

# Von Seoul nach Jeju Island: Eindrücke einer Kongressreise

von Prof. Dr. Anne-Marie-Grundmeier

Prof. Dr. Anne-Marie Grundmeier, Pädagogische Hochschule Freiburg, Mode- und Textilwissenschaften und ihre Didaktiken

Mit dem internationalen Interesse an K-Pop und K-Beauty änderte sich das Bild von Südkorea: Die sogenannten K-Pop Idols sind Sänger:innen und Tänzer:innen, die in einer höchst professionellen Unterhaltungsindustrie über mehrere Jahre geschult werden, bevor sie in der Öffentlichkeit auftreten. Diese Investitionen der Unterhaltungsagenturen müssen sich über deren Erfolg bezahlt machen, was einen dementsprechenden finanziellen Druck auf die jungen Künstler:innen ausübt. Boy oder Girl Groups pflegen einen sehr modischen Look, der für die Bühne entworfen wird und bei den weiblichen Stars sehr körperbetont ist. Das koreanische Schönheitsideal, feine Gesichtszüge, Porzellanhaut, glänzende Haare und eine feingliedrige schlanke Figur, wird von ihnen konsequent vermittelt. Die K-Schönheit, Hautpflege- und Make-up-Produkte, aber auch immer mehr koreanische Modelabels fördern den weltweiten Konsum koreanischer Produkte als Teil der Hallyu-Welle.

Südkorea ist bekannt für seine Modeaffinität und den starken Einfluss der K-Pop-Industrie auf die Bekleidungstrends. Der Umsatz im südkoreanischen Bekleidungsmarkt wird für das Jahr 2024 auf etwa 36,50 Mrd. € geschätzt, bei knapp 52 Millionen Gesamtbevölkerung, und ist damit um etwa 30 Mrd. € geringer als in Deutschland (Statista Markets Insight, o. J., a). Koreanische Streetwear ist vor allem in dunklen Farben und Beigetönen gehaltene lockere Kleidung, welche die Körperformen eher verbirgt und von beiden Geschlechtern getragen wird. Neben den eher düsteren Trends gibt es vor allem für Frauen farbenfrohere Looks mit Rüschen, Spitzen und kindlichen Printmotiven, aber auch Männer in Faltenröcken gehören in Seoul zum Straßenbild. Der unverzichtbare K-Fashion-Hut ist der Fischerhut (Bucket Hat), um das Gesicht wirksam vor der Sonne zu schützen.

Sonnenschutz ist ein sehr wichtiger Teil des koreanischen Lebensstils und des sehr ausgeprägten Schönheitsbewusstseins, auch als Lookism bezeichnet (Lee et al., 2017). Das Streben nach äußerlicher Perfektion wird in journalistischen und wissenschaftlichen Beiträgen durchaus kritisch gesehen (Lee, 2019; Yoon, 2022). Südkoreas Kosmetikindustrie und kosmetische Chirurgie sind bedeutende Industriezweige, was aktuelle Statistiken belegen: Für das Jahr 2024 wird der südkoreanische Markt für Kosmetik und Hautpflege mit einem Umsatz von rund 13,76 Milliarden Euro angegeben und soll laut Prognose

Werbung in Gangnam Station,  
Foto: Anne-Marie Grundmeier



bis 2028 auf 15,27 Mrd. € ansteigen. Das größte Marktsegment ist Hautpflege, das im Jahr 2024 einen Wert von etwa 8,40 Mrd. € aufweist gegenüber Deutschland mit etwa 5,31 Mrd. €. (Statista Markets Insight, o. J., b). Über 7.500 Kosmetik- und Hautpflegehersteller gibt es in Südkorea (Hu, 2023), das zu den Ländern mit der höchsten Anzahl an ästhetisch-plastischen Operationen zählt (ISAPS, 2023). Die Forscherin Elfving-Hwang (2020) untersucht u.a., wie Schönheitspflege und kosmetische Chirurgie in Südkorea als Voraussetzung für beruflichen Erfolg und gesellschaftlichen Status wahrgenommen werden.

Seoul, die Hauptstadt Südkoreas mit nahezu 9,8 Millionen Einwohnern, ist eine Metropole, die Wolkenkratzer, ein hochmodernes U-Bahnsystem und Popkultur mit buddhistischen Tempeln, Palästen und Straßenmärkten vereint. Mit Gangnam Style, Gangnam bedeutet „südlich des Flusses“ – in diesem Fall südlich des Han-Flusses, bezeichnet man den luxuriösen Lebensstil, der mit dem Bezirk Gangnam verbunden wird. Das Viertel gilt als Zentrum der Schönheitsindustrie in Südkorea. Nicht zuletzt ist es aufgrund der medialen Verbreitung schwer, sich dem Schönheitskult zu entziehen. In den U-Bahnhöfen und entlang der Einkaufsmeilen finden sich großflächige Werbebanner und Videoanzeigetafeln, die das koreanische Schönheitsideal anpreisen. Ebenso im Fernsehen und im Internet wird man regelmäßig damit konfrontiert: Die K-Pop-Idols leben die Schönheitsideale vor und immer mehr von ihnen bekennen sich auch öffentlich zur Schönheitschirurgie. Personen werden bei ihren Schönheitsoperationen begleitet und die erfolgten Veränderungen in Form von Vorher-Nachher-Vergleichen medial dokumentiert.



Nicht zuletzt vor diesem gesellschaftlichen Hintergrund ist eine Kongressreise nach Südkorea an die Hanyang-Universität (HYU, o. J.) und zur Tagung der Korean Society of Clothing and Textiles (KSCT, o. J.) ein besonderes interkulturelles Erlebnis mit zahlreichen bleibenden Eindrücken.

K-Pop Girl Group Marketing in Gangnam, Foto: Anne-Marie Grundmeier

College of Human Ecology, Foto: Studentin der Hanyang-Universität





Campus der Hanyang University,  
Foto: Anne-Marie Grundmeier

Die Hanyang-Universität ist eine Privatuniversität mit über 35.000 Studierenden mit Sitz in Seongdong-gu, einem ursprünglich für die Herstellung von Bekleidungsartikeln bekannten Viertel am Fluss Han. Der Hauptcampus befindet sich in Seoul, und der zweite, der Education Research Industry Cluster (ERICA), liegt in Ansan, einer Stadt südwestlich von Seoul. Derzeit gibt es 15 Fakultäten und 60 Abteilungen auf dem Seoul-Campus sowie 8 Fakultäten und 40 Abteilungen auf dem ERICA-Campus. Die Universität ist für ihre technische Forschung anerkannt und wirbt mit der Eigenbezeichnung „Engine of Korea“ (Triebwerk von Korea). Sie verfügt über ein Alumni-Netzwerk von 330.000 Personen, das sich nicht nur auf die Ingenieurwissenschaften, sondern auch auf andere Bereiche erstreckt. In den QS World University Rankings 2024 (QS Quacquarelli Symonds, o. J.) wird sie auf Platz 164 eingestuft. Die Universität nimmt jedes Jahr etwa 7.400 ausländische Studierende auf, und mehr als 3.000 Studierende gehen jährlich ins Ausland. Zu den über 820 Partneruniversitäten in nahezu 90 Ländern gehören das Massachusetts Institute of Technology, USA; die Cambridge University, Vereinigtes Königreich, und die Tsinghua University in China.

Die Aufgabe der Abteilung für Textilien und Bekleidung der HYU (2021) besteht darin, Expert:innen für die Modeindustrie

in Theorie und Praxis auszubilden. Jedes Jahr veranstalten die Studierenden das HECO-Festival, zu dem auch eine Abschlussmodenschau und eine Ausstellung gehören. Ehemalige Absolvent:innen der Hochschule sind als Professor:innen, Lehrpersonen, Modedesigner:innen und in der Modeindustrie tätig. Der Fachbereich existiert seit über 50 Jahren und umfasst Bachelor- und Masterstudiengänge, in denen alle Prozesse der Bekleidungsproduktion gelehrt werden, angefangen von der textilen Wertschöpfung über das Design bis zum Modehandel und Modemarketing. Die Studierenden erhalten eine umfassende Ausbildung in Laboren, Werkstätten und CAD-Räumen und lernen dabei alle Prozesse der Bekleidungsindustrie kennen.

Mein Gastvortrag war Teil einer Vortragsreihe ausländischer Dozierender und beschäftigte sich mit den Chancen und Herausforderungen der europäischen Modeindustrie im internationalen Vergleich. Im Anschluss daran sprach Prof. Dr. Byoungho Ellie Jin von der NC State University, USA, über die Zukunft einer kreislauffähigen Mode. Die Vorträge waren hochschulöffentlich und richteten sich aber vornehmlich an Studierende für Modemarketing in einem englischsprachigen Seminar, an dem auch internationale Studierende teilnahmen. Die einladende Dozentin Prof. Dr. Eunsoo Baek ist Expertin für Modewirtschaft und Marketing.



Die Korean Society of Clothing and Textiles (KSCT, 2024) lud am 10. und 11. Mai 2024 zur International Conference on Clothing and Textiles (ICCT) ein, die im International Convention Center auf Jeju Island stattfand. Seit dem Jahr 2018 organisiert die KSCT diese Konferenz alle zwei Jahre als internationale Veranstaltung, zu der ausländische Wissenschaftler:innen für Vorträge eingeladen werden. Im Jahr 1976 wurde die KSCT als gemeinnützige akademische Organisation gegründet. Mit über 4000 Mitgliedern ist sie die größte Bildungs- und Wissenschaftsorganisation für den Bereich Mode und Textil in Korea. Hauptziel ist es, die Forschung und Ausbildung von Akademiker:innen und Industriepraktiker:innen zu fördern. Im Mai 2024 fand im Rahmen der ICCT ein gemeinsames Symposium mit der Japan Research Association for Textile End-Uses statt.

Das zentrale Tagungsthema der ICCT 2024 war die Kreislaufwirtschaft für ein gesundes und widerstandsfähiges Wachstum der Mode- und Textilindustrie. Mit dem

Schwerpunkt „Fashion Forward to Resilient Future“ wurden Beiträge zu folgenden Themen präsentiert und diskutiert: Innovationen in der Modeindustrie, technologiegesteuertes Design und Fertigung, umweltverträgliche Materialien, nachhaltige Geschäftsmodelle, digitale Mode, Heterogenität und Inklusion, Künstliche Intelligenz, Unternehmensverantwortung, Arbeitsrecht, Menschenrechte und Automatisierung, Medien und Technologie sowie Paradigmenwechsel in der Mode- und Textilausbildung.

Dafür wurden an zwei Tagen Vorträge von Wissenschaftler:innen mit Plenumsdiskussionen gehalten, drei Vortragende kamen aus Europa (England, Deutschland, Spanien), eine größere Anzahl aus den USA. Doktorand:innen brachten ebenfalls ihre Forschungsprojekte ein, und es fand nach einem Galadinner eine Gesprächsrunde der eingeladenen Professor:innen mit den Doktorand:innen statt, um aus Länderperspektive und der Perspektive der verschiedenen Hoch-

Gruppenfoto der ICCT 2024, Foto: KSCT

schulen und Universitäten Fragen zu den Forschungsvorhaben und der professionellen Entwicklung der Promovierenden zu beantworten. Neben den wissenschaftlichen Vorträgen und Diskussionen wurde ein Workshop zum Pflanzenfärben von Wolltextilien angeboten, der in einem Künstleratelier stattfand und die Möglichkeit bot, bei dieser Tätigkeit in einen persönlichen kollegialen Austausch zu treten.

Mein Vortrag zum Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung im Kontext Mode und Textil leitete eine der Tagungssektionen mit dem Schwerpunkt der Aus- und Weiterbildung ein.

Südkorea hinterlässt bei mir vielfältige Eindrücke, was die Menschen und die Alltagskultur in so verschiedenen Orten wie der Metropole Seoul und der Insel Jeju betrifft. Die Tagung machte deutlich, dass die uns in Europa betreffende Entwicklung hinsichtlich Digitalisierung und Nachhaltigkeit der textilen Wertschöpfung und des Modemarktes gleichermaßen Themen sind, die in Südkorea als einem ebenfalls konsumorientierten Land eine wesentliche Rolle in der Textilwirtschaft spielen und ein diesbezüglicher Austausch von hohem Wert für eine gemeinsame Zukunft ist. Mein Dank gilt der KSCT für ihre Einladung und finanzielle Unterstützung der Kongressreise.

## Quellen

**Statista Markets Insight, Bekleidung** – Südkorea, o. J. a,

<https://de.statista.com/outlook/cmo/bekleidung/suedkorea> [01.07.2024].

**Lee, Hyemin, Son, Inseo, Yoon, Jaehong & Kim, Seung-Sup, Lookism Hurts: Appearance discrimination and self-rated health in South Korea**, in: *International Journal for Equity in Health*, 2017, 16(1), 204,

<https://doi.org/10.1186/s12939-017-0678-8>.

**Lee, S. Heijin, Beauty between Empires: Global Feminism, Plastic Surgery, and the Trouble with Self-Esteem**, in:

Lee, S. Heijin; Moon, Christina H. & Tu, Thuy Linh Nguyen (Hrsg.), *Fashion and Beauty in the Time of Asia*, NYC, New York Press, 2017, 69-102, <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479892150.003.0004>

**Yoon, Katherine, Beneath the Surface: The Struggles of Dismantling Lookism in Looks-Obsessed Korea**, in: *Embodyed: The Stanford Undergraduate Journal of Feminist, Gender, and Sexuality Studies*, 2022, 1(1),

<https://ojs.stanford.edu/ojs/index.php/sjfgss/article/view/2118>.

**Statista Markets Insight, Beauty & Personal Care** – Südkorea, o. J. b,

<https://de.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/suedkorea> [01.07.2024].

**Hu, Elise, Flawless: Lessons in Looks and Culture from the K-Beauty Capital**, NYC, Dutton, 2023.

*International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS), ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures*, 2023, [https://www.isaps.org/media/rxnfqibn/isaps-global-survey\\_2023.pdf](https://www.isaps.org/media/rxnfqibn/isaps-global-survey_2023.pdf).

**Elfvig-Hwang, Joanna, Competency as an Embodied Social Practice: Clothing, Presentation of Self and Corporate Masculinity in South Korea**, in dies. (Hrsg.), *Masculinities and the Modern Career*, Berlin, DeGruyter, 2020, 133-151, <https://doi.org/10.1515/9783110651874-008>

**Hanyang University, Pulse of Innovation**, o. J., <https://www.hanyang.ac.kr/web/eng/home> [01.07.2024].

**The Korean Society of Clothing and Textiles (KSCT)**, About KSCT, o. J., <https://www.ksct.or.kr/eng/> [01.07.2024].

QS Quacquarelli Symonds, *QS World University Rankings*, o. J.,

<https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings> [01.07.2024].

**Hanyang University, Department of Clothing and Textiles College of Human Ecology**, Hanyang University, 2021,

<https://fashion.hanyang.ac.kr/introduction-eng> [01.07.2024].