

Behind the Scenes

Die Archive der *Vogue*

Emmanuelle Paccaud

1. Forschungsstand

1909 kaufte der amerikanische Geschäftsmann Condé Montrose Nast (1873-1942) das wöchentlich erscheinende Gesellschaftsmagazin *Vogue* und gab ihm ein neues Image. Unter Nast wurde die *Vogue* zu einer Modezeitschrift für Damen. Sie ist neben *Vanity Fair* (erschienen ab 1913) eines der beiden Aushängeschilder von Condé Nast, die bis heute einen festen Bestandteil des kollektiven Gedächtnisses und der globalen Medienlandschaft bilden. Dennoch hat sich die Forschung bisher nur wenig mit den Wurzeln und dem Aufstieg des mächtigen Verlagshauses, dem sie angehören, beschäftigt. Obgleich die beiden Magazine von Condé Nast als historische Studienobjekte in den USA durchaus das Interesse der akademischen Forschung geweckt haben (vgl. Banta 2011; Davis 2006; Troy 2003), sind die internen Abläufe der Mediengruppe weitgehend unbeachtet geblieben. Diese kurze Fallstudie möchte am Beispiel der *Vogue* aufzeigen, welche wertvolle Blicke hinter die Kulissen die Recherche in Firmenarchiven ermöglicht. Sie steuert ebenfalls einiges bei, das den Aufstieg des Medienunternehmens Condé Nast von seiner Gründung bis in die 1940er Jahre hinein besser nachvollziehen lässt.

Bisher gibt es zwei Biografien über Condé Montrose Nast und seine Karriere. Die ehemalige *Vanity Fair*-Kolumnistin Caroline Seebohm etwa veröffentlichte ihre Biografie über Nast 1982. Allerdings ist keine der beiden Biografien wissenschaftlich fundiert. Die Magazine selbst wurden vor allem für ihren Beitrag im ästhetischen Bereich gepriesen. Zahlreiche Monografien wurden dem richtungsweisenden visuellen Erbe der *Vogue* gewidmet (vgl. Ewing/Brandow 2008; Herschdorfer 2012; Muir/Derrick 2007). Viele Bücher haben somit zum glamourösen Image der *Vogue* beigetragen, dabei jedoch die täglichen Abläufe im Verlag des Magazins vernachlässigt. Überdies baut Condé Nast gerade ein eigenes digitales Gedächtnis in Gestalt einer Website auf der Content-Management-Plattform Google Arts & Culture auf (siehe von Rimscha im Band). Dort werden hochwertige Fotografien und Modezeichnungen mit kurzen Kommentaren unterlegt. Diese visuelle Erzählung weicht inhaltlich jedoch teilweise von den Unterlagen in den Archiven ab.

2. Recherche im Firmenarchiv

Um eine andere Perspektive auf das Produktionsumfeld der *Vogue* zu erhalten, ist es notwendig, sich von der idealisierten Geschichtsdarstellung zu trennen. In diesem Zusammenhang geben die Archive in der New Yorker Zentrale von Condé Nast Einblick in weniger bekannte Aspekte der internen Unternehmensabläufe ab den späten 1920er Jahren. Dieses Archivmaterial umfasst die Unterlagen von Condé Montrose Nast selbst und die der Chefredakteurin der *Vogue* von 1914 bis 1952, Edna Woolman Chase (1877-1957). Im New Yorker Firmensitz gestaltete Chase gemeinsam mit Nast die Expansion der *Vogue* und machte das Magazin zu einer Institution für Stil und Eleganz. Sie selbst stieg schnell aus der Vertriebsabteilung auf und übernahm den Posten der Chefredakteurin. Chase war schon bald aus der Redaktion nicht mehr wegzudenken, auch dank ihrer erfolgreichen Initiative, weibliche Prominenz von Auftritten in der *Vogue* zu überzeugen. Zusätzlich zur amerikanischen *Vogue* übernahm sie zudem von Anfang an die Redaktion der eigenständigen britischen und französischen Ausgaben der *Vogue*, die ab 1916 bzw. 1920 erschienen.

Das Archiv von Condé Nast unterliegt strengen Zugangsbeschränkungen. Mit der Nutzungserlaubnis können zwei große Manuskriptsammlungen eingesehen werden: die Unterlagen von Condé Montrose Nast und die von Edna Chase. Es handelt sich dabei hauptsächlich um interne und externe Korrespondenz in Form von Memos, Briefen und Telegrammen. Während die Nast-Sammlung auch Verkaufsberichte, Finanzberichte und Businesspläne umfasst, dokumentieren die Unterlagen von Chase ihren beruflichen Alltag. Interessanterweise zeigen sie Chases herausragende Führungskompetenz ebenso wie ihre Nähe zur Belegschaft, u. a. zu den vielen Künstler:innen und Fotograf:innen der *Vogue*. Zusätzlich geben Reden und Skripte für Radio und Fernsehen Hinweise auf ihre Präsenz als öffentliche Person. Insgesamt dokumentieren die Papiere von Nast und Chase Schlüsselaspekte der internen Firmenprozesse und somit die Entwicklungsgeschichte der *Vogue*. Im Folgenden werden die täglichen Arbeitsabläufe des New Yorker Büros der *Vogue* von Beginn der 1920er bis in die 1940er Jahren aus drei verschiedenen Blickwinkeln betrachtet.

An erster Stelle steht die redaktionelle Strategie, die verfolgt wurde, um die *Vogue* von ihrer Konkurrenz auf dem US-amerikanischen Zeitschriftenmarkt abzusetzen. Die Kombination von Exklusivität mit einem breiteren Publikum wird in Memos und Verkaufsanalysen diskutiert. Condé Montrose Nasts ausführlichen Betrachtungen lassen sich seine Geschäftsstrategien einschließlich seiner Überlegungen zu redaktionellen Formeln entnehmen. Nasts Schriften belegen seine Liebe zum Detail: Neben faktenreichen Studien zu den Vertriebszahlen der *Vogue* lieferte die Werbeabteilung Berichte zu Farbseiten, Titelblättern und Überschriften. Doch zeigen einige Unterlagen auch, dass bei der Zusammenstellung einer jeden neuen Ausgabe der *Vogue* lebhaft Diskussionen zu sämtlichen Aspekten entstanden, vom Layout und der Typografie bis zur Bedeutung des Covers und der zunehmenden Ablösung der Illustrationen durch Fotografien. Die Belegschaft, oftmals gefangen zwischen wirtschaftlichen Zwängen und Kreativität, war gezwungen eine gemeinsame Basis zu finden, und gleichzeitig musste sie die von Nast und Chase vorgegebenen Prinzipien von Kohärenz, Lesbarkeit und Rhythmus einhalten. Dementsprechend zeigt ein tieferes Eindringen in das Material über die

künstlerische Abteilung, in welchem Maße die *Vogue* ein Nährboden für die Entstehung und Weiterentwicklung professioneller Fertigkeiten im Zeitschriftensektor war.

Zum Zweiten geben diese Unterlagen einen Überblick über die professionelle ›Familie‹ von Nast und Chase, die auf beiden Seiten des Atlantiks der *Vogue* zum Aufstieg verhalf. Einerseits helfen einige Dokumente bei der Identifizierung von Schlüsselpersonen – bspw. der Belegschaft der Redaktion und des Managements der Vertriebs- und Werbeabteilungen im New Yorker Büro –, die das Magazin zu einem Schaukasten für europäische Mode und Kultur machten. Chases Unterlagen beziehen sich hier auch auf die Mittler:innen, die dabei halfen, die französische Mode in den Vereinigten Staaten populär zu machen, wie bspw. Einkäufer:innen von Kaufhäusern und anderen Geschäften im Einzelhandel. Bei näherer Betrachtung des Duos Nast-Chase an der Spitze der *Vogue* wird deutlich, dass sie sich bei vielen strategischen Richtlinien einig waren. Gemeinsam riefen sie Redaktionsmitglieder zur Ordnung, die sich zu viel herausnahmen, besonders wenn es um verlängerte Geschäftsreisen oder Auslandsurlaube ging. Ebenso erinnerten sie die Angestellten im künstlerischen Bereich immer wieder an die Prinzipien der *Vogue*. Andererseits finden sich in den Unterlagen von Nast und Chase auch Nachweise für den transatlantischen Austausch, wie etwa die bedeutende Korrespondenz zwischen den Büros der *Vogue* in Paris und London zeigt. Die zeitweilige Präsenz von Nast, Chase oder deren Vertrauten aus dem New Yorker Team illustriert den kontrollierenden Einfluss der amerikanischen Geschäftsführung auf die europäischen Standorte. So sollte vor allem sichergestellt werden, dass Paris und London den kommerziellen Fokus der *Vogue* respektierten.

Drittens dokumentieren etliche Archivunterlagen die Stellung des Unternehmens in der US-amerikanischen Medienlandschaft und unterstreichen den starken Einfluss, den der Wettbewerb mit anderen Medienmogulen auf die redaktionellen Strategien der *Vogue* hatte. Die Verwendung von Kodennamen für rivalisierende hochauflagige Zeitschriften wie *Harper's Bazaar* sowie Unterlagen zur Analyse ihrer Vertriebsstrategien im Vergleich zur *Vogue* verdeutlichen dies. Es gibt zudem Nachweise darüber, dass die Konkurrenz die Condé Nast-Gruppe infiltriert hatte. Dies zeigt sich etwa an Fällen von Weggängen, die die Basis schwer trafen: Angestellte, oft mit Exklusivverträgen, ließen sich höchstwahrscheinlich durch höhere Angebote der Konkurrenz von Condé Nast abwerben. Eine Liste führt für die Jahre bis 1933 nicht weniger als 25 ›Abtrünnige‹ auf, die von der *Vogue* zu *Harper's Bazaar* überliefen (»Staff members« 1933).¹ Solch ein ›Verrat‹ und seine emotionalen Konsequenzen trugen sicherlich zu einem zunehmend von Konkurrenz geprägten Arbeitsumfeld bei. Dies wird auch an einigen Archivdokumenten deutlich, die kleine verdeckte Untersuchungen zu verdächtigen Angestellten offenlegen.

Insgesamt bieten die Unterlagen von Nast und Chase vor allem Einblick in das mittlere Management und die Geschäftsführung. Obgleich keine vollständige Auflistung der Belegschaft von Condé Nast vorliegt, weisen viele Akten auf eine ausgeprägte professionelle Vielfalt innerhalb der Redaktion der *Vogue* hin. Gleichzeitig geben sie Aufschluss über die neu entstehenden Berufsfelder im florierenden Segment der Modezeitschriften, wie etwa Moderedaktion, Illustration, Fotografie und künstlerische Leitung. Ob

1 Die im Text genannten Dokumente befinden sich in den Condé Nast Archives, Manuscript Collections, New York und den dort befindlichen Condé Nast Papers.

Arbeitsverträge, Gehaltsverhandlungen oder Arbeitsplatzbeschreibungen – zahlreiche Aspekte können nur mit Hilfe der Firmenarchive beleuchtet werden. Zum einen verdeutlichen diese Archive die Umstände, die zum Aufstieg und der internationalen Expansion der *Vogue* beitrugen, zum anderen legen sie den Blick auf ein zunehmend wettbewerbsorientiertes Geschäftsumfeld frei und zeigen auch, welche Misserfolge die Arbeit der Unternehmensgruppe kennzeichneten.

3. Ergänzende Quellen

Der Hauptteil der Archivunterlagen von Condé Nast lagert in der Zentrale des Unternehmens. Firmenkorrespondenz findet sich jedoch auch in anderen Archiven, sowohl in den Vereinigten Staaten als auch in Europa, bspw. im Institut Mémoires de l'édition contemporaine in Frankreich. Zudem verfügen mehrere Bibliotheken über Unterlagen, die zusätzliche Aspekte der Entwicklung der *Vogue* veranschaulichen. Sie liefern Informationen über die frühen Jahre der Verlagsgruppe, die nicht von den Firmenarchiven abgedeckt werden, sowie biografische Daten und Informationen zur Belegschaft von Condé Nast.²

Andere Unterlagen zu Edna Chases Karriere bei der *Vogue* liegen in der New York Public Library, zusammen mit denen zu ihrer Tochter, der Schauspielerin Ilka Chase (1905-1978). Statt lediglich Chases Fähigkeit zu bestätigen, die täglichen Herausforderungen bei der *Vogue* in New York zu bewältigen, zeigen diese Unterlagen auch andere Facetten ihrer Karriere. Interviews und Briefwechsel belegen ihre Teilnahme an Wohltätigkeitsveranstaltungen, besonders an denen der amerikanischen Modebranche. Sie offenbaren auch die Auswirkungen ihrer anspruchsvollen Position bei der *Vogue* auf ihr Familienleben. Und schließlich finden sich dort Fotografien enger Bekannter und ihres Kollegiums, darunter auch Bilder von Gartenpartys und der Feier anlässlich der Verleihung der französischen Ehrenlegion an Chase im Jahr 1935, die andeuten, dass ihr berufliches und soziales Leben miteinander verflochten waren.³

Auch wenn sich bei Memoiren immer die Frage nach der Aufrichtigkeit stellt, scheint Chases *Always in Vogue* (1954) doch recht genau das Bild wiederzugeben, das ihre Archivunterlagen beschreiben. Ein hervorstechendes Beispiel ist der Unmut, den sie – sowohl in ihrer Korrespondenz als auch in ihren Memoiren – über die unrealistischen französischen Modeillustrationen äußerte: »I can't see why it should be so irksome to modern-day fashion artists to let a subscriber see what the dress she may be interested in buying is really like« (96). Im allgemeineren Sinne beschreiben Chases Memoiren ihre Strategie, sich selbst nicht nur als »editor-in-chief«, sondern auch als »pioneer-in-chief« (»Chase's Autobiography Announcement«) der *Vogue* durchzusetzen, indem sie die Zeitschrift

-
- 2 Besonders hervorzuheben ist hier der biografische Ansatz der Historikerin Sophie Kurkdjian (2014) für die Untersuchung der Karrieren der Verleger Lucien Vogel und Michel de Brunhoff – zwei Schlüsselfiguren der frühen französischen *Vogue*.
 - 3 Wie ebenfalls in der kürzlich veröffentlichten Arbeit von Ilaria Coser (2019) dargestellt, basierend auf den privaten Tagebüchern von Allison Settle, der Redakteurin der britischen *Vogue* von 1926 bis 1935.

standhaft gegen ihre Gegner:innen verteidigte, Nast von Zeit zu Zeit trotzte und auch Risiken nicht scheute. Zwei beispielhafte Ereignisse waren die ersten Modenschauen, die sie veranstaltete, sowie das Projekt einer vollständig amerikanischen Ausgabe der *Vogue*, die sie sich vorstellte als »an American number, reflecting [...] this country's magnitude; its beauties, its industries, its indigenous fashions, even its crudities« (Chase 1954: 255). Die »Americana«-Ausgabe der *Vogue* erschien im Februar 1938 und war die erste einer erfolgreichen Reihe. Auch andere Memoiren, wie die der in Paris stationierten amerikanischen Korrespondentin und späteren Moderedakteurin Bettina Ballard (1905-1961), konzentrieren sich auf die Belegschaft von Condé Nast. Sie zeigen, dass ein Arbeitsplatz bei der *Vogue* nicht immer das letztendliche Ziel der Mitarbeiter:innen war – er konnte auch als Sprungbrett dienen (siehe Abb. 1).

Abbildung 1: Vogue-Chefredakteurin Edna Woolman Chase (Mitte) und ihr Redaktionsteam bei der Auswahl von Skizzen Pariser Modeschauen. Quelle: »Reporting Paris styles is a business«. In: LIFE Magazine, 6 September 1938, S. 38.



© Photo by George Karger/The LIFE Images Collection via Getty Images.

4. *Vogue*-Ausgaben als visuelle Artefakte

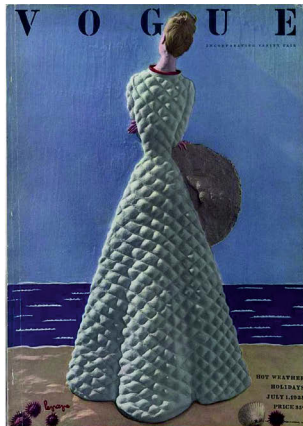
Jede einzelne Ausgabe der *Vogue* kann als Spiegel der Diskussionen hinter den Kulissen während des Entstehungsprozesses betrachtet werden. Ein Beispiel hierfür ist die Korrespondenz zwischen Condé Montrose Nast und dem Künstler Georges Lepape (1887-1971), der sich bei der Gestaltung einer Titelseite für den Einsatz einer neuen künstlerischen

Technik einsetzte. In der Hoffnung, Nasts Aufmerksamkeit auf seine plastischen Illustrationen zu lenken, drückte Lepape seine Besorgnis über die restriktiven Richtlinien der *Vogue* aus:

I am a little disappointed [...]. My new process has infinite possibilities; [...] backgrounds with deep engravings, which would bring out the whiteness of the plaster [...] – not to mention [...] brilliant combinations and colorings [...] which could be embedded in the plaster sculpture and which would probably bring out new elements of fantasy and novelty [...]. Will you, dear Condé, give me your confidence once more? (Lepape 1938: o. S.)

Eine Fotografie von Lepapes plastischer Illustration zierte schließlich das Cover der *Vogue* vom 1. Juli 1938 (siehe Abb. 2). Lepape, einst in einer Ausgabe der *Vogue* als einer der ersten französischen Maler der modernen Schule («À New York!» 1927: 49) bezeichnet, beendete bald darauf seine Arbeit für Condé Nast. Bis Ende der 1930er Jahre hatten neue visuelle Konventionen eine Ära angestoßen, die vom Aufstieg der Modefotografie (siehe Rössler im Band) und der gleichzeitigen Entwicklung der *Vogue* zur Medienikone gekennzeichnet war.

Abbildung 2: *Vogue* Cover, 1. Juli 1938. *The Vogue Archive*. Bildzitat.



© The Condé Nast Publications Inc.

Als visuelle Artefakte machen die Ausgaben der *Vogue* Marketingstrategien sichtbar, die neu aufkommenden Verbrauchertrends folgten. Doch Gelegenheiten, tatsächlich ein Original exemplar aus dieser Zeit in die Hand zu bekommen, sind rar. In einigen wenigen Bibliotheken kann man zwar Alben mit gesammelten Ausgaben der *Vogue* einsehen, doch es handelt sich dabei um schwarz-weiße Faksimiles anstelle von Originalheften. Somit lassen sich Eigenschaften wie Qualität und Dicke des Papiers nicht erkennen (siehe Igl im Band) – Zeugnisse der gelegentlichen Probleme des Unternehmens, an hochwertiges Papier zu gelangen, besonders nach dem Börsenkrach von 1929. Der Zugang

zur digitalisierten Gesamtausgabe der amerikanischen *Vogue* in hochauflösenden Farbseitenbildern erweist sich für das Privatpublikum als ein teures Vergnügen und ist nur über wenige Bibliotheken mit dem Datenbank-Provider ProQuest möglich. Und letztendlich muss festgehalten werden, dass Schlüsselwortsuchen, so praktisch sie auch sein mögen, nicht immer relevante Ergebnisse liefern und die historische Recherche deshalb nicht in jedem Fall erleichtern. Auch das spricht für einen Besuch der *Vogue*-Archive.

5. Das Firmengedächtnis auffrischen

Dieser Beitrag hat eine Reihe von Archiven einschließlich der Firmenarchive von Condé Nast sowie weitere Quellen beschrieben, die in Kombination mit archivierten Ausgaben des Magazins neue Aufschlüsse über die Anfänge der *Vogue* ermöglichen. Die Recherche in der Zentrale von Condé Nast ist zwar essenziell für die Betrachtung der internen Abläufe bei der *Vogue*, dennoch gibt es hier auch gewisse Einschränkungen. Diese liegen einerseits im Einfluss des Managements auf die Firmenarchive und andererseits im Nutzen begründet, den Unternehmen aus der Kontrolle über ihre eigene Geschichte ziehen können. Bei der Archivarbeit zur *Vogue* gibt es zudem Überschneidungen mit den aktuellen Imagebestrebungen und der historischen Selbstdarstellung der Condé Nast-Gruppe, da hier auch ein Teil der Bildarchive in Szene gesetzt wird. Neben einer Website, die die Hochglanzqualität der Magazine von Condé Nast zu neuem Leben erweckt, ermöglichen die sozialen Netzwerke ein Geschäft mit dem visuellen Erbe, z. B. durch den Verkauf von Drucken früherer *Vogue*-Cover. Indem sie ein glamouröses Bild der Geschichte zeichnen, tragen solche Mittel zur Mythologisierung der Mediengruppe und ihrer Publikationen bei.

Aktuell gewinnt das historische Erbe durch seinen Einsatz für Werbezwecke jedoch auch wirtschaftlich an Bedeutung. In vielen Fällen werden Darstellungen der Vergangenheit sowie Firmenimages von Kommunikationsexpert:innen gestaltet; dies ermöglicht Unternehmen, ihre eigene Geschichte (neu) zu schreiben. Und gerade gegen eine solche lineare Geschichtsschreibung muss die historische Forschung in ihrer Arbeit angehen. Der Blick auf die internen Prozesse der Mediengruppe Condé Nast ermöglicht nicht nur die kulturhistorische Dekonstruktion ihrer Erfolgsgeschichte, sondern kann auch einen Beitrag zur Mediengeschichte leisten.

Literatur

- »À New York! A French Artist discovers America«. In: *Vogue*, January 1 (1927). S. 49.
- Ballard, Bettina (1960): *In My Fashion*. New York: David McKay.
- Banta, Martha (2011): *Words at Work in Vanity Fair. Language Shifts in Crucial Times, 1914-1930*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chase, Edna/Chase, Ilka (1954): *Always in Vogue*. New York: Doubleday. London: Victor Gollancz.
- »Chase's Autobiography Announcement«. In: *Vogue*, 1954. o.S.; o.D.

- Chase [Edna W.] Papers. In: Ilka Chase Papers, Box 28, 090, Folder 16, New York Public Library for the Performing Arts, New York.
- Condé Montrose Nast Papers (MC 001), Condé Nast Archives, Manuscript Collections, New York.
- Condé Nast Papers, Box 15, Folder 24, Condé Nast Archives, Manuscript Collections, New York.
- Coser, Ilaria (2019): »Alison Settle, Editor of British Vogue (1926-1935). Habitus and the Acquisition of Cultural, Social, and Symbolic Capital in the Private Diaries of Alison Settle«. In: *Fashion Theory* 23:1 (2019). S. 85-108.
- Davis, Mary (2006): *Classic Chic. Music, Fashion and Modernism*. Berkeley: University of California Press.
- Edna W. Chase Papers. In: Ilka Chase Papers, Billy Rose Theatre Division, *T-Mss 1981-002. New York Public Library for the Performing Arts, New York.
- Edna Woolman Chase Papers (MC 002), Condé Nast Archives, Manuscript Collections, New York.
- Ewing, William/Brandow, Todd (2008): Edward Steichen. In *High Fashion. The Condé Nast Years*. Minneapolis: Foundation for the Exhibition of Photography.
- Herschdorfer, Nathalie (2012): *Coming into Fashion. A Century of Photography at Condé Nast*. London : Thames and Hudson.
- Kurkdjian, Sophie (2014) : *Lucien Vogel et Michel de Brunhoff, parcours croisés de deux éditeurs de presse illustrée au XXe siècle*. Paris: Fondation Varenne.
- Lepape, Georges (1938): »Letter to Condé Nast, January 5th, 1938«. In: Condé Nast Papers, Box 15, Folder 24, Condé Nast Archives, Manuscript Collections, New York.
- Muir, Robin/Derrick, Robin (2007): *Vogue Covers. On Fashion's Front Page*. London: Little Brown.
- Seebohm, Caroline (1982): *The Man Who Was Vogue, the Life and Times of Condé Nast*. New York: Viking Press.
- Troy, Nancy (2003): *Couture Culture. A Study In Modern Art And Fashion*. Cambridge, MA: MIT Press.