

Mode-Körper. Zur Inszenierung von Weiblichkeit in Modegrafik und -fotografie der Weimarer Republik

BURCU DOGRAMACI

„Seidigen Mond, Perlmutter Strümpfen, steigen ins Auto kurzrückige Nymphen. Zuckender Stern Reklame im Haar, gehn wir zigeunern in Kino und Bar. Fern deinen Zöpfen und Mütterjahren wird dich das Flugzeug geschmeidiger fahren, Knäbin der Städte, geopferten Haars, rehhüftig, Schmaltier der Boulevards!“ (Huchel 1984: 30f.) In seinem Gedicht „Die Knäbin“ von 1927¹ poetisierte Peter Huchel die Codes, die in jenen Jahren wohl am häufigsten zur Umschreibung der großstädtischen Frau verwendet wurden: die Mode und der schlanke Leib, Großstadtlichter und Unterhaltungsindustrie, Technisierung und Dynamisierung nährten den Diskurs um die Garçonne, die Neue Frau, das City Girl. Dass diese modernen Frauentypen zu einem zentralen Thema der Weimarer Republik wurden, ist nicht zuletzt auf das massenhafte Aufkommen der Printmedien zurückzuführen. Niemals zuvor erschienen derart viele Zeitungen und Illustrierte. Dies führte zu einem markanten Einschnitt in der Transformation von Information und der Verbreitung von ästhetischen Normen. In millionenfacher Streuung gelangten Bilder und Nachrichten zu einem seh-hungrigen Publikum; Bedürfnisse wurden befriedigt und gelenkt.

In den zwanziger Jahren gegründete Zeitschriften wie „Der Querschnitt“ oder „UHU“ widmeten sich – in manchen Heften sogar leitmo-

1 Die Erstveröffentlichung des Gedichts erfolgte in der Zeitschrift „Der Querschnitt“ (4/1932: 245) und war mit dem Zusatz „1927“ versehen.

tivisch – dem Frauenbild ihrer Zeit.² Jedoch war besonders die Modepresse seit ehedem aufgrund ihres Sujets ein besonderer Ort der Produktion von Idealen und Wunschbildern: Ein Rückblick auf vergangene Jahrhunderte bestätigt, dass vor allem die Mode die Körperideale prägte (vgl. Lehnert 1998: 8). Der Körper wurde durch Stoffe, Kleiderschnitte und Accessoires verhüllt, entblößt und geformt. Auch die weiblichen Leitbilder der Weimarer Republik wurden in besonderem Maße durch ihre Kleidung definiert. Der Kult um die androgyne schlanke Schauspielerin Asta Nielsen zu Beginn der zwanziger Jahre initialisierte eine zunehmende Entweiblichung der Mode. So wie Asta Nielsen als dänischer Kronprinz Hamlet spielerisch von der weiblichen zur männlichen Rolle wechseln konnte, so wurden den modischen Frauen der zwanziger Jahre zunehmend körperliche Freiheiten zugesprochen. Die Textilindustrie entwickelte elastische Stoffe, die Mobilität und sportliche Betätigung zuließen. Die Röcke wurden kürzer und erlaubten somit größeren Bewegungsspielraum. Der sportive, jugendliche Körper erhielt seine adäquate Silhouette durch das sportliche Kostüm. Das Korsett wich sachlichen Kostümen, und die langen Haare – zur Jahrhundertwende noch Insignie einer fragilen oder aber vitalen Weiblichkeit – wurden durch praktische Kurzhaarschnitte ersetzt.

In vorher nie gesehener Weise begleiteten die Bildmedien den Tod und die Geburt eines Frauenbildes. Mode und der von ihr gestaltete Körper galten als Indikatoren einer im Aufbruch begriffenen Weiblichkeit. So schreibt Friedrich Wendel im Jahr 1928: „Kurzer Rock und Bubikopf sind Ausdruck eines neuen Zeitgefühls der Frau“ (Wendel 1928: 283f.). Die Kleidung der zwanziger Jahre war – und dies vermittelten die Inhalte vieler Modeartikel in Zeitschriften wie „Die Dame“, „Elegante Welt“ und „Moden-Spiegel“ – das optische Indiz der gesellschaftlichen Veränderungen und der Emanzipation der Frau. Das weibliche Mode- und Körperbewusstsein jener Jahre gilt bis in die Gegenwart als Sinnbild einer ganzen Dekade: „Denken wir an die Frau Mitte der zwanziger Jahre, so entsteht in uns das Bild einer gertenschlanken, charlestontanzenden Person in einem Hänger mit langer Zigaretten spitze, Perlenkette und Bubikopf“ (Loschek 1995: 60).

Die Mittler der Mode – die Zeichner, Fotografen und Journalisten – waren die Multiplikatoren eines jeden Kleidungsstils und der damit verbundenen Körperauffassung. Sie interpretierten die Mode und den Mode-Körper in individueller Weise, wobei sie entscheidend zur Prägung von Idealbildern beitrugen. Dabei kam der graphischen Modeil-

2 So stand Heft 4 des „Querschnittes“ im Jahr 1932 unter dem Thema „Junge Mädchen heute“.

lustration bis Mitte der zwanziger Jahre ein besonderes Gewicht in der visuellen Kommunikation von Mode zu. Die anspruchsvollen Modezeichner setzten die Mode in phantastischer, verfremdender Weise um. Die besondere Eleganz gestreckter Modefigurinen, Experimente mit Technik und Malmaterialien und ein Hang zur Abstraktion gehörten zum Wesen vieler Modegraphiken. Demgegenüber war die Modefotografie lange Jahre ein vor allem deskriptives Medium. In starren Studioaufnahmen posierten die Modelle in phantasieloser Vorder- und Rückenansicht; die Pressefotografie wurde vor allem eingesetzt, wenn Prominente porträtiert werden sollten. Erst gegen Ende der zwanziger Jahre begannen zahlreiche Modefotografen, vermutlich unter dem Einfluss der avantgardistischen Fotokunst, mit Bildausschnitten, ungewöhnlichen Perspektiven und der Körpersprache der Modelle zu experimentieren.

So wie der Modedesigner eine Frau durch Kleidung zu „erfinden“ hatte (vgl. Hollander 1997: 195), so konnte auch der Modezeichner einen bestimmten Frauentyp formen und gestalten. Dies geschah nicht nur durch eine spezielle Körperdarstellung, Mimik und Habitus, sondern auch die vielen Versatzstücke – Ort, Bildpersonal und Attribute – konnten zur Charakterisierung eines Typus führen. Die extrem großen, schlanken Figurinen eines Ernst Dryden oder Kenan propagierten ein Schönheitsideal, das sein Äquivalent in der schmalen Modesilhouette jener Jahre hatte. Hinter der modischen Hülle, die den „Aufhänger“ für die Modeberichte bildete, stand stets auch ein bestimmtes Körperverständnis. So ist auffällig, dass die zunehmende Mobilität, das Reisen, der Sport oftmals die Folie für die bildliche Berichterstattung bildete. Gleichzeitig wurde die Eroberung von männlich geprägten Orten – insbesondere der großstädtische öffentliche Raum – durch die Zuordnung von maskulinen Accessoires und Kleidungsstücken bildnerisch erklärt: Monokel, Zigaretten, der Smoking gehörten zu den Attributen, die sowohl in der Malerei der zwanziger Jahre als auch in den Modeinszenierungen jener Dekade immer wieder aufgegriffen wurden.

Die Dianen der Großstadt

Innerhalb weniger Jahrzehnte hatte sich das Erscheinungsbild der Frau verändert. Begleitet wurde dieser Prozess durch soziale und politische Reformen. Frauen erhielten das Wahlrecht und konnten studieren, immer mehr Frauen waren berufstätig, das beengende Korsett und die bodenlangen Kleider gerieten aus der Mode, und das schlanke Körperideal legitimierte den Sport als Freizeitbeschäftigung: „Mode, das ist nicht nur

die stilistische Form, das ist auch ein sensibler Indikator des gesellschaftlichen Klimas“ (Bongartz 1985: 74). Die Modezeitschriften suchten die gesellschaftlichen Errungenschaften im Ausdruck der Mode. In einem Artikel über die „Berufskleidung für junge Mädchen“ heißt es: „Ein besonderes Geschlecht, die weibliche Jugend unserer Zeit! Die auf schönen Beinen gross und schlank durch das Leben geht. Jugend der Verantwortung. [...] Eingedenk seiner Aufgaben – ehrgeizig und rekordstrebend – steht das Mädchen von heute im Beruf, beim Tanz, beim Sport“ (Moden-Spiegel 28/1929: 2). Das schlanke Körperideal wird hier in den Kontext der beruflichen und gesellschaftlichen Emanzipation gebracht und erhält seine Illustration durch viele Zeichnungen und Fotografien: Frauen beim Sport, Tanz und auf der Straße. Aus den geschnürten Femmes fragiles oder fatales der Jahrhundertwende waren die sportiven „Femmes modernes“ geworden.

Dabei hatte jede Dekade ihre festen Ikonographien, wenn es um die bildliche Umsetzung von weiblichen Typen ging. In der Kunst und im Theater der Zeit um 1900 begegnet die Frau häufig als Sterbende oder als ihre Gegenspielerin, die Mordende, als Ophelia oder Medusa. Nach 1918 griff man bei der Beschreibung der neuen Frauentypen ebenfalls auf mythologische Figuren zurück. So begegnet in Modezeitschriften und Modebüchern das Bild der reitenden Amazone, die ihr Alter Ego in der sportlichen Reiterin der zwanziger Jahre hatte³: „Und wenn an frischen Tagen auf dem Land die jugendlich herben Girls so zentaurisch dahingaloppierten, barhaupt, dass das Blondhaar im Wind und Sonnenschein flog“, heißt es in Fritz Gurlitts „Sport-Brevier“ von 1920 (Gurlitt 1920: 35). Neben der Figur der Amazone zitierten Autoren und Künstler gern und häufig das Bild der Jagdgöttin Diana. Immer wieder wurde in Artikeln auf sie verwiesen, um das Ideal der modernen Frau zu entwerfen. So heißt es in der „Eleganten Welt“ von 1924: „Diana, die keusche, lange, feine, schlanke Göttin der Jagd, mit den hellen Augen, den langen Beinen, der kindlichen Brust. Diana ist heute zum weiblichen Ideal erhoben worden“ (Elegante Welt 14/1924: 23).⁴ Ebenso wie die Autoren verwandelten auch die Zeichner die zeitgenössische Frau in eine Jägerin, die einen athletischen Körper hatte, Sportlichkeit und Selbstbehauptung

3 Vgl. die androgynen, in der reformierten Reitkluft reitenden Frauen von Ludwig Kainer in Gurlitts „Sport-Brevier“ (Gurlitt 1920: 26ff.) und von Kurt W. Habisch in Rezniceks „Die perfekte Dame“ (Reznicek 1928: 133); vgl. auch Lieselotte Friedlaenders dynamische Reiterin im „Moden-Spiegel“ (47/1926: o.P.).

4 Vgl. auch die „Vogue“ (11.4.1928: 37) oder die „Elegante Welt“ (11/1922: 22), in denen Parallelen zwischen den Neuen Frauen und der Diana hergestellt werden (vgl. dazu Kessemeier 2000: 34).

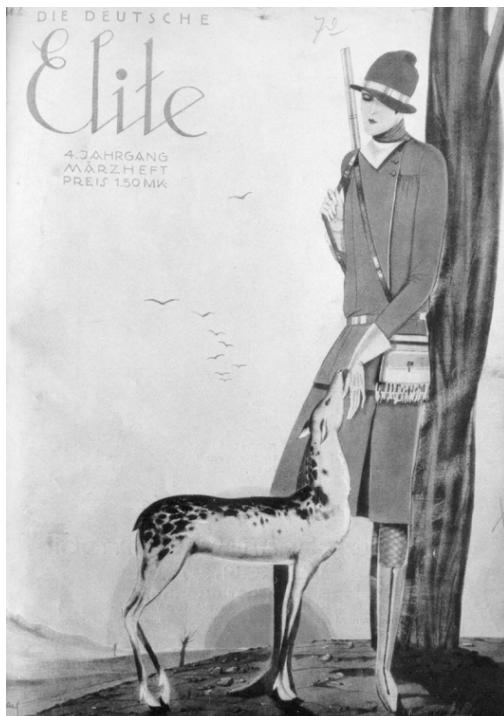


Abb. 1: Kenan Temizan: Titelblatt für „Die deutsche Elite“, H. 3, 1927.

in sich vereinte. In einem Titelblatt für „Die deutsche Elite“ (Abb. 1) entwarf der Künstler Kenan das Bild einer eleganten Jägerin, die in der Morgenröte ein Reh liebkost. Breitbeinig stehend, den Hut tief ins herbe Gesicht gezogen und die Waffe geschultert, begegnet hier die Diana der Weimarer Zeit.

Diese Darstellungsmodi fanden ihr Äquivalent in der Motorisierung und Technisierung der Bildsjets. Statt zu Ross gingen die Dianen der Großstädte mit dem Automobil zur Jagd. Die Motorisierung passte ideal zur Dynamisierung des Körpers. So bildeten Zeichner und Fotografen die Städterin sehr häufig in oder vor dem Auto ab; Frauen waren nicht mehr allein die Begleiterinnen ihrer fahrenden Männer, sondern wurden selbst zu Fahrerinnen. Prominente wie Marlene Dietrich oder Erika Mann ließen sich am Steuer ablichten, und Frauenzeitschriften produzierten eigene „Autonummern“, die sich ausgiebig dem Automobil und deren „Chauffeurinnen“ widmeten – auch wenn der Anteil fahrender



Abb. 2: Ludwig Kainer: Mode-Illustration für Fritz Gurlitts „Sport-Brevier“, 1920.

Frauen in der Realität noch immer verschwindend klein war. Auch als Pilotinnen begegneten die Frauen der zwanziger Jahre, und die Bekleidungsindustrie stimmte ihre Entwürfe auf diese neuen Erlebnisräume ab: „Jenseits vom Massensport, der sich mehr oder weniger in traditionellen Bahnen bewegte, eroberten mutige Sportlerinnen trotz erheblicher Schwierigkeiten Terrains, die bisher reine Männerdomänen gewesen waren“ (Vollmer-Heitmann 1993: 37). Ludwig Kainer visualisierte für Gurlitts „Sport-Brevier“ ein Paar, das sich auf den Flug mit einer Propellermaschine vorbereitet (Abb. 2). Gekleidet in der aktuellen Mode aus dem Hause S. Adam-Berlin, stehen sich Pilot und Pilotin im Gespräch gegenüber. Dabei ist auffällig, dass die Frau mit breiter Beinstellung und selbstbewusst in die Taille gestemmten Händen gezeichnet ist. Ihre Körpersprache ist offensiv und betont maskulin. Das Überschreiten tradierter Geschlechtergrenzen und die Aneignung männlich konnotierter Erfahrungsräume wie des Flug- und Motorsports schreibt sich förmlich in den Körper der Dargestellten ein.

In ihrem Buch „Das junge Mädchen“ von 1925 bemerkt Ilse Reicke: „Unsere Zeit brachte stark und reich ein Gutes herauf: die Befreiung des Körpers von der Bewegungslosigkeit, in der eine geschniegelte, geschnürte Mode oder körperfremde Philisterei ihn stecken ließ“ (Reicke 1925: 197). Damit ist dem Sport eine zentrale Rolle bei der Definition der modernen Frau zugesprochen. Nach dem Ersten Weltkrieg war das Motiv der Sportlerin immer häufiger in der Presse zu finden und taucht selbst in der Bildnismalerei auf.⁵ In den Zeitschriften wurde in Artikeln und Inseraten für körperliche Aktivität geworben. Mensendiecken und Schönheitskuren sollten den Frauen zum schlanken Körper verhelfen. Die Frage „Ist Körperfakt Sport?“ (Reznicek 1928: 131) beschäftigte die Autoren, und die Zeichner lieferten das Bildmaterial zur Bewegungs- sucht der neuen Frauen: Golfen, Schwimmen, Bergsteigen und Reiten waren nur einige der Sportarten, die in Pressezeichnungen praktiziert wurden. So ließ Lieselotte Friedlaender in ihrer Zeichnung „Schüttel- Sport“ von 1922 (Lustige Blätter 25/1922: 4) zwei junge Frauen ausgelassen in gestreiften Trikots umherspringen und Ball spielen. Gesellschaftliche Verhaltensmuster für junge Damen ignorierend, geben sich die zwei Frauen voller Enthusiasmus ihrer sportlichen Betätigung hin. Nicht nur der Medizinball fliegt durch die Luft, auch die Sportlerinnen haben den Boden unter ihren Füßen verlassen. Sie springen und recken sich in einer Art Wettkampf nach dem ledernen Ball. Die körperlich er- starkte, athletische und zugleich erotische Frau war ein Lieblingsmotiv der Zeichner. Nicht selten war es eben dieses Beieinander von Sport und Erotik, das die Phantasie der Künstler beflogelte.⁶

„Drei Meisterinnen im Laufen – sehr hübsch und stramm, trainieren im Stadion für den Kurfürstendamm“, heißt es unter einem Titelblatt der „Lustigen Blätter“ (Abb. 3) aus dem Jahr 1924. Lutz Ehrenberger malte drei junge Frauen, die mit nach oben gestreckten Armen und großen Schritten dem Betrachter entgegenlaufen. Die Flaneusen der zwanziger Jahre vitalisierten sich auf den Sportparcours ihrer Zeit. Aus den mon- dänen Kokotten des Malers Ernst Ludwig Kirchner, die in den zehner Jahren über die Boulevards Berlins defilierten, waren die vitalen Girls der Zwanziger geworden. Auch in den Zeichnungen Lieselotte Fried- laenders, die in der Weimarer Dekade für den „Moden-Spiegel“ verant- wortlich war, lässt sich eine Ikonographie des Vitalen und Dynamischen

5 Vgl. Lotte Laserstein: Die Tennisspielerin, 1930; Nikolaus Sagrekow: Bildnis einer Sportlerin, 1928; Anton Räderscheidt: Tennisspielerin, 1926 (vgl. dazu die Abbildungen im Beitrag von Janina Nentwig in diesem Band).

6 In ihrem Buch „Die perfekte Dame“ widmete sich Paula von Reznicek auch dem Thema „Sport und Erotik“, und Julo Fehr lieferte die Illustration: Seine „Boxerin“ trainiert mit freiem Oberkörper (Reznicek 1928: 143).



Abb. 3: Lutz Ehrenberger: *Tausend Meter*, „Lustige Blätter“, H. 33, 1924, Titelblatt.

erkennen. Im Titelblatt „Maigewitter“ für den „Moden-Spiegel“ lässt Friedlaender zwei Damen wie Gulliver über eine Miniaturlandschaft schreiten (vgl. Moden-Spiegel 17/1927: Titelblatt). Nichts scheint die Frauen aufhalten zu können. In der aktuellen Mode, mit vom Sturm zerzausten Kurzhaarfrisuren und auf hohen Spangenschuhen gehen sie unbeschwert und selbstbewusst durch die Welt.

Herrlich oder fraulich?

„Um Himmelwillen, Lotte, was ist denn mit dir passiert?“ – „Na, stell’ dir vor: ich geh’ heut’ zum Friseur, setz’ mich hin – da fängt der Dussel an, mich zu rasieren.“ Mit Pagenkopf, Schlipps und Mensur im Gesicht berichtet die Sekretärin ihrer verdutzten Kollegin ihr Erlebnis. Die Androgynität der Frau – so vermittelt diese Karikatur (vgl. Vollmer-Heitmann 1993: 45) – hinterlässt schmerzhafte Spuren.

Männlich oder weiblich? Diese Frage beschäftigte Modejournalisten, Zeichner, Fotografen und Maler über viele Jahre. Die Androgynität der Garçonne und deren maskuline Accessoires faszinierten. Das schlanke Körperideal, die gekürzten Haare, der funktionale Kleidungsstil und



Abb. 4: „Der Schnurrbart kommt wieder!“, in: Friedrich Wendel: *Die Mode in der Karikatur*, Dresden 1928, S. 284.

nicht zuletzt auch Attribute wie die Zigarette implizierten, dass Frauen die seit Jahrhunderten aufrechterhaltenen Geschlechtergrenzen überschritten. In den Modezeitschriften, Witzblättern und Ratgebern der zwanziger Jahre wurde das Bild einer zwischen Männlichkeit und Weiblichkeit changierenden Frau geschaffen. Diese Zuschreibung war nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass Frauen zunehmend in die männlich besetzten Räume eindrangen: Dies galt für die Berufswelt ebenso wie für die Freizeitgestaltung. „Herrlich am Vormittag – Fraulich am Nachmittag“ überschrieb „Die Dame“ eine Modestrecke (Die Dame 18/1925: 22) und zeigte eine – je nach Tageszeit – eher maskuline oder feminine Frauenmode. „Galt der Vormittag als männlich konnotierte Zeit der Geschäftigkeit und Berufstätigkeit, wurden die Stunden von ‚fünf bis sieben‘ als traditionellerweise weiblichen Vorstellungen entsprechende Stunde der Muße, Besuche und kleineren Vergnügen betrachtet“ (Kessemeier 2000: 206). Als Vorreiterinnen der androgynen Mode porträtierten die Modezeitschriften prominente Damen der Gesellschaft wie die Bildhauerin Renée Sintenis, die sich beim Spaziergang mit ihrer ebenfalls mit Schlipps und Hosen bekleideten Freundin fotografieren ließ. Nicht nur für Modezeichner und Fotografen war die androgyne Dame

ein Thema; besonders die Karikaturisten, die sich von jeher mit den Moden ihrer Zeit auseinander setzten, paraphrasierten mal albern, mal boshaft die Erscheinungsweisen der „vermännlichten“ Frau. In nahezu jeder Ausgabe der „Lustigen Blätter“ zwischen 1920 und 1930 ist das veränderte Erscheinungsbild der Frau, ihr kurzes Haar und selbstbewusstes Auftreten, karikiert. Mit Vorliebe zeichneten die Karikaturisten der zwanziger Jahre Frauen mit Glatze, bisweilen mit Schnurrbart, Schlips und Kragen, die aufgrund ihres Aussehens mit Männern verwechselt werden. Das modische Extrem war Ziel des Spotts. So zeigt eine Zeichnung in den „Lustigen Blättern“ einen Damenklub, in dem ein Paar im Vordergrund tanzt (vgl. Lustige Blätter 38/1924: 8). Erst die ironisierende Überschrift „Frauenbewegung“ und der Kommentar entlarvt die weibliche Identität des großen Tänzers in Schlips, Kragen und mit Monokel: „Weißt du noch, Kitty, wie früher immer Damen mit Herren tanzten?“ – „Ja, das waren perverse Zeiten!“ Die Accessoires camouflieren das Geschlecht, und die Identifizierung von Mann und Frau wird – so die reale Utopie – fast unmöglich. Hinter dieser Vorstellung verbargen sich Ängste. Die Zuschreibung von männlichen Attributen und Verhaltensnormen machte aus den emanzipierten Neuen Frauen sogenannte groteske „Mannweiber“. Deutlich wird dies auch in einer anderen Zeichnung, die Friedrich Wendel 1928 in seiner Untersuchung „Die Mode in der Karikatur“ publizierte: Unter der Überschrift „Der Schnurrbart kommt wieder!“ (Abb. 4) stellt eine Garçonne mit Fliege, Weste und Monokel fest: „Um Gotteswillen, wie soll man das nur wieder nachmachen!“ Dabei beobachtet sie erschreckt ihren Mann, der sich gerade den Schnurrbart kämmt. Karikatur und Subtext entlarven die Mode und das modische Verhalten der zeitgenössischen Frau als Mimikry, die auf optische Annäherung an den Mann abzielt.

Im Gegensatz zu den „Witzblättern“ versuchten Modemagazine und Modebücher, die „Verherrlichung“ der Frau durch ein neues Körperverständnis zu legitimieren und somit Argumente für die Androgynität der modernen Frau anzuführen: „Die ‚Lady up to date‘ fühlt sich am wohlstesten im Sportkleid, im herrenmäßig zugeschnittenen Kostüm, im Filzhütchen, in der Weste mit Krawatte und dem Taschentuch an der Seite. Ihre Figur hat sich gewandelt – ist knabenhafter, prononziert, lebendiger geworden. Nun hat sie Anspruch auf anderen Dreß, Schleppröcke und Faltenfahnen hindern ihre Bewegungsfreiheit. Nicht übertrieben, nicht outriert – aber geeignet für ihre hastigen Schritte, ihr Achtzigkilotometer-tempo – ihr jungenhaftes Gesicht“ (Reznicek 1928: 24). Die Künstlerin, die sich wohl am intensivsten mit dem androgynen Frauentypus ihrer Zeit auseinander setzte, war Jeanne Mammen. In Illustrationen für „Ulk“, „Simplizissimus“ oder „Jugend“ widmete sie sich weiblichen

Travestien, ohne sie dem beißenden Spott preiszugeben. Im Aquarell „Sie repräsentiert“ (vgl. Kat. Berlin 1997: 141) spielt Mammen mit den Geschlechteridentitäten. Auf einem Kostümfest posiert eine Dame in männlicher Verkleidung – mit Zylinder, Frackweste und Manschetten – betont lasziv und provokant für den Betrachter. In den zwanziger Jahren boten Maskenbälle – vor allem für lesbische Frauen – eine Gelegenheit, zumindest in ihrer Kleidung den Geschlechterzwängen zu entfliehen (vgl. Lehnert 1997: 160). Mammens Illustration ist zugleich Konzession an die androgyne Mode jener Zeit und Ausdruck einer Lebenshaltung.

Künstliche Körper

Endlose Jugend war eine Utopie, die als Leitmotiv vieler Berichte in Modezeitschriften und Sachbücher erschien. Erfüllt wurde diese Utopie im Bild der Schaufensterpuppe. Die lebensgroße Modepuppe diente schon seit Ende des 14. Jahrhunderts zur Verbreitung der Modeinformation (vgl. Loschek 1994: 359). Aus dieser in Holz oder Porzellan hergestellten Puppe ging nach 1900 die Schaufensterpuppe hervor. In den zwanziger Jahren entdeckten Einzelhandel und Warenhäuser das Schaufenster als Massenmedium, und es entwickelte sich eine gezielte Methode der Schaufensterwerbung, die ihren publizistischen Ausdruck in der seit 1925 erscheinenden Zeitschrift „Schaufenster – Kunst und Technik“ fand (zur Schaufensterpuppe vgl. auch den Beitrag von Mila Ganeva in diesem Band). Fotografen und Graphiker setzten sich künstlerisch mit den Schaufenstern auseinander und experimentierten mit der Menschenähnlichkeit von Schaufensterpuppen. Dieses kuriose Verwechslungsspiel beruht auf einem Charakteristikum der Schaufensterpuppe – ihre „enge – im Freudschen Sinne unheimliche – Ähnlichkeit mit der menschlichen Gestalt“ (Lehmann 1999: 12).

In seinem Modebild „Halt!“ von 1924 zeichnete der Künstler Kenan vordergründig die Modeentwürfe aus dem Modehaus Hermann Hoffmann (vgl. Styl 4/1924: Tafel 6). Auf einer Metaebene aber spielt der Modezeichner mit der unheimlichen Nähe von Puppe und Mensch. Ein Paar tritt aus dem Geschäft der Firma Hoffmann heraus. Mit unbewegtem Gesicht posieren die beiden auf dem Bürgersteig. Die – zwar kopflosen – Modepuppen im Schaufenster neben ihnen verstärken den Eindruck, dass hier zwei Schaufensterpuppen in das reale Leben der Großstadt eingetreten sind. Die starke Stilisierung und die körperliche Streckung lässt die Figurinen nahezu „überirdisch elegant erscheinen“ (Wickenheiser 1993: 142) und erinnert in ihrer schmalen Silhouette und in den Gesichtszügen an die Frauendarstellungen Amadeo Modiglianis –

des Künstlers, der auf die französische Modegraphik der zwanziger Jahre großen Einfluss hatte. Gertrud Lehnert schreibt, dass Mode nie „den ‚natürlichen‘ Körper zum Ausdruck gebracht [hat], sondern sie hat immer einen anderen, einen fiktiven Körper geschaffen“ (vgl. Lehnert 1998: 9). Dieser Fiktion verleiht Kenan in seiner Zeichnung zweifelhafte Realität.

„Das neueste Angebot“ nannte der Fotograf Umbo eine Reihe von Fotografien, die den idealen Körper der Schaufensterpuppe in einer schier endlosen Reihung porträtieren. Dieser gespenstische Aufmarsch altersloser Schönheit verdichtet das weibliche Idealbild der Weimarer Zeit. Sport und Kosmetik waren die Voraussetzungen, um das Alter und das Altern zu besiegen. Die deutsche Zeitschrift „Magazin“ stellte ihren Lesern 1932 in Form eines Bilderrätsels die Frage, ob auf einer Serie von Fotografien Schaufensterpuppen oder „echte“ Frauen zu sehen seien. „Diese Ähnlichkeit geht oft so weit, daß man beim Anblick der fotografischen Abbildung beider in Verlegenheit geraten kann, welches das Modell und welches seine Nachbildung ist“ (Ruelfs 1999: 336).

Besondere Beachtung verlangt in diesem Kontext auch das Oeuvre der Fotografin Yva, die für ihre Presse- und Produktfotografie mit Körperfragmenten arbeitete und mit der fatalen Ähnlichkeit von künstlichem und menschlichem Körper spielt. Die Fotografie „Seidenstrümpfe mit Schuppenmuster“ zeigt zwei bestrumpfte Frauenbeine vor schwarzem Hintergrund (vgl. Beckers/Moortgat 2001: 135). Yva wählte einen Bildausschnitt, der die Gliedmaßen isoliert und eine Zuordnung zum Leib unmöglich macht. Das Bekannte erscheint losgelöst vom Körper und in ungewöhnlicher Sichtweise dem Betrachterauge aufregend neu. Dabei war Yvas Bildästhetik deutlich von der avantgardistischen Fotografie, wie sie auch von vielen Bauhaus-Künstlern praktiziert wurde, beeinflusst. Die Ausschnitthaftigkeit des Bildes und die Einbeziehung der Bildgrenzen als entscheidendes kompositorisches Mittel sind Charakteristika des fotografischen Neuen Sehens am Ende der zwanziger Jahre. In der klaren Bildsprache und -schärfe sowie der strengen Komposition, die auf überflüssige Requisiten verzichtet, unterscheiden sich Yvas Modeaufnahmen deutlich von den schwelgerischen, oftmals weichzeichnerischen Fotografien der zehner und frühen zwanziger Jahre. Aufmerksamkeit verdient auch die raffinierte Beleuchtung. Modell und Hintergrund werden durch separate Lichtquellen ausgeleuchtet, und starke Hell-Dunkel-Kontraste sorgen für eine effektvolle Inszenierung. Neu war zudem, wie Yva Produkte inszenierte. Schmuck, Accessoires – oft nur eine besonders edle Gürtelschnalle – wurden von der Fotografin mit großem Aufwand arrangiert und in einer ihr eigenen gestalterischen Ästhetik abgelichtet: „Die vermutlich vorgegebenen Themen, zum Beispiel

Schmuck- und Strumpfserien, suchte sie nicht über isolierte Sachaufnahmen zu lösen, sondern inszenierte eine Benutzung, indem sie das Produkt mit dem Körper kombinierte“ (Eskildsen 1994: 23). Für einen Artikel über Schmuck und Mode in einem „Moden-Spiegel“ von 1929 fotografierte Yva zwei kunstvoll drapierte Hände (Abb. 5), die, losgelöst von ihrem Besitzer, auch künstlicher Provenienz sein könnten. „Die Mode löst das Problem des Übergangs vom abstrakten Körper zu den konkreten Körpern ihrer Leserinnen auf dreierlei Weise. Die erste Lösung besteht darin, einen idealen Körper als Inkarnation auftreten zu lassen, nämlich den des Mannequins, des Covergirls“, schreibt Roland Barthes (Barthes 1985: 264). Bei Yva bleibt der Körper des Mannequins ein Abstraktum. Diese im Kontext der künstlerischen Avantgarde lesbare Verdinglichung des Menschen nähert das Modell der Mode an.

Nach 1933 wurde die Faszination für die Modepuppen gegen die Kultur der zwanziger Jahre gewendet. In der Augustnummer 1933 des „Frauen-Spiegels“ – der gleichgeschaltete Nachfolger der Zeitschrift „Moden-Spiegel“ – lautete das Hauptthema „Wie schön sind Falten im Gesicht!“ Nicht nur die Schlagzeile, auch das Titelblatt zielte auf die Verunglimpfung einstiger Schönheitsideale ab. Eine lachende, ungeschminkte Frau ist den geglätteten, idealisierten Köpfen einiger Schaufensterpuppen gegenübergestellt. Die „Natürlichkeit“ besiegt die künstliche Ästhetik und den Hedonismus einer nun vergangenen Dekade.

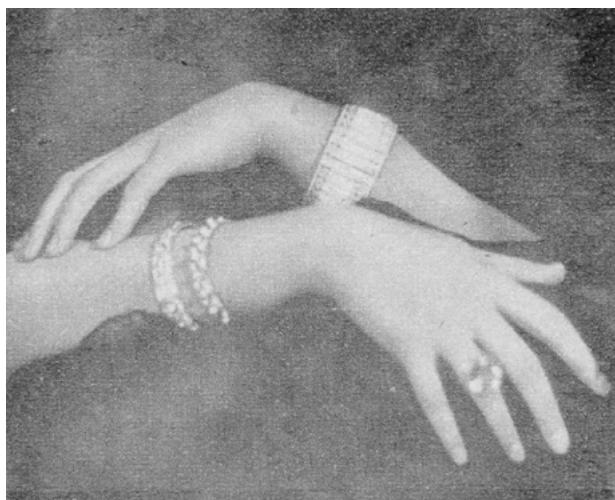


Abb. 5: Reifenarmbänder, „Moden-Spiegel“, H. 49, 1929, S. 2.

Ihr eigenes Wunschkbild

Im Jahr 1928 gewann der Maler Willy Jaeckel den Elida-Wettbewerb um „Das schönste deutsche Frauenporträt 1928“. Sein Bild einer sportlichen jungen Frau mit kurzen Haaren und knielangem Kleid überzeugte die Juroren, die, wie es im Katalog heißt, „die typische Frau dieses Jahres und den Geist unserer Zeit am besten wiedergibt“ (Kat. Berlin 1928: o.P.). In dieser Begründung artikuliert sich die mediale Suche nach *dem* Frauentypus der zwanziger Jahre, die nicht nur vom Kosmetikkonzern Elida betrieben wurde, sondern vor allem in den Printmedien jener Dekade stattfand. Neben der athletischen Sportlerin begegnet in der Modepresse, den Karikaturen und der Malerei immer wieder die androgyne Garçonne, die kühle Mondäne und das unkomplizierte City Girl. Eine jede wurde durch ihre Kleidung, ihren Körper und ihren Habitus definiert. Modezeichner und Fotografen hatten neben Autoren und Redakteuren einen ganz besonderen Anteil an der Einschreibung dieser Bilder in das kollektive Bewusstsein.

Es war der moderne Look der sogenannten „Neuen Frauen“ der Weimarer Republik, der von Zeichnern und Fotografen porträtiert wurde – und der zum Ende des Dezenniums von der wieder femininen, langhaarigen Dame abgelöst wurde. „Es verlohnt sich der Mühe, noch einen Blick auf das Ende einer jeden Mode zu werfen. Wir könnten uns fast mit der Bemerkung begnügen, daß der Tod hier essentiell mit der Geburt gegeben ist. Mode muß enden, weil sie essentiell Neuheit, Abwechslung ist“ (Steinmetz 1926/27: 52). Mit der Mode stirbt auch ein Körperideal und wird modifiziert oder durch ein neues ersetzt. So wie die geraden Kostüme und kniekurzen Röcke nach einer schlanken, trainierten Figur verlangten, so modellierten die Modedesigner der frühen dreißiger Jahre ihre Abendkleider auf den femininen Körper ihrer potentiellen Kundinnen. Die Modeschöpfer entdeckten eine neue Linie. Eine damenhafte Eleganz manifestierte sich in Wellenfrisuren und in weich fließenden, den Körper umspielenden Kleiderformen. Modezeitschriften wie „Die Dame“, „Elegante Welt“, „Vogue“, „Sport im Bild“ und die Beilage „Moden-Spiegel“ observierten, reflektierten und lancierten die Modewechsel und die damit verbundenen Körpervorstellungen. Journalisten und Künstler formulierten und präfigurierten das gewandelte weibliche Idealbild, das nach 1930 durch Konservatismen aufgelöst und später durch das völkische Ideal der deutschen Frau und Mutter ersetzt wurde.

Ob Pressezeichner und Fotografen dabei mehr reagierten oder forcierten, kann wohl nicht endgültig beurteilt werden. Auch Lore Krempel wirft in ihrer modehistorischen Untersuchung die Frage auf: „Hat sich die Zeit ihr Frauenideal geschaffen, und ist es in die Modezeitschrift ü-

bergegangen, oder hat das Idealbild der Modezeitschrift das Frauenideal bestimmt?“ (Krempel 1935: 107) Anzunehmen ist, dass Realität und bildnerische Fiktion in einer Wechselwirkung standen und sich gegenseitig inspirierten. Es ist jedoch festzustellen, dass Zeichner und Fotografen die hauptsächlichen Initiatoren eines Phänotypus waren, der durch bestimmte Attribute und modische Accessoires, durch Gestik, Mimik und Verhaltensmuster geprägt war. Modezeitschriften hatten und haben eine höchst suggestive Kraft, um die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Leserschaft anzuregen, um vor den Leserinnen – wie Roland Barthes schreibt – „einen Schleier von Bildern, Motiven und Bedeutungen auszubreiten“ (Barthes 1985: 10).

Interessant ist dabei der Umstand, dass es besonders unter den künstlerischen Multiplikatoren der Medienbranche viele Künstlerinnen gab, die das Leben der modernen Frauen lebten: Erna Schmidt-Caroll, Lieselotte Friedlaender, Marlice Hinz, Steffie Nathan, Gertrud Mansfeldt, Yva und Elli Marcus waren Bildjournalistinnen, die zu jener Generation gehörten, die durch ihren Beruf finanzielle Unabhängigkeit erhielten. Gemeinsam mit den Redakteurinnen Elsa Herzog, Oda Albers und Ruth Goetz verantworteten sie viele Artikel, in denen es um die moderne Frau der zwanziger Jahre ging. Viele von ihnen beschäftigten sich mit dem, was sie selbst lebten.⁷ Vielleicht dachte Robert Musil auch an diese Bild- und Wortjournalistinnen, als er über die „Frau gestern und morgen“ schrieb: „Die Frau ist es müde geworden, das Ideal des Mannes zu sein, der zur Idealisierung nicht mehr die rechte Kraft hat, und hat es übernommen, sich als ihr eigenes Wunschkino auszudenken“ (Musil 1929: 102).

Literaturverzeichnis

- Barthes, Roland (1985): Die Sprache der Mode, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Beckers, Marion/Moortgat, Elisabeth (2001): Yva. Photographien 1925-1938, Berlin: Wasmuth.

⁷ „Da es sich bei den für die Zeitschriften tätigen Redakteuren und Journalisten nahezu ausschließlich um Frauen handelte, stellten deren Artikel aber nicht nur Orientierungshilfen und Leitbilder für Leserinnen dar, sondern gaben auch Inhalte weiblichen Selbstverständnisses wieder“ (Kessemeier 2000: 9). Einige der Autoren verfassten auch Ratgeber wie „Lehrbuch der Schönheit“ von Ruth Goetz oder Paula von Rezniceks „Die perfekte Dame“, deren Inhalte durch Zeichnungen und Fotografien auf eine visuelle Ebene transportiert wurden.

- Bongartz, Sabine (1985): Bühnenkostüm und bildende Kunst im frühen 20. Jahrhundert, Univ. Diss. München.
- Die Dame (1912-1943), Illustrierte Frauenzeitung, Berlin: Ullstein.
- Elegante Welt (1912-1949), Berlin: Zander.
- Eskildsen, Ute (1994): Die Kamera als Instrument der Selbstbestimmung, in: Kat. Essen: Fotografieren hieß teilnehmen. Fotografinnen der Weimarer Republik, Museum Folkwang.
- Gurlitt, Fritz (1920): Sport-Brevier, Berlin: Fritz Gurlitt Verlag.
- Hollander, Anne (1997): Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung, München: dtv.
- Huchel, Peter (1984): Die Gedichte, hrsg. v. Axel Vieregg, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Kat. Berlin (1928): Georg-Schicht-Preis für das schönste deutsche Frauенporträt 1928, Galerie Fritz Gurlitt.
- Kat. Berlin (1997): Jeanne Mammen 1890-1976. Gemälde, Aquarelle, Zeichnungen, Berlinische Galerie.
- Kessemeier, Gesa (2000): Sportlich, sachlich, männlich. Das Bild der ‚Neuen Frau‘ in den Zwanziger Jahren, Dortmund: Edition Ebersbach.
- Krempel, Lore (1935): Die deutsche Modezeitschrift. Ihre Geschichte und Entwicklung nebst einer Bibliographie der deutschen, englischen und französischen Modezeitschriften, Univ. Diss. München.
- Lehmann, Ulrich (1999): Entkleiden und Verleiben/Verkleiden und Entleiben. Das Mannequin im Surrealismus, in: Kat. Wolfsburg (1999): Avantgarderoobe. Kunst und Mode im 20. Jahrhundert, Kunstmuseum Wolfsburg, S. 12-16.
- Lehnert, Gertrud (1997): Wenn Frauen Männerkleidung tragen. Geschlecht und Maskerade in Literatur und Geschichte, München: dtv.
- Lehnert, Gertrud (1998): Mode, Weiblichkeit und Modernität, in: Dies. (Hg.), Mode, Weiblichkeit und Modernität, Dortmund: Edition Ebersbach, S. 7-19.
- Loschek, Ingrid (1995): Mode im 20. Jahrhundert. Eine Kulturgeschichte unserer Zeit, München: Bruckmann.
- Loschek, Ingrid (1994): Reclams Mode- und Kostümlexikon, Stuttgart (3. erw. Aufl.): Reclam.
- Lustige Blätter (1888-1944), Schönstes buntes Witzblatt Deutschlands, Berlin: Dr. Eysler & Co.
- Moden-Spiegel (1921-1933), Illustrierte Wochenschrift des „Berliner Tageblatts“, Berlin: Rudolf Mosse.
- Musil, Robert (1929): Die Frau gestern und morgen, in: Friedrich M. Huebner (Hg.): Die Frau von Morgen wie wir sie wünschen, Leipzig: Seemann, S. 218-225.

- Reicke, Ilse (1925): Das junge Mädchen, Berlin: Rudolf Mosse.
- Reznicek, Paula von (1928): Die perfekte Dame, Stuttgart: Dieck & Co.
- Ruelfs, Esther (1999): Mannequin oder Model? In: Pia Müller-Tamm und Katharina Sykora (Hg.), Puppen, Körper, Automaten. Phantasmen der Moderne, Köln: Oktagon.
- Steinmetz, Sebald Rudolf (1926/27): Die Mode. Kölner Vierjahreshefte für Soziologie 5 (Heft 4), S. 362-410, und 6 (Heft 1), S. 30-53.
- Styl (1922-1924), Blätter für Mode und die angenehmen Dinge des Lebens, Berlin: Reiss.
- Vollmer-Heitmann, Hanna (1993): Wir sind von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt. Die zwanziger Jahre, Hamburg: Kabel.
- Wendel, Friedrich (1928): Die Mode in der Karikatur, Dresden: Aretz.
- Wickenheiser, Swantje (1993): Die Reimann-Schule in Berlin und London (1902–1943) unter besonderer Berücksichtigung von Mode- und Textilentwurf, Univ. Diss. Bonn.