

»Plants made the move to land by re-creating their wet environment and sealing it within themselves.«

(Lynn Margulis, *The Symbiotic Planet*)

Plötzlich sieht man überall Tentakel: die japanische Künstlerin Yayoi Kusuma installierte knallpinke, überlebensgroße Tentakel in den Innenhof des Martin-Gropius-Baus, auf der Social-Media-Plattform TikTok trenden niedliche Plüschkraken und der streng limitierte, mit Tentakeln bestickte »Octopus Sneaker« von Alexander McQueen war natürlich sofort ausverkauft. Vieles weist darauf hin, dass der Krake nach dem Eulenhype der letzten Jahre das neue *Spirit Animal* der Modeszene werden könnte.

Als »des Kapitalismus liebstes Kind«¹ bietet die Mode Halt, indem sie einer von den eigenen Befindlichkeiten erschöpften Menschheit stets die passende Produktauswahl zur Selbststilisierung bereitstellt. Das bedeutet, die Fangarmphilie verweist notwendigerweise auf ein Bedürfnis, das verkörpert werden will. Als esoterischer Sehnsuchtsort und mit glotzügigen Monstren bevölkertes Sinnbild des Verdrängten hat das Meer in der Geschichte der Mode bereits einige Trends inspiriert, die viel über den jeweiligen Beziehungsstatus zwischen ihm und der Menschheit aussagen. Ein berühmtes Beispiel vordemokratischer Modedekadenz ist die »coiffure à la Belle Poule« – eine unter der Regentschaft Ludwig des XVI. aufgekommene hochaufgetürmte und gepuderte Frisur, auf der die detailgetreue Nachbildung der gleichnamigen Fregatte thronte. Obzwar vordergründig als patriotisches Bekenntnis zum französischen Militarismus codiert, könnte der haarige Seegang im Sinne der von Walter Benjamin attestierten außerordentlichen Antizipationsgabe² auch als Vorbote der stürmischen Zeiten der Revolution gelesen werden.

Als gefahrenvoll und grausam gilt das Meer auch in der patriarchalen Erzähltradition: bei Melville und Hemingway wurde es zum Schauplatz gnadenlosen Existenzkampfes, der gebrochene alte Männer produziert. Weiblich gedacht werden muss dagegen