

Dirndl

Dragten som tidssvarende tradition

Af Christian Jantzen

Theresienwiese/München, mandag den 3. oktober 2011 ved middagstid

Jeg står foran hovedindgangen til Oktoberfestens plads. En uafbrudt række mennesker strømmer fra den nærliggende S-togsstation Hackerbrücke ind mod festpladsen, som i daglig tale blot kaldes *Wiesn*. Det er Genforeningsdagen, en tysk fridag. Dette er en af de sidste store bølger besøgende, før festen, lidt over klokken 23, slutter for dette år. Den har stået på i 17 dage og flere end 7 millioner gæster har deltaget i, hvad der nok må betegnes som verdens største folkefest. I de foregående dage er der blevet drukket godt 7 millioner liter øl. De besøgende har sat det, der svarer til 100 okse, 65.000 svineskanke og 700.000 høns til livs. Jeg har været på pladsen siden cirka klokken 9 om morgenen og ved, at der på nuværende tidspunkt er ved at være fyldt godt op. I nogle af de populære øltelte, for eksempel i Hippodrom eller Hofbraü Festzelt, er siddepladserne allerede så godt som alle optaget. Det er jo ikke, fordi der skorter på plads. Selve *Wiesn* er et asfalteret anlæg på 42 hektar, eller godt 75 tønder land. Festpladsen rummer foruden ølteltene et kæmpehjul, en 8-bane, en *loop*, karruseller, gøglertelte, spøgelseshuse, et loppecirkus og alskens andre fornøjelser. Her er noget for alle aldre. Man møder da også både børnefamilier og pensionister. Inde i teltene træffer man selvfølgelig fortrinsvis besøgende fra de mellemliggende aldersgrupper. Der er i alt 14 øltelte, som tilsammen skulle kunne rumme cirka 100.000 gæster.



Hofbraü Festzelt, søndag 2. oktober ved middagstid. Dette festtelt skulle være særligt besøgt af turister. Her findes da også et bredt udsnit af beklædningsformer.

Jeg betragter de tilstrømmende, og det slår mig, hvor mange af de feststemte, der i grunden er iklædt *lederhosen* eller *dirndl*. Jeg har selvfølgelig lagt mærke til de mange dragter på pladsen og i teltene. Men her, hvor jeg kan se de besøgende defilere forbi, bliver det nemmere at få overblik. I løbet af fem minutter har jeg fastlagt dem med cirka 10 sekunders interval. Det er blevet til 30 billeder med cirka 750 forskellige mennesker. Omtrent halvdelen har denne specielle festdragt på. Relativt set flere kvinder går i *dirndl* end mænd i *lederhosen*. Etnologen Simone Egger har i 2004 og 2005 foretaget feltarbejde i forbindelse med Oktoberfest. Hun interviewede i den forbindelse bærere af *dirndler* og *lederhosen*. I 2004 angav næsten halvdelen af de adspurgte, at det var første gang, de havde dragten på til festen. Dragten var anskaffet mellem 2001 og 2004, fortrinsvis i 2003 og 2004. Yderligere 15% havde købt dragten mellem 1999 og 2001 (Egger, 2008: 45f). Brugen af dragt til Oktoberfest synes dermed især at være et fænomen, som hører dette årtusind til.

Den antagelse bestyrkes af andre statistiske oplysninger. En optælling på baggrund af videoregistreringer fra en af festpladsens hovedstrøg har vist, at antallet af kvinder i hverdagstøj faldt fra 49% i 2006 til 44% i 2007. I samme periode steg antallet af kvinder i *dirndl*dragter fra 39% til 42%. Restgruppen havde andet festtøj på (henholdsvis 12% og 14%). Til sammenligning faldt brugen af hverdagstøj blandt mænd fra 63% til 58%. Anvendelsen af *lederhosen* og andre bayriske dragter steg fra 30% til 34% (Heyl, 2010: 68). Brug af dragt til festen kan således siges at være trendy.

De fleste deltagere i Oktoberfest kommer fortsat fra Bayern, nemlig omkring 70% (Egger, 2008: 88). Længe var det en, også i økonomisk henseende, tilbagestående del af Tyskland. I dag er dette forbundsland nyrigt, men fremdeles konservativt. Det er i sin egen selvforståelse kendetegnet ved 'Laptop und Lederhosen', 'Dirndl und Digitales' (Frey, 2009: 90). Det forhold, at disse dragter efterhånden også sælger godt i nordtyske byer som Bremen, Hamborg og Berlin, hvor der traditionelt hersker et modsætningsforhold til Bayern, og at de også anvendes på aflæggerfester uden for Bayern, gør selvfølgelig fænomenet yderligere interessant. Hvad får nutidskvinder til at iklæde sig en *dirndl*dragt, som, skulle man tro, hører kødgrydernes tid til?

Folk og festdragter

Oktoberfest er en traditionsrig årlig begivenhed, som i 2011 blev afholdt for 178. gang siden 1810. Men i et langstrakt historisk perspektiv er den nuværende udbredelse af traditionsinspirerede eller afledte dragter i grunden opsigtsvækkende. For indtil 1960erne var det faktisk kun personalet (servitricer, musikanter), medlemmer af folkedragtsforeninger og visse honoratiores, der klædte sig på denne måde. Fotografier fra svundne tider viser, at almindelige festdeltagere enten bar hverdagstøj, søndagstøj eller selskabstøj (for eksempel smoking eller balkjoler) (Dering og Eymold, 2010).



For servitricer har *dirndlen* været arbejdstøj siden starten af det 20. århundrede.

I dag synes det pænere tøj så godt som forsvundet. De besøgende har enten hverdagstøj på, som eventuelt kan være tilsat et folkloristisk element (for eksempel en ternet skjorte, et halstørklæde eller en vest) eller et festligt attribut (for eksempel en af de ølhatte af filt, som sælges ved en af de mange boder på og omkring pladsen). Eller også bærer de decideret festtøj. Denne kategori rummer foruden dragter fra den alpine region også karnevalsdragter – rhinlandske, burgundiske eller eksotiske munderinger – og andre regionale dragter (for eksempel den skotske kilt eller *das Friesenhemd*), der udtrykker, at begivenheden er ikke-hverdagsagtig, men netop ekstraordinær og allerede derfor festlig. De alpine dragter er i sagens natur langt de mest udbredte. Men denne underkategori spænder i sig selv fra relativt kostbare historiserende folkedragter, skræddersyet efter gamle forlæg, til billigt *Wiesn-Gwand*, massefremstillet i fjernøsten, og fra klassiske modeller i mere traditionelle snit, mønstre og farver til decideret design- eller modeprægede kreationer (jævnfør Egger, 2008: 13, 65ff).

Blandt betragtere af fænomenet er der en bemærkelsesværdig enighed om, hvorfor brugen af *dirndl* – og for den sags skyld *lederhosen* – til Oktoberfest er tiltaget markant siden årtusindskiftet (Egger, 2008; Heyl, 2010; Hollmer og Hollmer, 2011). Den destabilisering af identiteten, som skulle være kendetegnende for senmodernitetens opløsning af de sidste rester af traditionsbundethed (for eksempel Beck og Giddens og Lash, 1994), fremkalder usikkerhed. Globaliseringen og terrortruslen siden 9/11 har yderligere skærpet denne problematik. Regionale dragter giver således en lejlighedsvis mulighed for at forankre sin tilværelse i et tilsyneladende relativt stabilt tilhør til en egn og dens historie. Brugen af dragter udtrykker således en gentraditionalisering, som skulle afstive identiteten – i hvert fald midlertidigt. Samtidig er fester en kærkommen lejlighed til at bryde med hverdagens trummerum og derved udleve nogle sider af sit selv, som måske har trænge kår på arbejdet eller derhjemme. Fester indbyder til rollespil og til selviscenesættelse. I den forbindelse er *dirndl* ferie fra mig selv, det vil sig en legende og lystpræget måde at udtrykke andre sider af

sin kvindelighed på end de, der til dagligt er fremherskende (Frey, 2009: 97; Hollmer og Hollmer, 2011: 37ff).

Disse årsagsforklaringer af sociologisk eller socialpsykologisk karakter peger på kontekstuelle forhold ved brugen. De siger til gengæld ikke særligt meget om, hvorfor netop denne dragt egner sig til en gentraditionalisering, som ikke desto mindre er både tidssvarende (og derfor i fremvækst) og selvbekræftende. For det interessante ved dragten er for det første, at brugen afspejler en udbredt modebevidsthed hos brugerne. Den store diversitet i de former, farver og faconer, der anvendes, viser denne refleksivitet.



Gentraditionalisering

Dragten er en leg med traditionen. Hvad der for det andet gør dragten interessant er, at denne leg samtidig er alvorlig. For det selvbillede, der leges med, skal kunne genkendes inden for en gruppes optik. Denne gruppe er så i øvrigt ikke nødvendigvis specielt veldefineret. Det kan være for eksempel venskabsgruppen eller bysbørn. Men det kan også være den ret så diffuse masse af øvrige festedeltagere. I den brede gruppe kan både det (for) pointerede eller afvigende og det (for) stereotype eller traditionelle skabe afstand. I det følgende vil jeg derfor sætte fokus på, hvordan *dirndl*dragten inviterer til leg og refleksivitet, til iscenesættelsen af et lidt andet selvbillede, til en måske lettere udflydende, men ikke desto mindre relevant senmoderne traditionsbekræftelse samt til konflikter om tradition og selvbilleder. Analysen starter med en redegørelse for, hvad en *dirndl* i grunden er.

'A Dirndl muass a Dirndl tragen'

'En dirndl skal bære en dirndl,' sådan lyder første linje i Xaver Wegeles ikke specielt finkulturelle Oktoberfesthit fra 2009, *Das Dirndl-Lied* (Wegele, 2009). Ordet *Dirndl* er afledt af det højtyske *Dirne* og suffikset *-lein* (lille). *Dirne* betød oprindeligt ung pige, mø, jomfru. *Dirndl* er altså i grunden og lettere pleonastisk en lille ung pige. Ordet er samtidig, ligesom alle andre diminutiver, intetkøn: *das Dirndl*. Den oldhøjtyske form er *thiorna*, med som afledt danske låneord *terne*, som nu er i ubrug. Ifølge ODS (2005) er *terne* beslægtet med at tjene og tyende, hvorfor ordets første betydning på dansk er ung pige i tjenende stilling; tjenestepige. I det højtyske sprogområde kom *Dirne* tilsvarende til at udtrykke en tjenerinde eller en ufri eller livegen kvinde, nogle gange i den videre betydning en hore (DWDS, 2003).

En *Dirndl* var således en kvinde på samfundets bund, hvilket også kom til udtryk i hendes dragt. Den var simpel: en lang undertrøje, som også kunne tjene som natskjorte, uden på trøjen en kjole, fortrinsvis lavet af det stof, som herskabet måtte have tilovers, og om livet et skørt, som typisk var rester af aflagte duge, gardiner eller sengelinned. Denne enfoldige dragt havde intet andet navn end det, der henviste til bærerens nedrige sociale position: en *Dirndlgwand* eller *-kleid*. En tjenestepige måtte bære en *dirndlkjole* – af nød, fordi hun ikke havde andet at tage på eller skifte til.



Dirndler i toilet køen

Denne dragt er således enkel i sin grundstruktur, fordi den kun består af tre tøjelementer. Men den er samtidig varieret, fordi to af disse elementer er sammensat efter de forhåndenværende søms princip. Den er *patchwork*: kjolens overdel kan bestå af andet stof end underdelen, og skørtet kan matche kjolens farver eller danne en kontrast. Og grundstrukturen er tiltrækkende som udgangspunkt for en garderobe, fordi den let kan udbygges med andre beklædnings-elementer: underkjole eller *petticoat*, sjal, vest, korset, jakke eller spencer, smykker (for eksempel Edelweiss eller Charivari), handsker, hat, taske og strømper. Og sko ikke at forglemme, hvad enten de er højhælede eller flade, vandrestøvler eller gummisko. Desuden er grundstrukturens tre elementer ikke underlagt et fast materiale-

eller farvevalg, om end klassiske mønstre som Vichy-kvadrater i blåt eller rødt (det såkaldte *Karo-motiv*) eller blomstermotiver er hyppigt forekommende. Unge piger (i alle aldre) burde derfor naturligvis gå i *dirnld*dragt, vil tilhængere hævde. Den tillader nærmest uendelige kombinationsmuligheder inden for en fast og genkendelig grundstruktur.



Designer-dirndler

Tilhængere betoner endvidere, at dragten lader den enkelte kvindes attributter fremstå på mest fordelagtig vis (Hollmer og Hollmer, 2011: 30). Undertrøjen blev i starten af det 20. århundrede udskiftet med blusen som grundelement (Tostmann, 2008: 66). Og bluser fås i alt fra Carmen-model (det vil sige med blottede skuldre), hvilket foruden at vise *decolleté* også kan fremhæve ryggen, til tilknappede modeller med høj krave (*Stehkragen*), der betoner halsen. Bluserne er oftest hvide, men kan efter modens luner og bærerens smag ligeledes være pastelfarvede, røde, blå eller sorte. Kjolen har traditionen tro talje, og underkjolen sidder løst, hvilket understreger hofter og bag. Da kjolens længde kan være både lårkort, halv- og hellang, er der mulighed for at vise så meget ben, som bæreren nu lyster. Og det, som ikke bør vises, kan dragten omvendt let skjule. Erotiseret eller ej, så er *dirnld*dragten i udgangspunktet et sanseligt kostume. Enhver *dirnld*dragt bør derfor ideelt set kunne føre sin unge pige (i alle aldre) frem.

Invention of tradition

At dragten hedder *Dirnldgwand* eller *-kleid* angiver, at den er navngivet udefra. Det er andre end tjenestepigerne selv, der har betegnet tøj på denne måde. Dette navn er ikke

nedsættende ment, men stammer faktisk fra den ny- eller senromantiske bølge, som havde et godt greb om borgerskabet i slutningen af 1800tallet. Med den moderne kapitalisme og urbaniseringen opstod også idealet om et fritidsliv, afskærmet fra arbejdet, og om naturen som positiv modpol til byen. Borgerskabet begyndte at holde ferie, og søgte her – et århundrede efter Rousseau – tilbage til naturen. I disse omgivelser var byens beklædning hverken hensigtsmæssig eller passende. Ved at efterligne de indfødtes dragter fik de første moderne turister både større bevægelsesfrihed, en oplevelse af samhørighed med værterne og omgivelserne, samt en fornemmelse af autenticitet, som storbylivet ofte manglede. De iscenesatte sig som en del af den natur og det landsbyfællesskab, som deres forfædre ofte måske blot en generation tidligere var undsluppet (jævnfør Tostmann, 2008: 11 ff, for en kort familiekrønike).

I det tyske område gjaldt ferien ikke mindst alperne: det vil sige Bayern og Tyrol. Det var tøj fra disse egne, som derfor kom til at sætte standarden for fritids- og sportsbeklædningen. For herrer var jagtbeklædning (gerne med *lederhosen*) normen. Denne mode blev fremmet af, at både repræsentanter for det bayriske kongehus Wittelsbach (for eksempel kong Maximilian II og prinsregent Luitpold) og den østrigske kejser Franz Josef af Habsburg hvert år i ferieperioden iklædte sig dette tøj for at vise tilknytningen til folket (Frey, 2009: 89; Tostmann, 2008: 33). Det gav et royalt anstrøg. For kvinderne blev derimod tjenestepigernes enkle, men lette og farverige dragt udgangspunktet. Med *dirndl* på kunne de ligesom dronning Marie Antoinette, mere end et århundrede tidligere, lege, at de var hyrdepiger *à la tyrolienne* eller *bavarienne*, med alle de karakteregenskaber, som tjenestepigerne fik tildiget: blandt andet naturlighed, renhed, oprigtighed, troskyldighed eller spontanitet. *Dirndlen* var allerede dengang ferie fra mig selv (Hollmer og Hollmer, 2011).



Tyrol 1913: Anna Freud i *dirndl* går tur med sin far. Han er moderigtigt ikklædt loden jagttøj.

Denne fritidsmode holdt sig til længe op i det 20. århundrede (Tostmann, 2008: 36). Den alpine mode fik endvidere finkulturel status med Salzburger Festspiele, hvor mænd og kvinder forventedes at møde op i dragt. Med operetten *Im weissen Rössl* (Benatzky, 1930), som gik sin sejrsgang i den vestlige verden, og med reportagerne fra Vinter-OL i det bayriske Garmisch-Partenkirchen (1936) og *Heidi*-filmen med Shirley Temple i hovedrollen (1937), blev dragterne også populærkulturelt genkendelige for det store og endnu ikke særlig berejste publikum (Egger, 2008: 41). Dragten blev en del af det stereotype billede af tysk *Gemütlichkeit*. Et senere værk som Rodgers & Hammersteins musical *Sound of Music* (1959, filmatiseret 1965), baseret på von Trapps (1949) selvbiografi, har bekræftet dette billede for efterfølgende generationer. Dragt og alpine livsformer knyttes sammen med musik og livsglæde, gamle dyder og naturlighed.

Ikke kun navnet, men også opfattelsen af, hvad *dirndl*dragten består af, og hvad den står for, er således i høj grad bestemt af det fremmede blik. For dette blik er dragten eksotisk og regionsspecifik. Den tilhører alpesamfund og deres kultur og kan valoriseres positivt (som noget på en eller anden måde mere oprindeligt end for eksempel storbyens hverdag) eller negativt (som tilbagestående og konservativt i forhold til moderniteten). Men *dirndlen* er netop ikke lokalitets- og tidsspecifik. Den kan knyttes til hverken et præcist geografisk sted (en dal eller landsby) eller et bestemt tidspunkt. Dragten er ikke tid og stedfæstet tradition, men snarere udflydende folklore.

Dette er faktisk en torn i øjet for traditionsvogtere i de mange folkedragtsforeninger, som forsøger at fremme interessen for de gamle dragter. De må ikke blot lide den tort, at navnet på kvindens dragt er af liden ædel byrd. Også den kaldes nemlig *dirndl*. De må ydermere se deres egne ægte dragter kopieret, udvandet og forvansket af producenter, som spiller ind på årets mode. Moden er jo traditionens negative pol. Traditionalister har derfor alle mulige nedsættende betegnelser for de masseproducerede og følgelig uægte varer: *Kitsch-Dirndl*, *Wiesngwand*, *Landhausmode*, *Touristen-Trachten-Kitsch* og så videre. Værst af alt er måske, at det store publikum ikke kan se forskellene og formentlig heller ikke kerer sig synderligt om dem.

Traditionalisternes kamp mod de modeprægede dragter er således en bagtrops skærmydsler. Den synes på forhånd tabt. Efter variationen af *dirndler* på festpladsen at dømme sætter de fleste bærere nemlig pris på at kunne sammensætte netop deres *dirndler* efter egne indsigter, men inden for den enkle grundstruktur. Set fra et teoretisk perspektiv, er kampen også håbløs, fordi der selvfølgelig ikke findes sådan noget som den autentiske *dirndl*. De dragter, der dyrkes som ægte i folkedragtsforeningerne, er statiske og miskender både det foranderlige og tilfældige, samt det klasse- eller standsspecifikke, som i høj grad prægede fordums tøj på landet. Forhold, som den moderne etnologi i øvrigt har påvist allerede for mange år siden (Bausinger, 1961).

De mange traditionslignende kreationer gør det således vanskeligt at håndhæve en tradition for egentlige dragter. Det har til gengæld været meget nemmere at fæstne det indtryk, at dragt og Oktoberfest hører sammen. Men den sammenhæng er ikke mere end 40 år gammel og er, som allerede antydnet, først for alvor blevet tydelig i det seneste årti. Her er der opfundet en tradition (Hobsbawm og Ranger, 1983), ikke af politiske magthavere, men af markedskræfterne – udbyderne såvel som konsumenterne – som ud fra hvert deres rationale har interesse i en sådan tradition. *Wiesn* og dragt drejer sig om omsætning og om identitetsprojekter og rollespil.

Siden 1952 er der hvert år blevet fremstillet en særlig plakat til Oktoberfest. Første gang, at *dirndlen* vises på plakaten, er i 1975 (Frey, 2009: 92). Den ældste annonce, for *dirndl*dragter i forbindelse med Oktoberfest, er fra firmaet Loden-Frey. Den stammer fra 1968 (Dering og Eymold, 2010: 239). Den egentlige sammenknytning af dragt og fest kommer med Münchens værtskab for Sommer-OL i 1972. I et forsøg på at promovere München som *Weltstadt mit Herz*, fik Fristaten, som det bayriske forbundsland kalder sig selv, fremstillet en speciel *dirndl* i blå og hvidt (det vil sige farverne i det bayerske våben) til begivenhedernes *hostesser* (Heyl, 2010: 66). Hermed bliver *dirndlen* 'en slags nationalkostume' (Wandinger, 2002: 181). Dragten er hermed flyttet fra landdistrikterne ind i delstatens hovedstad. Siden da hører München, Oktoberfest, øl, *dirndler* og *lederhosen* uløseligt sammen i folks bevidsthed og – dog først siden årtusindskiftet – tillige i festdeltagernes faktiske adfærd.

I år begyndte september i marts

En magasinartikel med den sigende titel *Die bayerische Burka* starter på følgende måde: 'Det bliver hele tiden tidligere september. Dette år faldt september i marts' (Tomas, 2010). Med denne indledning vil forfatteren angive, at butikernes optakt til Oktoberfest starter tidligere for hvert år, der går. Indtil for nyligt var det først i slutningen af juli, at butikkerne begyndte at

geare op til begivenheden. Men hvis udviklingen fortsætter i nuværende takt, så vil der, forudser forfatteren, om ti år kun være *dirndl*- og *lederhosen*-butikker tilbage i München. Så vidt er det ikke kommet endnu. Allerede morgenen efter festens afslutning var *dirndl* og *lederhosen* faktisk forsvundet fra de store tøjforretningers udstillingsvinduer. Til gengæld kunne der fortsat købes dragter i de mange outlets, som har klumpet sig sammen ved hovedbanegården – og det med op til 70% rabat. Det er her, man finder de billigste *dirndler*. Et grundsat med kjole, skørt og bluse koster almindeligvis mellem 50 og 75 €. Lidt dyrere er det i Münchens største specialforretning Wies'n Tracht & Mehr. Firmaet har syv filialer i indre by og i forstaden Schwabing. I de store tøjforretninger (for eksempel Galleria eller C&A), hvor kvaliteten er væsentligt bedre, starter prisen omkring de 200 €. I designerbutikkerne, for eksempel hos Daniel Fendler, koster et sæt til gengæld hurtigt 2300 €. Så får man til gengæld også en næsten skræddersyet *dirndl* af de bedste materialer (fløjls og silke). På Maximilianstrasse, Münchens svar på Manhattans 5th Avenue, har både Hugo Boss og Escada til lejligheden *dirndler* i prisklassen fra 600 til 1000 €. Og i byens *up-scale* tøjforretninger, som for eksempel Loden-Frey og Angermaier, ligger dragterne i samme prisleje. Her fører man *dirndler* fra renommerede bayriske og østrigske producenter.



En af Wies'n Tracht & Mehrs filialer.

Det blå/hvide rudemønster er del af det bayriske statsvåben.

Det er betegnende, at de fleste store mærker faktisk er østrigske. Kitzbühel og ikke mindst Salzburg er fremdeles centrum for *dirndl*-design. Her har firmaer som Lanz, Tostmann, Gössl og Schneiders deres basis (Weissengruber, 2004). Sammen med for eksempel Sportalm (Kitzbühel) og Loden-Frey (München) er de blandt de store spillere på producentsiden. Om dragter er fremstillet i Fristaten eller ej, synes således ikke at bekymre de bayriske kunder. Det er et indicium for, at det hverken er lokale eller statsligt regionale identitetsmarkører, der motiverer købet. Det skyldes snarere dragternes tilknytning til en overstatslig, kulturelt defineret region, som omfatter Tyrol og (Ober)Bayern. Her er der øjensynligt mere, som forbinder end adskiller.

Nogle af disse mærker (for eksempel Gössl, Tostmann og Lanz) lægger sig i materiale- og farvevalg tættere op ad traditionelle forestillinger om *dirndlen* end andre (for eksempel Sportalm). Denne tradition udfordres imidlertid for alvor af yngre designere og nicheproducenter (jævnfør for eksempel Creative Lounge, 2010). Lola Paltinger knytter med sit label Lollipop & Alpenrock an til Hollywoods glamour fra 1930erne og 40erne. Det var da også Paltinger, der havde designet Paris Hiltons dragt, da hun besøgte Oktoberfest i 2009. Paltinger står også bag labelen Happy Heidi. Og Schmitt & Schäfer og Ophelia Blaimer synes drevet af den ret oplagt idé, at kombinere *dirndlen* med Barbie-universet.

Andre designere konfronterer det alpine look med helt andre etniske traditioner: Hubercraft laver *dirndler* i klassisk snit, men af indisk sari-materiale, Frohnholzer har en kollektion, hvor kimonoen er omsat til *dirndl* (eller omvendt), hvorimod Dirndl à l'Africaine, som navnet udsiger, bruger afrikanske forlæg til at skabe kreationer, der qua mønstre og farver ligger langt fra sædvanlige forestillinger om *dirndlen*.

Mens nogle – formentlig ironisk – understreger *dirndlens* uskyldsrene konnotationer (se for eksempel Fraülein Trentinos 2010-kollektion), så går andre over i den anden boldgade. Et undergroundlabel Himmel, arsch und Zwirn vakte kortvarigt opsigt ved at forbinde dragten med gotikkens, *heavy metals* og tatoveringens formsprog. Det samme har Sina Frohnholzer med sin linje, hvor kjolen og/eller skørtet er påtrykt dødningehoveder. *Dirndlen* forbindes her både med 1700-tallets barok (*memento mori*), som arkitektonisk set er et fremherskende træk i München, og med punk (Hollmer og Hollmer, 2011: 87).

Og faktisk er Vivienne Westwood, som i sin tid gjorde punk *salonfähig*, den største fortæller for *dirndlen* blandt de veletablerede udenlandske designere. Både Fendler og Paltinger er uddannet hos hende, og hun citeres for at have sagt: 'Kvinder burde bære *dirndl* oftere. Det gør dem smukkere. Så ville hæslighed ikke længere findes og alle ville have den perfekte figur' (Hollmer og Hollmer, 2011: 11).



Plakat for en af Oktoberfestens *afterpartys*: *Dirndl* (med mindre) som party-dress. Et *Lebkuchen*-hjerter er blevet en del af påklædningen.

Når september efterhånden starter i marts, så skyldes det dels, at *dirndlen* er blevet et modefænomen. De nye kollektioner præsenteres længe før Oktoberfestens start, og det skaber medie- og forbrugerinteresse. Men en anden grund er selvfølgelig, at der findes stadig flere optaktsbegivenheder forud for festen. Der er således et stigende antal lejligheder, hvor *dirndlen* kan bruges som festdragt. Firmaet Loden-Frey præsenterer sin nye kollektion i *Die Nacht der Tracht* i midten af maj. Det sker i Hofbräuhaus i Münchens indre by. Og selvom der her er plads til 4000 besøgende, er tilstrømningen så stor, at 'Natten' må strækkes over to aftener. Pladserne bliver hurtigt udsolgt, og det forventes, at deltagerne har dragt på. Andre udbydere, som for eksempel Wies'n Tracht & Mehr, afholder lignende arrangementer. En traditionsrig begivenhed som *Kocherlball*, oprindeligt en fest for tjenestefolk, afholdes en søndag formiddag midt i juli og er ligeledes en oplagt lejlighed. Dertil kommer alle mulige folkefester og *private parties*, hvor det kan være passende at bære dragten (Hollmer og Hollmer, 2011: 79). Den er således blevet den ultimative *party-dress* i München og omegn. De dyrere *prêt-à-porter* kreationer, som der jo er et stort udvalg af, gør endvidere, at dragten kan bæres ved mange andre lejligheder end blot til *parties*: til receptioner, i operaen og teatret, ved baller og til byture. Disse kreationer vises da faktisk også frem på Münchens gågader uden for festsæsonen.

Et spørgsmål om *esprit*

Vivienne Westwood har også sagt følgende om *dirndlen*: 'Man kan gå i dragt og være tilpasset. Eller man kan bære dragt og være det modsatte af en konformist. Det er blot et spørgsmål om

esprit' (Hollmer og Hollmer, 2011). *Dirndlen* er, hvad bæreren og betragteren lægger i den. Til dels er det selvfølgelig et spørgsmål om betydninger. Dragten kan udtrykke tradition og henvise til en svunden tid, bondesamfundet og dets værdier, samt en bestemt lokalitet. Det er, hvad folke dragtforeningernes *dirndler* forsøger. Disse ægte dragter er bare ikke særligt ægte, hverken i materiale eller som afbildning af, hvordan kvinder på landet vitterlig gik klædt. De autentiske dragter er således historisk set uautentiske.

For mange bærere henviser *dirndlen* næppe til et bestemt sted (en dal eller landsby) eller en bestemt tid (for eksempel 1850). Den henviser måske snarere til en upræcis forestilling om kontinuitet trods verdens foranderlighed: til fornemmelser eller følelser, som der ikke nødvendigvis lige kan sættes ord på. De fleste af de dragtbærere, som Egger talte med ved Oktoberfesterne i 2004 og 2005, henviste til dragtens traditionsindhold som en væsentlig grund til deres tøjvalg. Men det er betegnende, at ingen kunne specificere, hvad denne tradition nærmere bestemt stod for (Egger 2008: 90). *Dirndlen* fremkalder eller trækker i stedet på ukonkrete stemninger, som knytter sig til modernitetens og urbanitetens modbillede – det vil sige til naturen som helende, men måske også forstyrrende kraft. *Dirndlen* er som denne natur: oprigtig og troskyldig, men også sanselig og erotisk – og derved, som for eksempel Frohnholzers *dirndler* med dødningshoveder, potentielt farlig.

De fleste dragter henviser til en overstatslig region, hvor der – måske – hersker en særlig alpin *Lebensgefühl*, som er mindre kunstig og mere oprigtig end de manerer, som civilisationen har fremmet (Heyl, 2010: 67). Ved at iklæde sig dragten bliver dette billede en del af bærerens selvbillede. Det interessante er imidlertid, at dette billede, siden *dirndl*dragtens fremkomst som et navngivet outfit (altså i anden halvdel af 1800-tallet), har været et fremmedbillede. Først var der de tilrejsendes, turisternes, blik på regionen og dens befolkning og senere et populærkulturelt formidlet, stereotypet billede af skik og brug, omgangsformer og livsidealer i de tysksprogede bjergegne. I dag er det en kliché, som også folk uden nogen binding til regionen gerne iklæder sig, når der i Nordtyskland, Danmark, USA eller andetsteds på kloden fejres lokale varianter af Oktoberfest.

Når de lokale festdeltagere i München tager *dirndlen* på, er det formentlig dels – hvilket forskere og andre betragtere har fremhævet (Egger, 2008; Heyl, 2010; Hollmer og Hollmer, 2011) – for at knytte deres identitet til et fast referencepunkt, der kan trodse globaliseringens konkrete og abstrakte trusler. *Dirndlen* udtrykker *Heimat*. Men netop denne hjemstavns ikonicitet er et af globaliseringens tidlig(st)e produkter. Dragtens traditionalisme er derfor aldrig entydig. Lige præcis denne tradition er nemlig altid skabt i og ud fra de andres blik. Billedet er et etno-look (Hirsch, 2010) eller en indre eksotisme (Bausinger, 1961), som man kan annamme som en del af sit selvbillede. Gør man det, så bekender man sig, mere eller mindre bevidst, til de værdier, som billedet konnoterer: troskyldighed, livsglæde, men samtidig en betydelig dosis konservatisme. Men man kan også lege med dette billede: for eksempel overdrive det ved at gøre referencerne til Heidi, Barbie og glamour endnu mere eksplicit. Eller man kan reflektere, udfordre og ironisere over billedet, blandt andet ved at udstille den pastorale idyl, som ligger til grund for dragtens udbredelse, eller ved at kontrastere og konfrontere denne globale kliché med tilsvarende klichéer, som for eksempel i de afrikaniserede eller orientaliserede dragter. Alt dette er netop et spørgsmål om *esprit* – om bærerens evne og vilje til at forholde sig til dragtens omfattende betydningspotentialer.

I forlængelse af Foucault (1988) kunne man således tale om *dirndlen* som en selvets teknologi. Dragten er både symbol på identitet og redskab for identitet. Den gør bæreren genkendelig som del af en større gruppe og udtrykker derved en social identitet (symbol). Ved *dirndlen* bekræfter man, at man vil tilhøre ikke kun en venskabsgruppe, men et regionalt fællesskab og dets værdier, selvom disse ikke nødvendigvis er alt for veldefinerede. Med *dirndlen* som *party-dress* signalerer man endvidere, at man er til skæg og ballade, eventuelt lir, sammen med de andre festklædte på *Wiesn* eller til en af de mange *Afterparties*.

Men dragten er også et redskab til identitet, fordi den ved sit farve- og materialevalg kan sætte bæreren i den rette *party*-stemning, og fordi den med sit snit og sine kombinationsmuligheder faktisk fremhæver bærerens kvindelighed og erotiske kraft. Den bandlyser hæsighed og gør alle kvinder smukke, for at parafrasere Westwood. *Dirndlen* er desuden et redskab, fordi den kan ægge bæreren til at tage aktivt stilling til, hvordan hun personligt vil forvalte sin identitet: for eksempel om hun skal følge slagne veje, føje et personligt præg til standardkostumen eller udfordre gængse klichéer.

At dragten kan fungere som en sådan teknologi skyldes ikke kun *esprit*, men i høj grad også iboende træk ved objektet. Det forhold, at dragten har en simpel grundstruktur, bestående af tre elementer, og at den, qua materiale, i udgangspunktet er farverig og patchworkpræget, er af afgørende betydning. Det indebærer nemlig, at dragten kan kombineres med mange andre beklædnings-elementer, og at den kan varieres nærmest i det uendelige. Herved bliver dragten, som symbol på tradition, i høj grad indpasset i modens logik samtidig med, at den enkelte bærer får mulighed for at sætte sit særpræg på det, der muligvis er massekonfektionsvare. *Dirndlen* er fortryllende, måske især fordi den er en perfekt oxymoron. Den er for bæreren tidssvarende, traditionel og eksotisk hjemlig.

Referencer

Bausinger, Hermann. 1961. *Volkskultur in der technischen Welt*. Stuttgart: W. Kohlhammer.

Beck, Ulrich og Giddens, Anthony og Lash, Scott. 1994. *Reflexive Modernisation*. Cambridge: Polity Press.

Creative Lounge. 2010. *Dirndl Couture*, http://nay-k.de/creative/?page_id=2203

Dering, Florian og Eymold, Ursula. 2010. *Das Oktoberfest 1810 – 2010*. Offizielle Festschrift der Landeshauptstadt München. München: Münchner Stadtmuseum.

DWDS. 2003. *Dirne*, <http://www.dwds.de/?qu=dirne&view=1>

Egger, Simone. 2008. *Phänomen Wiesntracht. Identitätspraxen einer urbanen Gesellschaft. Dirndl, Lederhosen, München und das Oktoberfest*. München: Herbert Utz Verlag.

Foucault, Michel. 1988. 'Technologies of the Self', in Martin, Luther H.; Gutman, Huck; Hutton, Patrick H. (red.): *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault*. Amherst: The University of Massachusetts Press.

Frey, Heike. 2009. 'Oktoberfest betrachtet. Zum Bekleidungsverhalten auf der Münchner Wiesen', in Keller, Ines; Scholze-Irrlitz, Leonore (red.): *Trachten als kulturelles Phänomen der Gegenwart*. Bautzen. Domowina-Verlag.

Heyl, Stephanie. 2010. *Vom Trachtenerhaltungsverein zum bayerischen Lebensgefühl. Aspekte der Trachtenbewegung in Bayern*. Edition Bayern, Sonderheft 3: Phänomen Tracht: 48-71.

Hirsch, Stefan. 2010. *Die 'Tracht' nach der Tracht*. Edition Bayern, Sonderheft 3: Phänomen Tracht: 22-47.

Hobsbawm, Eric og Ranger, Terence (red.). 1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hollmer, Heide og Hollmer, Kathrin. 2011. *Dirndl. Trends – Traditionen – Philosophie – Pop – Stil – Styling*. Berlin: edition ebersbach.

ODS. 2005. *Terne*, <http://ordnet.dk/ods/ordbog?query=terne>

Tomas, Chris. 2010. 'Die Bayerische Burka', in *Süddeutsche Zeitung Magazin*, Heft 38, 27.09.2010. <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/34719/>

Tostmann, Gexi. 2008. *Das Alpenländische Dirndl. Tradition und Mode*. Wien: Christian Brandstätter.

Trapp, Maria Augusta von. 1949. *The Story of the Trapp Family Singers*. Philadelphia: J.B. Lippincott Co.

Wandinger, Alexander. 2002. *Tracht als Mode*. München: TrachtenInformationsZentrum des Bezirks Oberbayern.

Wegele, Xaver. 2009. *Das Dirndl-Lied*. <http://www.youtube.com/watch?v=wtpP03wxIUQ>

Weissengruber, Thekla. 2004. *Zwischen Pflege und Kommerz. Studien zum Umgang mit Trachten in Österreich nach 1945*. Wien: Lit.