diskutiert. Einen nicht geringen Teil der Bürgerschaft hat dieser unerträgliche Schwebestand und das flüchtige Adieu jedoch wenig gekümmert, und dies ist kein gutes Zeichen für den sozialen Zusammenhalt und den innigen Wunsch des Beteiligten-Seins an der Entwicklung des Gemeinwesens. Nach acht Jahren Lehmann-Grube und siegen Jahren Tiefensee werden 2020 vierzehn Jahre Jung an der Stadtspitze vergangen sein. Doch mit dehnbaren Formulierungen lässt der OBM schon wieder den Nebel wallen, dass er sich plötzlich ein Verbleiben auf dem Posten vorstellen könnte, den er ohne Vorwarnung selbst seiner eigenen Partei längst schon schnöde verlassen wollte. Anhänger wie Gegner sollten Burkhard Jung unmissverständlich zu verstehen geben, was sie von solcher Sprunghaftigkeit und mangelnder Verlässlichkeit halten. Seit der Sparkassenverband dem OBM gezeigt hat, dass er auf ihn verzichten kann, hat in Leipzig eine neue politische Zeitrechnung begonnen.

Cornelius Luckner

Mode, Kunst & Politik



Foto: Daniel Merbitz

Wie wir uns kleiden und kleiden können oder manchmal auch kleiden müssen: Wir sind immer abhängig von gesellschaftlichen Bedingungen. Mode, im Sinne von Beklei-

dung, ist unser Thema, ein weites Feld... welches wir bestellen wollen. Am besten lassen wir berufene Stimmen die Saat ausbringen: Für die politisch linksorientierte italienische

Starjournalistin Franca Magnani (1925 bis 1996) ist Mode »ein Kommunikationsmittel über Länder und Kontinente hinaus... Ich bediene mich der Mode, mache sie zu meiner Komplizin, vergesse dabei jedoch nicht, dass wahre Eleganz durch all das unterstrichen wird, was sie zu entbehren vermag.« Ursula Fehlig beschreibt im Jahr 1985 in »Mode – gestern und heute«, aus dem VEB Fachbuchverlag Leipzig, den politökonomischen Aspekt so: »Die kapitalistische Wirtschaft mit ihrem hohen wissenschaftlich-technischen Entwicklungsstand produziert auch heute noch Produkte in unterschiedlichen Preisgruppen und Qualitäten, auch solche mit hohen Gebrauchseigenschaften. Die Bekleidungsindustrie setzt damit die herrschende Mode für die verschiedenen Klassen und Schichten durch.« Und auch »In provozierender Aufmachung wird auch die Mode als Protest gegen eine formalisierte Wohlstandsgesellschaft gesetzt.« Hermann Exner erläutert 1980 (»Das große Bilderlexikon der Mode«, VEB Verlag der Kunst Dresden): »Seit etwa 1970 setzen die kapitalistischen Modeindustriellen alle Mittel westlicher Manipulation ein, um einen Modewandel herbeizuführen, von dem sie sich durch den moralischen Verschleiß des in den Kleidungschränken Befindlichen und durch aufwendigere Kleidformen neue Höchstprofite erhoffen.« Wechselbeziehungen zwischen Politik – vom Privaten, welches politisch sei – und Kunst – die ewige Inspiration – und nicht zu Letzt zur Politökonomie – Finanzmächte und Produktionsbedingungen – verorten die Mode in unserer Welt.

Daniel Merbitz

Mode und Museen

(LNS) Dieses Doppel-M, Mode und Museen, verwoben zu publikumswirksamen Sonderausstellungen, ist eine neue Symbiose: Im letzten halben Jahrzehnt gab es einen nationalen und internationalen Trend, Designer-Mode in Museen zu präsentieren, als Zeugnisse von Zeitgenossenschaften. Vom New Yorker MoMa bis zum Pillnitzer Kunstgewerbemuseum. Mode und ihr Umfeld ist ein Zugpferd: »Jil Sander.Präsens« (Frankfurt 2017), »Items: Is Fashion Modern?« (New York 2017/18),

»LOOK! Modedesigner von A bis Z« (Köln 2016/17), »Jean Paul Gaultier« (Montreal 2017) oder gar ein eigenes Museum für Yves Saint Laurent (Paris 2017). Bis 4. November



2018 ist zum Beispiel auch noch die Sonderausstellung »SIBYLLE 1956-1995 – Zeitschrift für Mode und Kultur« im Wasserpalais Dresden-Pillnitz zu sehen. Kein neuer Trend dagegen, immer leider zu wenig im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, sind die wertvollen Dauer- ausstellungen von Kunstgewerbe- und Völker-



Fotos: Kunstgewerbemuseum Schloss Pillnitz

kundemuseen, wo Kleidung wissenschaftlich fundiert im kulturellen und gesellschaftlichen Kontext präsentiert wird.



Mode als Waffe

Lana Shuganova im LNS-Interview

Sie betreiben ein junges Mode- und Design-Start-up in Berlin. War Leipzig keine Option?

Nach meinem Umzug nach Deutschland ist Berlin zu meiner neuen Heimat geworden. Somit war Leipzig leider nie eine Option für mich. Obwohl ich die Atmosphäre in Leipzig sehr schätze, spiegelt Berlin für mich, wie

meinen Augen kann es einer Stadt nur gut tun.

Mode und Design ist auch eine Frage der Kultur und spiegelt Epochen, Macht und Gesellschaftsordnungen wider. Wie politisch ist Deine Mode?



Designerin Lana Shuganova im Gespräch

keine andere deutsche Stadt, ein multikulturelles Gefühl von Freiheit, welches mich bei meiner Arbeit inspiriert. Zudem ist Berlin die deutsche Fashion- und Start-Up-Stadt schlechthin. Mit der Berliner Fashion Week und auch anderen Mode-Initiativen haben junge Designerinnen und Designer immer wieder die Chance auf sich aufmerksam zu machen. Dennoch ist der Berliner Fashion Start-Up-Markt hart umkämpft, bietet jedoch immer die Möglichkeit schnell enge und nachhaltige Kontakte zu anderen Designern, Stylisten, Fotografen, usw. zu knüpfen. Nichtsdestotrotz ist Leipzig für mich irgendwie wie das kleine Berlin. Viele Kreative aus der ganzen Welt zieht es dorthin. In

Meine Mode war und ist nie politisch motiviert. Im Gegensatz zur Politik, hat Mode für mich keine Grenzen, keine Zwänge, keine Mauern oder gezielte Meinungs-mache. »Es gibt nur eine einzige Person auf der Welt die genau weiß was du brauchst. Diese Person bist du selbst.« – nach diesem Motto gründete ich das Berliner Designlabel SOOFRE. Der Name steht für »Sort of Revolution« und wir vertreten ein Konzept, welches es Kundinnen weltweit ermöglicht, sich exklusiv ihre perfekte Tasche zu designen. Frei von jeden Zwängen und mit der Kraft der eigenen Kreativität zum eigenen Design, denn in jedem Menschen steckt ein Gestalter, der so sein eigenes Design, seine eigene Marke und

seine Zukunft kreieren kann. Obwohl ich in Weißrussland aufgewachsen bin, haben mich meine Eltern sehr multikulturell und weltoffen erzogen. Wenn ich jetzt so auf die europäische Politiklandschaft schaue, wünsche ich mir etwas von dieser Weltoffenheit in dem einen oder anderen Politiker-Kopf.

Früher in der DDR hieß es »Kunst ist Waffe« (Friedrich Wolf). Kann Mode heute noch überhaupt Waffe sein und wenn gegen was oder wen? Gegen Konventionen? Gegen Vorurteile? Selbstverständlich kann Mode als Waffe eingesetzt werden. Eine Waffe gegen Hungerlöhne, Kinderarbeit und jegliche Art der Ausbeutung. Eine Waffe gegen Rassismus, Unterdrückung und Umweltzerstörung. Eine Waffe gegen... diese Liste könnte man ewig fortsetzen. Früher waren es bedeutende Persönlichkeiten wie eine Marlene Dietrich, eine Coco Chanel oder ein Yves Saint Laurent, die Moderevolutionen ohne Gewalt auslösen. Heute sehe ich große Konzerne in der Pflicht. Diese müssen nachhaltiger und fairer in ihrem Handeln werden, denn im Gegensatz zu kleinen Fashion Start-Ups wie wir es sind, haben sie die Möglichkeiten und die Macht etwas schneller und wirksamer in dieser Welt zu bewegen. Bei allen unseren Produkten achten wir sehr darauf, dass die Arbeitsbedingungen stimmen und jede Person, die an der Herstellung beteiligt ist, mehr als fair bezahlt wird. Auch deshalb haben wir uns bei SOOFRE bewusst gegen die Massenproduktion in Asien entschieden und kalkulieren dementsprechend unsere Preise.

Bekommen die Start-Ups auch die Gentrifizierung zu spüren?

Ich denke, dass die Gentrifizierung zum Teil auch von gehypten und von Investoren mit Geld überschütten Start-Ups mitgestaltet wurde. Schicke Büros in angesagten Stadtbezirken kommen nicht von ungefähr. Und wer muss dem weichen? Natürlich ist es die dort ansässige Bevölkerung. Als junges und inhabergeführtes Start-Up ohne Investoren-Background, kannst du es dir mittlerweile auch nicht mehr leisten ein Ladengeschäft in einer vernünftigen Lage mit Laufkundschaft zu eröffnen. Pop-Up-Flächen mit einer Tagesmiete von mehreren hundert Euro sind an der Tagesordnung. Das ist leider die Realität in Berlin.

Vielen Dank und alles Gute!

Interview: Daniel Merbitz

Designer, Freunde und Team bei der Präsentation des Start-Ups im Rahmen der Fashion Week 2018 in Berlin

Fotos Daniel Merbitz



Mode macht Status

Was bedeutet Mode in der heutigen Gesellschaft? Prestige, soziales Ansehen, Laufstege, und magere Models, unterbezahlte Beschäftigte oder auch hohe Gewinne der Unternehmen?

In einer Welt in der die Fast-Fashion, schnelle Kollektionen, eine Globalisierung der Mode und multinationale Konzerne wie H&M, Zara, Primark den Massenmarkt mitbestimmen, findet eine immer größere Produktion und ein damit einhergehendes Absterben der Kreativität der Designer statt. Es gilt das Motto: Masse statt Klasse! Aber auch für textilfremde Anbieter wie Discounter und Supermärkte ist Kleidung ein einträgliches Geschäft. Die Journalistin und Aktivistin Tansy E. Hoskins, selbst modebewusst, beschreibt in ihrem 2015 vom Londoner Institute of Contemporary Arts zum Buch des Jahres gewählten Sachbuch die Modewelt.

Tansy E. Hoskins hat eine klare Haltung; »Mode ist ein Schlüssel für das Verständnis von Ideologien. Sie ist so stark mit Macht und Status verbunden, dass es ausreicht, die Kleidung zu wechseln, um jemanden aus der Unterschicht das Prestige der herrschenden Klasse zu verleihen.« Hopkins recherchierte umfassend Statistiken und Fakten zum Thema Mode in all seinen Facetten aus Konsum und Business, Umweltschutz und gefährlichen Schönheitsidealen. Das Buch zeigt dabei die Probleme, den immer stetig wachsenden Konsumbedarf der Menschen zu befriedigen. »Ich shoppe, also bin ich.« In zehn Kapiteln gewährt Hoskins einen Einblick in die Modeindustrie, wie man ihn sonst nicht bekommt. Sie hinterfragt die neue Zeit mit ihren Modebloggern genauso wie die käuflichen Modemagazine. Ist der Kunde heute noch König? Wie sieht es mit der Gewerkschaftsarbeit in Bangladesch aus? Die Luxusunternehmen wie Louis Vuitton und Chanel werden hinterfragt. Hoskins wirft einen Blick auf das gemeinschaftliche Produzieren und zeigt die Chancen und Risiken auf. Ein ergreifendes Buch, immer die Missstände einer Industrie betrachtend, ohne jedoch den Spaß an der Mode zu verderben.

Lavinia Hudson

Hoskins, Tansy E.: Das antikapitalistische Buch der Mode. Rotpunktverlag Zürich 2016. 300 Seiten. 24,00 Euro. ISBN 978-3-85869-705-9



Auszug aus »Das antikapitalistische Buch der Mode« von Tansy E. Hoskins

»Ignoriert man soziale Umstände, könnte man meinen, dass das Tragen schlechter Kleidung ein Indiz dafür sei, dass man aufgegeben habe. In diesem Fall vergisst man jedoch den Einfluss der Faktoren Gender und Klasse sowie der Wirtschaftskrisen, die Armut begünstigen und Menschen an einem selbstbestimmten Leben hindern. Engels wies bereits 1844 darauf hin, dass wirtschaftliche Umstände nicht durch Arbeitsbereitschaft, Sparsamkeit oder Durchhaltevermögen wettgemacht werden können – und auch nicht durch schöne Kleidung. Ohne den Klassenaspekt gäbe es jedoch nicht die Modeindustrie, wie wir sie heute kennen. Kleidung ist für wohlhabende Menschen ein wichtiger Weg, ihren Reichtum zu zeigen und zu reproduzieren. Haben die Massen Zugang zu ihrer elitären Kleidung (oder nähern sie

sich ihr an), suchen sie sich etwas anderes, um allen anderen weiterhin einen Schritt voraus zu sein. Ein Beispiel dafür ist Burberry, dessen elitärer Ruf eine Zeit lang litt, als die Marke temporär zu einem Favoriten der Unterschicht wurde. Burberry hatte hundertfach Lizenzen für die auffälligen Karomuster vergeben und die exklusive Marke, die zudem oft gefälscht wurde, war auf einmal ein Massenprodukt. Es gab Schals, Regenschirme, Handtaschen und sogar Hundemäntelchen, und in den Fußgängerzonen wimmelte es von Burberry, bis Chefdesigner Christopher Bailey das Ruder herumriss und den Einsatz des Karos auf 5 Prozent begrenzte.«

Abdruck mit freundlicher Genehmigung des Rotpunktverlages Zürich!