Mensch-Hund-Beziehungen seit der Frühen Neuzeit (Trier, 11-12 Apr 25)

Hochschule Trier, 11.–12.04.2025
Eingabeschluss : 18.01.2025

Prof. Dr. Christina Threuter

[English version below]

#ModeHund. Modeinszenierungen, Geschlechtercodes und räumliche Settings in Mensch-Hund--Beziehungen seit der Frühen Neuzeit.

Mode spielt seit langer Zeit auf vielfältige Weise eine wichtige Rolle in den Beziehungen zwischen Mensch und Hund. Aktuell wird der Hund von einer immer einflussreicher werdenden Industrie, die sich auf das vermeintliche Wohl des liebsten Heimtiers konzentriert, als Wirtschaftsfaktor in den Blick gerückt. Stetig werden neue Lifestyle-Produkte auf den Markt gebracht, für die viele Hundehalter:innen keine Kosten und Mühen scheuen: Insbesondere für Hundekleidung und -schmuck, aber auch für spezielle Spielzeuge und Möbel gibt es einen wachsenden Markt. Gleichzeitig werden die Verflechtungen zwischen dieser sogenannten Pet Economy und der Modeindustrie zunehmend medial aufgegriffen: Kommerzielle Modestrecken oder Home-Stories von Celebrities, Schauspieler:innen sowie Popstars inszenieren Mensch und Hund etwa als modeästhetisch aufeinander abgestimmte Teams.

Dass Hunde integraler Bestandteil des Selffashioning von gesellschaftlichen Trendsetter:innen oder avantgardistischen Kreisen sind und waren, davon zeugen auch Darstellungen vergangener Epochen (z.B. in der Bildenden Kunst, der Fotografie oder dem Film). Darunter befinden sich auffallend viele (Selbst-)Porträts von Künstler:innen. Die Bedeutung der Mode bzw. des Modischen für das mensch-hundliche Verhältnis ist also keineswegs ein neues Phänomen, vielmehr war es über Jahrhunderte hinweg integraler Bestandteil dieser besonderen Form der Beziehung. Das betrifft sowohl die Vorliebe für bestimmte Züchtungen als auch die vestimentäre Ausstattung bzw. Bekleidung der Tiere. Der Hund als Partner:in, als Familienmitglied, als Statussymbol oder als Erkennungszeichen (Signifier) spezifischer Gruppen und Gemeinschaften, wie beispielsweise queerer Communities, scheint wie kein anderes Heimtier prädestiniert dafür, diese mensch-hundlichen Beziehungen visuell zum Ausdruck zu bringen. Stil, Farbe und Material der Mode für den Hund sind dabei ebenso geschlechtlich konnotiert wie die verschiedenen Züchtungen bzw. das körperliche Erscheinungsbild der Tiere im Allgemeinen. Darüber hinaus avancierten im Laufe der Kulturgeschichte verschiedene Züchtungen – man denke etwa an den Mops oder den Foxterrier – zu sogenannten Modehunden. Die angesagten Züchtungen unterlagen dabei ebenso wie die Mode einem permanenten Wechsel.

Bedeutsam ist in diesem Zusammenspiel von Mode und Hund auch die räumliche Situierung der

Mensch-Hund-Konstellation. Insbesondere urbane Räume werden zu Laufstegen der menschlichen Selbstdarstellung im Bild des jeweils zeittypischen, ‚modischen' Hunds oder des modeästhetisch aufeinander abgestimmten Hund-Mensch-Teams. Neben dem öffentlichen Raum erfahren auch die Wohnräume durch die Ausweitung der Hundehaltung auf die eigenen vier Wänden spätestens seit dem 18. und vermehrt seit dem 19. Jahrhundert einen Bedeutungswandel. Die Heimtierhaltung wird ein wichtiger Teil imaginierter und praktizierter Häuslichkeit, die wiederum dazu dient, bürgerlich ‚westlich europäische' Identität(en) auszubilden. Auch die Vorstellungen darüber, wie die Beziehungen zwischen Hund und Mensch durch Hundeerziehung und Hundepflege insgesamt gestaltet oder optimiert werden könnten, unterliegen diesem Wandel. Tierethische Fragestellungen aus ganz unterschiedlichen Perspektiven betreffen daher auch den Bereich der Mode und vor allem den der Züchtungen von ‚Modehunden'. So gilt es zum Beispiel darüber nachzudenken, ob und inwiefern der Hund von seiner zunehmenden ‚Vermodung' bzw. der sich vermeintlich an seinen Bedürfnissen orientierenden Pet-Industrie profitiert.

Die Tagung möchte den vielfältigen Facetten der Verflechtung von Mode, Hund und Mensch als einem zentralen Thema für die sozialen Beziehungen von der Fru□hen Neuzeit bis in die Gegenwart nachgehen. Dabei sollen potentielle Schnittstellen von Modewissen und Human Animal Studies, Gender- und (Wohn-)Raumforschung aufgezeigt werden. Ziel ist es, erstmals über Einzelbetrachtungen auf diesem Gebiet hinauszugehen, um strukturelle Zusammenhänge in diesem Forschungsfeld aufzuzeigen und zu perspektivieren.

Wir freuen uns über Vortragsvorschläge zu nachstehenden Themenfeldern, Aspekten oder Fragestellungen:

Mode als (visuelles) Zeichen in der Beziehung von Hund und Mensch
o Mode und (Be-)Kleidung für Hunde und/oder Hundehalter:innen
o vestimentäre Inszenierungen von Mensch und Hund im Partner:innen-Look/ Mensch und Hund als modeästhetisch aufeinander abgestimmte Teams

Mode und Hund als kulturelles Statussymbol bzw. habituelles Zeichen
o ‚Hundemoden' im Kontext einer Epoche oder spezifischer ethnischer, gesellschaftlicher, bspw. subkultureller Gruppen (Frage nach der zeithistorischen Bedeutung sogenannter ‚Rasse'- oder ‚Modehunde'; Verknüpfung von sozialer Schicht, Ethnie, Milieu und Hundehaltung)
o Bedeutung von Hunden als soziale Akteur:innen in Mensch-Tier-Beziehungen und die vestimentäre Ausgestaltung dieser Beziehung (z.B. Spür-, Schutz-/Wach-, Jagd-, Blindenhunde oder ‚Schoßhündchen')
transkulturelle Aspekte in der Züchtungshistorie von ‚Modehunden'
- Verflechtungen von Mode und Raum in der Hund-Mensch-Beziehung
o Fragen nach den Interdependenzen zwischen modischer Bekleidung, Hundehaltung und öffentlichem Raum im Wandel der Zeit (z.B. Konnex bürgerlicher Spaziergang & Hundehaltung)
o der Hund im Interieur: Einrichtungsmoden und Ausstattungsgegenstände, modische Hunderassen sowie Outfits im Kontext des Wohnens

Verflechtungen von Mode und Geschlecht in der Hund-Mensch-Beziehung
o Fragen nach der Verknüpfung von (Rasse-)Hund- und Modediskursen mit Fragen geschlechtlicher und sexueller Identität (z.B. Roleplaying, Queerness und Hundehaltung, Männlichkeitsdiskurse und vestimentäre Ausstattung)

Mode, Hund und Memorialkultur (bspw. Trauerschmuck, Souvenir- und Memorialpräparate, Bestattungsriten)

Tierwohl und Tierethik
o Fragen nach den Produktionsbedingungen, der Entwurfs- und Fertigungspraxis von Ausstattungsgegenständen, Hundebekleidung und -schmuck
o Qualzüchtung, modische Hunderassen
o ‚Hunde-Models auf dem Laufsteg' (Hundestyling, Schönheitswettbewerbe, und Fotoshootings für Hunde)
o Einordnung und Relevanz von Hundehaaren und -fellen als Material für Bekleidung und Ausstattung

Die oben genannten Themenfelder sollen als Orientierung für mögliche Einreichungen dienen. Wir möchten darüber hinaus ausdrücklich dazu anregen, auch weitere Bereiche und Aspekte im Zusammenhang mit der Thematik vorzuschlagen.

Vortragsvorschläge (Titel, Abstract max. 350 Wörter, biografische Angaben) senden Sie bitte bis zum 18. Januar 2025 an threuter@hochschule-trier.de.

Die Tagung ist vom 11. bis 12. April 2025 als Hybridveranstaltung (in Präsenz und online) an der Hochschule Trier geplant. Eine Übernahme der Reise- und Übernachtungskosten ist vorgesehen.

Die Tagung findet statt in Kooperation mit dem Mariann Steegmann Institut. Kunst & Gender, dem netzwerk mode textil e.V. sowie der Hochschule Trier/ FB Gestaltung/ Modedesign.

Konzept und Tagungsleitung: Christiane Keim, Astrid Silvia Schönhagen, Barbara Schrödl, Christina Threuter

Adresse: Hochschule Trier/ FB Gestaltung/ Modedesign, Irminenfreihof 8, 54290 Trier

https://www.hochschule-trier.de/gestaltung/studiengang-modedesign

---

[English version]

#FashionableDogs: Fashion Displays, Gender Codes, and Spatial Settings in Human-Dog Relationships since the Early Modern Era.

Fashion has for some time played a very important role in the relationship between people and dogs. Lately, the dog has begun to be regarded as an economic factor by an industry that is becoming increasingly influential and that concentrates on the supposed well-being of the most popular domestic animal. New lifestyle products are constantly being marketed, for which many dog owners spare no expense or effort: There is a growing market for clothing and jewelry for dogs in particular but also for special toys and furniture. At the same time, the entanglements of this so-called pet economy and the fashion industry are increasingly being picked up by the media: Commercial fashion spreads or behind-the-scenes stories about celebrities, actors and pop stars portray people and dogs as teams with harmonized fashion aesthetics.

Dogs have, however, been an integral component of the self-fashioning of society's trendsetters and avant-garde circles as is also demonstrated by accounts in past eras (e.g., in the visual arts, photography, and film). They include a strikingly large number of (self-)portraits by artists. The importance of fashion or the fashionable for the relationship of people and dogs is thus by no means a new phenomenon; it has rather been essential to this special relationship for centuries. That is true both of the penchant for certain breeds and clothes for animals. The dog as partner, as family member, as status symbol, or as indication (signifier) of specific groups and communities such as queer communities seems to be predestined more than any other pet to express these relationships between people and dogs. The style, color, and materials of fashion for dogs are just as gender-coded as the various breeds or physical appearances of animals in general. Over the course of cultural history, different breeds have become so-called fashionable dogs—think of pugs or fox terriers. The desired breeds were constantly changing just like fashion.

The spatial situation of the human-dog constellation is important in this interplay of fashion and dog. Urban spaces in particular became catwalks for people to present themselves in the image of the typical "fashionable dog" of the time or in aesthetically harmonized human-animal teams. In addition to public spaces, homes also underwent a change in meaning as one's own four walls were used to keep dogs at least since the eighteenth century and increasingly since the nineteenth. Having pets became an important part of imagined and practiced domesticity, which in turn helped form bourgeois "Western" and "European" identities. Ideas about how the relationships between dogs and people could be influenced or optimized by dog training and care in general were subject to this change. Questions of animal ethics were therefore also asked from very different perspectives in the world of fashion and above all in the breeding of "fashionable dogs." It is therefore important to consider, for example, whether and to what extent dogs have profited from being increasingly "fashionized" and from a pet industry supposedly oriented around their needs.

The conference seeks to explore the diverse facets of the intertwining of fashion, dog, and human as a central theme for the social relationships from the early modern era to the present. This process uncovers potential overlaps between knowledge about fashion and about human-animal studies, gender theory, architecture/interior design, and spatial theory. The goal is to go beyond individual studies in this field for the first time in order to reveal structural connections within it and provide perspective on them.

We welcome proposals on the following topics, aspects, and questions:

Fashion as (visual) sign in the human-dog relationship
o Fashion and clothing for dogs and/or dog owners
o People and dogs depicted in matching outfits / human and dog as teams with coordinated aesthetics of fashion

Fashion and dog as a cultural status symbol or sign of a habitus
o "Dog fashions" in the context of an era or a specific ethnic, social, or subcultural group (question of the historical meaning of "breed" or "fashionable dog"; linking of social stratum, ethnicity, milieu, and the keeping of dogs)
o The meaning of dogs as social actors in human-animal relationships and how this relationship is expressed in clothing (e.g., sniffer dogs, hunting dogs, guide dogs, and lapdogs)
o Transcultural aspects in the breeding history of "fashionable dogs"

Interrelations of fashion and space in the human-dog relationship
o Questions of the changing interdependencies between fashionable clothing, keeping dogs, and public space over time (e.g., the connection of the bourgeois stroll & keeping dogs)
o The dog in the interior: fashions of furnishing and accessories for dogs, fashionable breeds of dogs, and their outfits in the context of the home

Interrelations of fashion and gender in the human-dog relationship
o Questions of the linking of discourses of dog (breed) and fashion to questions of gender and sexual identity (e.g., role playing, queerness, and keeping dogs, discourses on masculinity and vestmental accoutrements)

Fashion, dog, and memorial culture (e.g., mourning jewelry, souvenir and memorial taxidermy, burial rites)

Animal welfare and ethics
o Questions of the conditions of production, the practice of designing and manufacturing accessories, clothing and jewelry for dogs
o Cruel breeding, fashionable breeds
o “Dog models on the catwalk” (dog styling, beauty competitions, and photo shoots for dogs)
o Classification and relevance of dog hair and coats as material for clothing and accessories

These thematic fields are intended as orientation for possible submissions. We would, however, like to encourage explicitly proposals for other areas and aspects connected with these themes. Please submit proposals for papers (title, abstract of max. 350 words, biography) by January 18, 2025, to threuter@hochschule-trier.de.

The conference is planned on April 11 and 12, 2025, as a hybrid event (in person and online) at Trier University of Applied Sciences. Travel and lodging costs may be covered.

The conference is a cooperation of the Mariann Steegmann Institut. Kunst & Gender (Bremen), netzwerk mode textil e.V., and Trier University of Applied Sciences / Department of Design / Fashion Design.

Concept and conference organization: Christiane Keim, Astrid Silvia Schönhagen, Barbara Schrödl, Christina Threuter

Address: Trier University of Applied Sciences / Department of Design / Fashion Design, Irminenfreihof 8, 54290 Trier

https://www.hochschule-trier.de/en/gestaltung/mode

Quellennachweis:
CFP: Mensch-Hund-Beziehungen seit der Frühen Neuzeit (Trier, 11-12 Apr 25). In: ArtHist.net, 13.12.2024. Letzter Zugriff 24.11.2026. <https://arthist.net/archive/43527>.