

Inhalt

Vorwort	9
I Forschungskonzeption	13
1. Erkenntnisinteresse	13
2. Forschungsstand	16
3. Konsumhistorischer und geschlechtertheoretischer Forschungskontext	19
4. Quellen	23
4.1. Auswahl und Beschreibung der Frauenzeitschriften der Bundesrepublik Deutschland	25
4.2. Auswahl und Beschreibung der Frauenzeitschriften der DDR	28
5. Methoden	31
5.1. Betrachtungsdimensionen und Untersuchungskategorien der Inhaltsanalyse	32
5.2. Das dreidimensionale Produktkommunikationsmodell als Analyseleitfaden	34
5.3. Der historische Vergleich mit analytischer Intention	35
II Die Frauenhose in der Bundesrepublik Deutschland	39
1. Die Hose als weibliche Arbeits- und Sportbekleidung	40
1.1. Hosen in Industrie, Landwirtschaft und Handwerk	41
1.2. Hosen als Sportbekleidung	46
2. Die Hose als Teil der Damenfreizeitmode	48
2.1. Behost - ob daheim, am Strand oder unterwegs mit dem Moped	52
2.2. Die Reglementierung der alltagsrelevanten Verwendung	57

3. Von Hosengirls und Nietenhosen: Die Hose in der konfektionierten Jugendmode und Bekleidungspraxis weiblicher Jugendlicher	64
3.1. Die jugendliche Hosenpraxis im Spiegel der zeitgenössischen Presse und Meinungsforschung	69
3.2. Mehr als eine Hose: Blue Jeans	76
3.3. <i>Heißer Streit um kalte Mädchenbeine:</i> Hosenverbote an Schulen	89
4. Die Hose in der weiblichen Tagesmode	97
4.1. Von der Freizeitkleidung zur Tagesgarderobe: Der Hosenanzug als Wegbereiter	97
4.2. Die Reglementierung der alltagsrelevanten Verwendung	106
4.3. Zwischen <i>Mode-Mut</i> , Ablehnung und Verboten: Die neue Hosenmode im Ringen um gesellschaftliche Akzeptanz	115
5. Die Hose in der weiblichen Fest- und Abendmode	139
5.1. <i>Hexenjagd auf Hosenmädchen:</i> Der festlich-elegante Hosenanzug als medienwirksames Skandalon	142
5.2. Die Reglementierung der anlassrelevanten Verwendung	148
6. <i>Chic, flott, bequem:</i> Die Hose in der Werbung	153
6.1. Die Frauenhose als Werbeobjekt	154
6.2. Die Frauenhose als Gestaltungselement in der Konsumgüterwerbung	158
 III Die Frauenhose in der DDR	 162
1. Die Hose als weibliche Arbeits- und Sportbekleidung	164
1.1. Hosen in Industrie, Landwirtschaft und Handwerk	164
1.2. Hosen als Sportbekleidung	174
2. Prädikat unentbehrlich: Die Hose in der weiblichen Freizeitmode	176
2.1. Die Reglementierung der alltagsrelevanten Verwendung	181

2.2. Angemessene Kleidung: eine Frage der Moral	188
2.3. Die Frauenhose in der Werbung	193
3. Die Hose in der Jugendmode und Bekleidungspraxis weiblicher Jugendlicher	198
3.1. Mit Eigensinn wider die Reglements: von der Freizeit- zur Alltagsgarderobe	199
3.2. Jugendliche Bekleidungspraxen in der ideologischen Kritik	206
3.3. Die Niethose: Einstellung oder Hose?	213
4. Die Hose in der weiblichen Tagesmode	228
4.1. Das neue <i>Straßenkostüm</i> : der Hosenanzug	229
4.2. Die ästhetisch-stoffliche Bekleidungsgestalt und Reglementierung der alltagsrelevanten Verwendung	235
5. Die Hose in der weiblichen Fest- und Abendmode	240
IV Vergleichende Auswertung der Untersuchungsergebnisse	245
1. Hosen als weibliche Arbeitsbekleidung in Industrie, Landwirtschaft und Handwerk	245
2. Hosen als weibliche Sportbekleidung	252
3. Hosen in der Freizeitmode	259
4. Hosen in der Jugendmode und Bekleidungspraxis weiblicher Jugendlicher	268
5. Jeans: Vom subkulturellen Phänomen zum bestimmenden Modetrend	283
6. Hosen in der Tagesmode	294
7. Hosen in der Fest- und Abendmode	302
8. Hosen in der Werbung	306
V Schluss	313

Anhang	328
Abkürzungsverzeichnis	328
Abbildungsverzeichnis	328
Quellenverzeichnis	330
In der Bundesrepublik Deutschland erschienene Quellen (1949-1975)	330
In der DDR erschienene Quellen (1949-1988)	334
Quellen mit Erscheinen nach 1990	337
Literaturverzeichnis	339
 Danksagung	 348