

Hanne Loreck

Auch Greta Garbo ist einmal Verkäuferin gewesen. Das Kunstprodukt 'Neue Frau' in den Zwanziger Jahren

Einige Überlegungen zu einer Photo- und Skulpturausstellung im Georg Kolbe Museum in Berlin (7.1.-11.3.1990)

Das Georg-Kolbe-Museum wurde 1928 als Atelier des Bildhauers erbaut und beherbergt heute seinen Nachlaß sowie eine ständig wachsende Sammlung von Plastik von Berliner oder zumindest zeitweilig in Berlin lebenden Künstlern.

Seit 1985 besitzt das Haus eine Bronze des Bildhauers Ernesto de Fiori (1884-1945), „Engländerin“ genannt. Diese Skulptur von 1923/24 steht in der Tradition des klassischen Aktes, stellt aber von den Körperformen her einen neuen Frauentyp vor: schlank, ja knabenhaft schmal und, das ist das Auffälligste, selbstbewußt auf hohen Pumps ausschreitend, die wie mit den Füßen verwachsen erscheinen. Diese „oberflächliche“ Betrachtung der „Engländerin“ führte dazu, einmal mehr das Thema „Neue Frau“ und mit ihm das der legendären Zwanziger Jahre aufzugreifen. Denn „New Women“ gibt es im Zuge einer emanzipatorischen Frauenbewegung in England schon weit vor 1900.

Beide Themenkomplexe zeichnen sich durch lange Publikationslisten aus: Das Phänomen NF spiegelt sich in den äußerst wichtigen soziologischen Analysen zur Situation der Frau in der Weimarer Republik, die mit dem Jahr 1919 die formelle Gleichstellung der Geschlechter markiert. Das Umfeld „zwanziger Jahre“ wurde in zahlreichen kultur- und kunsthistorischen Ausstellungen wie z.B. „Tendenzen der zwanziger Jahre“ in Berlin 1977 oder „Paris Berlin 1900-1933“ in Paris 1978 materialreich und differenziert vorgestellt. Zwischen Soziologie einerseits und Kunst andererseits entwickelten wir die These, daß die NF selber ein Kunstprodukt darstellt, das von Politik, Wirtschaft und Kultur „medial“ gesteuert wurde. Bildende Kunst, Literatur und Film

gehören zu diesen Medien, besonders aber die Photographie, deren allgemeine Verbreitung Siegfried Kracauer 1929 in einem seiner zahlreichen Essays zur sogenannten Massenkultur lapidar kommentiert: „Der schlagende Beweis für die ausgezeichnete Gültigkeit der Photographie in der Gegenwart wird vor allem durch die Zunahme der *illustrierten Zeitungen* geliefert. In ihnen versammeln sich von der Filmdiva an sämtliche Erscheinungen, die der Kamera und dem Publikum erreichbar sind“.

Anfang 1928 gibt es in Berlin 2486 Zeitschriften! Neben Journalen wie der „Berliner Illustrierten Zeitung“ und der „Woche“² drucken besonders die jungen subaktuellen Zeitschriften „Der Querschnitt“, „UHU“, „Scherl's Magazin“ und „Das Magazin“³ auch Reportagen über alles, was das Schlagwort NF angeht. Illustrierte, die ausschließlich Frauen ansprechen – „Frau und Gegenwart“, „Die Dame“ oder „Elegante Welt“⁴ – passen sich in den 20er Jahren der neuen bildjournalistischen Praxis an, die sich durch verbesserte photo-, repro- und drucktechnische Verfahren entwickelt hat. Diese Magazine stellen den Umschlag/Platz dar für ein sich äußerlich schnell veränderndes Erscheinungsbild der Frau, mit dem sie (selbst)bewußt einen Bruch mit ihrer traditionellen Rolle zum Ausdruck bringt oder an das sie sich – so unsere Behauptung – anpassen muß.

Bildagenturen stellen das Photomaterial bereit, das Amateur- und Atelierphotographinnen und -photographen, ab Mitte der zwanziger Jahre auch professionelle Bildreporter und -journalistinnen liefern. Oft spärlich kommentiert, werden die Bilder in den Bereichen „Sport, Mode und Leben“ – der Untertitel eines Magazins – zusammengestellt, angereichert mit einem Fortsetzungsroman und einer Doppelseite über das Neueste in Film und Kunst. Diese Fragmentierung der Frau wird bis heute unverändert vorgenommen und hat nichts von ihrer Fragwürdigkeit verloren.

Nimmt man nun die Forderungen beim Wort, die an einen Reporter der zwanziger Jahre gestellt wurden, – „Sinn für Neues“ sollte er haben, „sehen können“, „Originalität besitzen“ und schnell sein im „Kampf gegen die Konkurrenz“ – so verbildlicht sich dieser Anspruch in der Darstellung der Frau dieser Zeit vergleichsweise wenig. Die photographischen Kompositionen ähneln sich stark. Und sie widersprechen der Kritik des erbitterten Illustrierten-Gegners Kracauer, der schreibt: „Das räumliche Kontinuum aus der Perspektive der Kamera überzieht die Raumercheinung des bekannten Gegenstands, die Ähnlichkeit mit ihm verwischt die Konturen seiner 'Geschichte'“.⁵ Kaum ein anderes Thema dürfte die Strategien seiner Benutzbarkeit und die Herkunft seiner „Muster“ so deutlich machen wie das der NF. Zu den Strategien zählt zu allererst die „Erfassung“ der Frau durch jene clichéhaften Schlagwörter, die dazubeigetragen haben, den Mythos NF zu begründen:

Berufstätigkeit gehört dazu und die kniekurze, weichfallende Mode. Diese ist eine der Voraussetzungen für die neu propagierte Sportlichkeit der Frau. Beide, Mode und Sport, tragen wiederum dazu bei, daß die bislang immer verborgenen Beine zum erotischen Signal werden. Und nicht zu vergessen der Bubikopf: Ob ihn die Modeschöpferin Coco Chanel erfand oder Asta Nielsen, die 1920 nicht nur eine der ersten Hosenrollen im Film spielte, sondern dabei auch die Rolle eines Mannes übernommen hatte, muß dahingestellt bleiben. Die ersten Frauen mit dem androgynen Haar-

schnitt wurden besonders von der Kirche mit dem rassistisch klingenden Wort „Andershaarige“ diffamiert.

Als „schnelle“ Frau, die motorisiert ist, wird sie zum Symbol technisch-gesellschaftlichen Fortschritts, obwohl ihr Anteil an den aktiven Autofahrern noch sehr gering ist. Ausnahmslos jede Autoreklame zeigt allerdings eine elegante Dame am Steuer.⁶ Mit dem Mythos von weiblicher Dynamik wird widersprüchlicherweise der sich hartnäckig haltende von der unfähigen Autofahrerin geboren: Einem Artikel in „Frau und Gegenwart. Zeitschrift für die gesamten Fraueninteressen“ zufolge, bot man die modernste und teuer zu bezahlende Technik eines filmischen Verkehrssimulators auf, um der „typisch-weiblichen“ Geschwindigkeitsangst zu begegnen.⁷ Nur die Schriftsteller G. de Fourchardiere und F. Celval, Autoren des damals populären Romans „Bubikopf chauffiert“⁸, folgen den Spuren der Verquickung von Emanzipation und (Medien)Technik in so reizvollen Kapiteln wie „Die Garage der Jungfrauen“ oder „Ein Kinemathographischer Überfall“.

Berichte über Rennfahrerinnen, die kühle Französin Collette Salomon oder die Siegerin einer 10000 km Europatour, Erika Mann, über Weltrekordfliegerinnen wie Marga von Etdorf oder Thea Rasche dürften die Phantasien von einer außergewöhnlichen Karriere beflügelt haben. Das Interesse an der neuen Technik ist damit ähnlich strukturiert wie das an allen Bereichen der „modernen“ Kunst: Als selbständige Photographin, Künstlerin, Filmschauspielerin und als Revuegirl wird die junge Frau zum Vor- und Traumbild stilisiert und wird damit Projektionsfläche für die Wünsche und Sehnsüchte der „normalen“ Leserin. Der Alltag, ob von Arbeiterinnen oder intellektuellen Frauen kommt in den populären, sich nach modisch-ästhetischen Ansprüchen ausrichtenden, scheinbar unpolitischen Magazinen weder in Bild noch Text vor. Daher hatte Aimee-Köster 1919 „Die Schaffende Frau“ gegründet. Der programmatische Untertitel „Sozialistische Zeitung mit Modebeilage“ deutet den Unterschied zu einem jener konventionellen Magazine wie „Die Dame“ an: „Es geht um die Erörterung der modernen Fragen in neuzeitlicher, radikaler Beleuchtung.“

An wen wenden sich nun diese allgemeinen Frauenzeitschriften? Zunächst an die modebewußte (Ehe)Frau ohne spezifische intellektuelle oder politische Interessen, die Frau, die „mit der Zeit geht“. Sie gehört zu denen, deren Familien auch durch die Inflation von 1923 nicht vollständig verarmen. Zu den Leserinnen zählt weiterhin die Beamtin, die in den zwanziger Jahren einen durchaus angesehenen Status mit noch junger Geschichte vertrat: Gegen Ende des 19. Jahrhunderts hatten einige auch „höhere“ Töchter im Bewußtsein ihrer emotionalen und finanziellen Abhängigkeit von den Eltern (und später dem Ehemann) begonnen, das Klavier gegen Stenoblock und Schreibmaschine zu vertauschen. „Aber der deutsche Traum von Männern als Staatsbeamten und Frauen als Mütter lastete schwer“, kommentiert Friedrich Kittler diesen versuchten Bruch mit der traditionellen Frauenrolle aus der Sicht der Medientechnik:

„Für Mädchen an Schreibmaschine, Telegraph und Fernsprecher mußte ein Sonderstatus kündbarer Beamtinnen geschaffen werden, der bei Verheiratung sofort erlosch. Nachrichtentechnik als solche war 'Zersetzung der alten Familienform' und 'versagte' ihren Maschinistinnen 'eine Rückkehr zu irgendeiner Familienstelle.'“⁹ Im

Ersten Weltkrieg, zu einer Zeit, als Industriearbeiterinnen die Produktion der Munitionsfabriken aufrechterhalten, können oder besser müssen Frauen die Plätze der bislang männlichen Schreibbeamten in öffentlichen Ämtern und selbst der Heeresverwaltung einnehmen. Frauen sind damit nach dem „Grundsatz“ „Wer nicht arbeitet soll auch nicht essen“ in den militärisch-industriellen Komplex eingegliedert, als Arbeitskraft und vor allem als Konsumentin.

Nach Ende des Krieges bildet die Frauenberufstätigkeit für 600000 Kriegerwitwen und ihre Kinder die Überlebensbasis. Aus dem sogenannten Frauenüberschuß von 1,3 Mill. Frauen im Alter von 25 bis 40 Jahren bildet sich in Deutschland allmählich der neue Stand der weiblichen Angestellten, in den nun auch Töchter aus Arbeiterfamilien „aufsteigen“ konnten. Man beginnt, vom „Heer der Angestellten“ zu sprechen, ein Begriff der die Genese des Phänomens aus dem Krieg verrät. 1925 gibt es bereits 1 Million Sekretärinnen, Stenotypistinnen, Telefonistinnen, Verkäuferinnen und kaufmännische Angestellte. Ihr Durchschnittsgehalt liegt mit 146 Mark 18% unter dem Lebenskostenminimum von 175 RM. Die monotone, anstrengende 48-Stundenwoche einer Angestellten in einem lauten Großraumbüro – eines der Ergebnisse der aus Amerika kommenden Rationalisierung –, unter der Kontrolle männlicher Aufseher, dürfte den Traum von der Ehe genauso geschürt haben wie den von einer Karriere als Revuegirl oder besser als Filmstar. Alice Rühle-Berstel zieht 1932 die paradoxe Bilanz für die Berufstätigen: „Ihrer wirtschaftlichen Situation gemäß Proletarierin, ihrer Ideologie nach bürgerlich, ihrem Arbeitsfeld zufolge männlich, ihrer Arbeitsgesinnung nach weiblich. Schillernde Gestalten ...“¹⁰

Die photographischen Abbildungen, z.B. aus der „Zeitschrift für den weiblichen Handelsgehilfen“, ob von Sekretärinnen, Telefonistinnen, Angestellten im Postwesen oder sogar Schaffnerinnen fallen allenfalls durch eine denkbar konventionelle Kameraeinstellung auf. Sie wiederholen ein sehr einfaches Muster: Es sind häufig Frontalaufnahmen, die den jeweiligen Raum ganz in Sinne der klassischen Fluchtpunktperspektive mitabbilden. Der Blick, den der Photograph durchs Objektiv auf den Berufstätigen richtet, schafft eine anonyme Menge von Frauen sehr ähnlichen Typs. In langen Reihen sitzen sie hintereinander. Im unausgeleuchteten hinteren Teil des sich stark verjüngenden Raums lösen sich die Körper und Gesichter völlig auf. Das Betrachterauge ergänzt nach der vorgegebenen Ordnung.

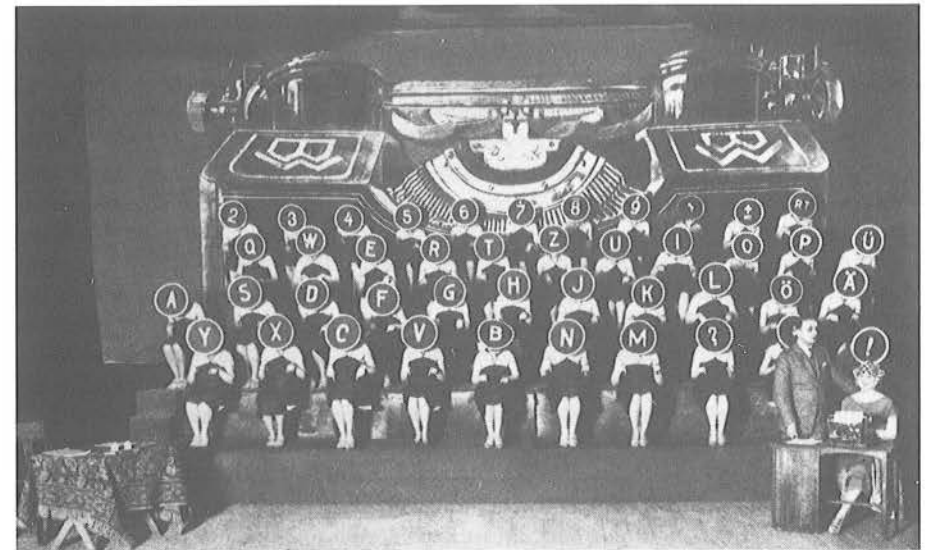
Es überrascht nicht, daß die weniger idealisierenden Sekretärinnenromane der zweiten Hälfte der Weimarer Republik, auch wenn sie einzelne „Heldinnen“ in den Mittelpunkt rücken, wegen ihrer sachlich-nüchternen Beschreibung des Alltags von den Angestellten selber eher abgelehnt wurden. So erging es Irmgard Keuns „Gilgi – eine von uns“ (1929/30) und Christa Anita Brücks „Schicksale hinter Scheibmaschinen“ (1930). Dieser Roman fällt besonders durch eine krasse Schilderung von sexueller Belästigung am Arbeitsplatz auf. Zugleich aber beschreibt er schwärmerisch die (homo)erotische Beziehung zwischen Frau, Maschine und Schrift, die auf das reibungslose Funktionieren der Maschine und den idealen Körper der Schrift setzt.

Alle Themen, die Literatur und Film auf höchst unterschiedlichem intellektuellen Niveau aufgreifen, werden auch von der Unterhaltungsform Nummer 1 in den 20er Jahren, der Revue, verwendet. Die ersten Revuegirls wurden zu Anfang des Jahrhunderts

als „Exerziertruppen“ aus Amerika importiert. Auch hier verraten die militärsprachliche Herkunft des Begriffs „Exerziertruppen“ und die photo- und kinematographischen Muster den paramilitärischen Charakter der Aufführungen: deren Reiz liegt in der präzisen, mechanisch-gleichschrittartigen Beherrschung der einheitlich gepuderten Körper.

Der Traum der Sekretärin vom Aufstieg zum Girl wird leichter nachvollziehbar, wenn man die ähnliche „Geometrie“ von Schreibmaschinensaal und Bühne betrachtet: Anstelle der Reihen von Tippmäuschen, wie sie in Berlin heißen, treten die Reihen der rhythmisch sich bewegenden, nackten Körper, die „Schrift in den Raum tanzen“¹¹ – man sollte ergänzen: Maschinenschrift. Der erotische Reiz, für den die Mädchen eigentlich Bestätigung suchen, geht in der Masse der Auftretenden, dem „Massenkörper“ unter. Zugleich schafft das Ausstellen des „bloßen“ Körpers in wechselnden Formationen eine neues Phänomen, die Erotik oder zumindest eine erotisierte Ästhetik der Masse. Leni Riefenstahl wird sie in ihren Filmen „Triumph des Willens“ (1935) und „Olympia“ (1936) zum Beispiel wirkungsvoll im Sinne der nationalsozialistischen Propaganda perfektionieren.

Zurück zum Girl und der Schrift: In diesem Zusammenhang ist eine Szene, das „Schreibmaschinen-Bild“, aus der Revue „Das lachende Berlin“ von 1925 besonders erwähnenswert. Es zeigt Girls, die sitzend die Tasten einer überdimensionierten Schreibmaschine bilden, vor dem Kopf einen Buchstaben, der sie buchstäblich gesichtslos macht. Diese Maschine ist – am Signet zu erkennen – eine „Orga Privat“ und damit die Revueszene zugleich Produktwerbung für dieses Fabrikat. Die gewiß ge-



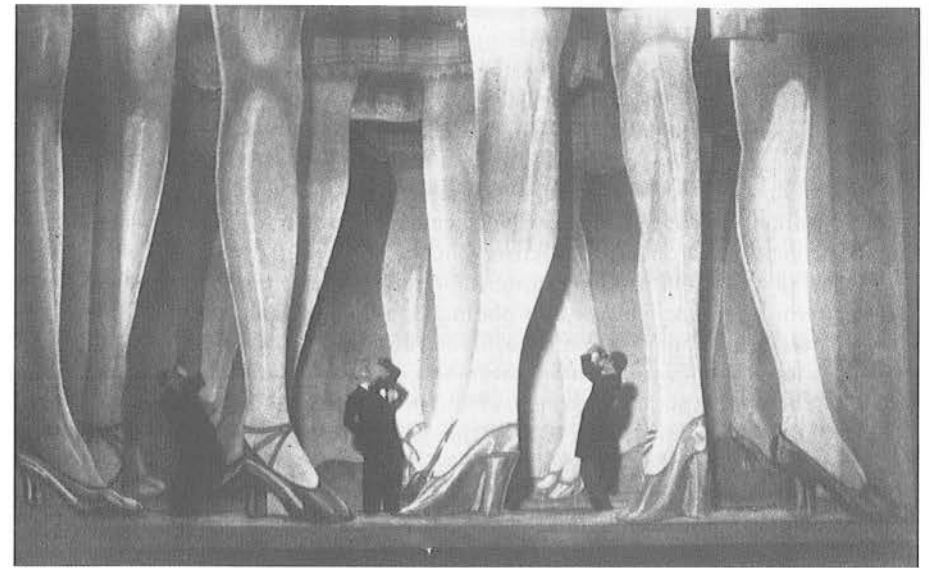
Schreibmaschinen-Bild aus der Klein-Revue „Das lachende Berlin“, 1925 (In: Wolfgang Jansen, Glanzrevuen der Zwanziger Jahre, Berlin 1988. Abdruck mit freundlicher Genehmigung des Autors)

sponsorte Reklame ist ein kleines Beispiel für die Mitte der 20er Jahre beginnende Fusion von Kultur und Wirtschaft in einer Unterhaltungsindustrie, die eine eindeutig wertende Unterscheidung zwischen „hoher Kunst“ und „profaner Unterhaltung“ bedeutungslos macht. Die Wertung sollte seitdem einer Analyse der Mechanismen und Strukturen gewichen sein!

Die Nationalsozialisten verbieten nach 1933 das „artfremde Tingeltangl“ der Revuen und setzen an seine Stelle den „naturgemäßen deutschen Volkstanz“ – bei gleichbleibendem photographischem Abbildungsmuster: disziplinierte Reihen junger Mädchen, diesmal vor der Kulisse Natur.¹² Um die Ununterscheidbarkeit von Realität und Fiktion im Signifikat NF noch einmal zuzuspitzen folgende Signifikantenketten: es gibt Sekretärinnen und Revuegirls. Es gibt die Revuegirls als Sekretärinnen, die möglicherweise die Sekretärinnen sogar als Konsumentinnen (einer Maschine des Typs Orga Privat) ansprechen und es gibt Filme mit Titeln wie „Das Girl von der Revue“ (Josef Eichberg, 1928) oder „Die Privatsekretärin“ (Wilhelm Thiele, 1931), Produkte einer gigantischen Filmindustrie, der „Traumfabrik“. Der nackte makellose Körper eines Revuegirls wiederum wird zum Werbeträger, z.B. für ein Schlankheitsbad.¹³ Denn, so die Werbung damals wie heute, körperliche Attraktivität und „gepflegtes Aussehen“ können im harten Konkurrenzkampf unter den Arbeitssuchenden zum ausschlaggebenden Faktor für eine Anstellung werden. In diesem Kontext wäre eine Untersuchung der Werbephotographie und der Photomontage als Werbeträger wichtig, die ich auf einen Hinweis auf Maud Lavins aufschlußreichen Aufsatz „Maskeraden der Weiblichkeit“, „Ringl & Pit“ und die Werbephotographie der Weimarer Republik 1929-33 reduziere.¹⁴

Der oben beschriebene „Massenkörper“ brachte aber auch ein Gegenbild hervor, den weiblichen Filmstar, der ungleich bestimmender auf das Frauenbild einwirkte. Die Erscheinung Marlene Dietrichs markiert eine Schnittstelle zwischen Werbung und Film. An ihr läßt sich die Veränderung der Körpermode als Disziplinierung des weiblichen Körpers nachvollziehen. Genau in diesem Sinne wird die Dietrich auch von Giesela von Wysocki charakterisiert: „Nüchternheit und hellen Verstand, das liebt sie an der Armee und an den Männern. Disziplin und Uniformen, die Funktion, das Know how“.¹⁵

Ein Photo zeigt die noch Unbekannte 1922 als rundliches Werbemodell. Kräftige Korrekturstriche auf dem Probeabzug machen dem Retoucheur Angaben, ihre Knie zu entfetten, Taillenumfang und Wangen zu reduzieren und die Schultern anzurunden. Nachträglich erst wird sich Marlene Dietrich schlank hungern und vier Backenzähne ziehen lassen, um dem mit ihr selbst entstandenen Ideal zu entsprechen. Der Druck auf den weiblichen Körper verlagert sich also in medialer Abhängigkeit von außen nach innen. Dem Korsett entspricht dabei die Retouche im Medium Photographie, während die kleinen, gleichsam „unsichtbaren“ Schlankheitspillen dem rundum vorzeigbaren, immer erotischen Körperideal auf Zelluloid gleichkommen. Mannequins haben nicht nur einen medialen Körper, sie trainieren ihre Bewegungen sogar an einer Schaufensterpuppe. Zahlreiche Photographen dieser Zeit komponieren demnach auch im Tromp l'œil-Effekt die naturalistischen Puppen mit den künstlichen Neuen Frauen.¹⁶



Revuebild „Das hat die Welt noch nicht gesehn!“, Komische Oper Berlin, 1924 (Lit. in Jansen a.a.o.)

Daß die ästhetische Einschätzung von Schlankheit auf wirtschaftlichem Pragmatismus und beruflichem Leistungsdenken basiert, bringt folgendes Zitat aus einem Zeitschriftenartikel unverhohlen zum Ausdruck: „Der gestählte, abgehärtete, biegsame Frauenkörper kann die Anstrengungen des Berufslebens bei weitem besser erfüllen. Da dieser Typ Notwendigkeit geworden ist, haben wir gelernt, ihn schön zu finden.“¹⁷ Daher wird Sport oft betriebseigen und natürlich nach Geschlechtern getrennt durchgeführt. Noch Anfang der 20er Jahre war er so wenig „Mode“, daß die ersten Weltkampfsiegerinnen in den Zeitungen ohne Nachnamen genannt wurden, um ihre Familien nicht in Verruf zu bringen!

Photographien von jungen Mädchen, ob im Wasser plantschend, fechtend, schifarend oder turnend, zeigen diese gleich den Berufsbildern von Telefonistinnen und den Unterhaltungsbildern mit Revuegirls in Reih und Glied: Der straffen Organisation des Körpers entspricht also die der Freizeit. Daß auch der Sport von der Revue thematisiert wird – und diese wiederum vom Film – sei an dem Standphoto einer Gymnastikszene des bereits erwähnten verschollenen (oder vernichteten) Films „Das Girl von der Revue“ gezeigt, das in doppelter Weise den männlichen Blick auf die präzise formierten Frauenkörper wiedergibt. In kurzen Turnhosen, Beine senkrecht in der „Kerze“ haltend, liegen zwei Reihen von Mädchen so auf dem Boden, daß sie ein „Spalier“ bilden. Der Blick gleitet an den nackten Beinen entlang und trifft am Ende auf den aufrecht stehenden, vollständig bekleideten Dirigenten der Szene. Auch sein Blick streift vollgefällig die Beine und fällt auf den Betrachter zurück: beiden erscheinen die Mädchen in ihrer unverhohlen sexuellen Pose verfügbar. Die Körperpo-

litik der Nationalsozialisten konnte sowohl die strenge Ordnung des Massensports der 20er Jahre direkt übernehmen und zunehmend militarisieren als auch die höhere Leistungsfähigkeit des trainierten Frauenkörpers.

Ich möchte am Schluß meiner Ausführungen zu den Spiegelungen und Brechungen des Phänomens „Neue Frau“ im Medium Photographie noch andere photographische Haltungen stichwortartig erwähnen, weil sie scheinbar ein anderes, differenziertes Abbild der Neuen Frau geben. Es geht um die am Bauhaus geschulte Art des „Neuen Sehens“, dessen Anhänger versuchten, genau jene beschriebenen starren photographischen Ordnungen durch extreme Perspektiven zu stürzen. Otto Umbreit, Umbreit, sei genannt, der als Bildjournalist für die Berliner Bildagentur Dephot (1928-22) tätig war oder Lux Feiniger, der photographierende „Dilettant“, der die Abbildungen lieferte zu einem Werbeartikel für das Bauhaus mit dem Titel „Mädchen wollen etwas lernen“.¹⁸ Es sei noch die raffinierte, idealisierende Starphotographie mit damals schon international bekannten Namen belegt: Clairence Sinclair Bull, Haynigen-Huené, Madame d'Ora (Dora Kalmus) oder z.B. die heute in Vergessenheit geratene Trude Geiringer aus Wien, die die junge Elisabeth Bergner porträtierte.¹⁹

Ich möchte mit einer Photographie von Lotte Jacobi den Bogen von der Starphotographie zur Plastik zurückschlagen. Jacobi, neben Hanna Rieß, Steffi Brandl und Eli Marcus eine der prominentesten der Berliner Atelierphotographinnen, porträtiert 1930 den Filmstar Mady Christians zusammen mit Ernesto de Fiori. Sie bildet die Schauspielerin mit zwei von dem Bildhauer geschaffenen Gipsköpfen ab. Alle drei Profile sind in regelmäßigem Abstand diagonal in den Raum gestaffelt; Auch diese Komposition wird entscheidend von der Reihe als Organisationsform geprägt. Dennoch unterscheidet sie sich von den „Massenbildern“ aufgrund ihrer Inszenierung; die eine „neusachliche“ Variante des Parisurteils vorstellt: Die Frau und ihre zwei Bildnisse sind zwar dem kritischen Blick des Bildhauers ausgesetzt, der bei weitem interessanterer Vergleich aber ist der zwischen den verschiedenen künstlerischen Darstellungsmedien, der künstlerischen Porträtphotographie und der Porträtplastik. Zugleich reflektiert diese Photographie noch eine grundsätzliche Gemeinsamkeit beider Medien, die der Reproduzierbarkeit mittels Abzug oder Guß.

Ernesto di Fioris Starporträts hingegen vermitteln den Eindruck, der Bildhauer wolle der massenhaften Verbreitung von Starphotos und der Flüchtigkeit der Gesichter im Film selbst, die wertvollere Dauerhaftigkeit der Plastik, des „Kunstwerks“ entgegenzusetzen. Mit klassisch-konventionellen Mitteln versucht er, einer Dietrich, Bergner oder Christians „Individualität“ zu verleihen und sie somit der Massenkultur zu entreißen.

Im Gegensatz zu dem reflektierten Ansatz der Photographin Lotte Jacobi erscheint mir de Fioris Bemühungen um eine neusachliche Skulptur als durchaus konservatives Unterfangen, denn der neue Starkult lebt seit Mitte der 20er Jahre von der Überhöhung des Entindividualisierten. Bemerkenswert bleibt, daß es von Greta Garbo nur ein künstlerisches Bildnis gibt, wohl aber massenhaft industriell angefertigte Holzstatuetten, IDOLE. Sie das das Äquivalent zu Roland Barthes treffender Charakterisierung der Garbo: „Das Gesicht der Garbo ist Idee.“²⁰

Ich habe anhand einiger Beispiele zu zeigen versucht, daß der emanzipatorische Fortschritt der Frau engstens an militärisch-industrielle Entwicklungen geknüpft ist. Diese spiegeln sich in der dargelegten Ästhetik der „Bildmuster“. Da aber jede Ästhetik in Abhängigkeit von einem Gesellschaftssystem entsteht, machen sich gesellschaftliche Umwälzungen nicht zuletzt am Eindringen „anderer Bilder“ ablesbar.

Welche Aktualität diese These hat, wurde mir durch folgenden Kommentar vom Februar 1990 über Schönheitswettbewerbe in der UdSSR klar. Er zeigt, daß es auch heute die Frauen sind, die sich an die Einführung einer Wettbewerbswirtschaft anpassen, diese sogar vorwegnehmen. Man wird an den Neuen Frauen der Sowjetunion der 90er Jahre die „hohe Beweglichkeit“ genauso euphemistisch rühmen wie an den Neuen Frauen der 20er Jahre:

„... Ein neues sowjetisches Vergnügen sind die unzähligen Schönheitswettbewerbe, die einen schweren Schlag für das traditionelle 'sowjetische' Bild der Frau bedeuten, ein Bild, das über Jahrzehnte hinweg aufgebaut wurde und dessen sichtbarer Ausdruck auf Tausenden von Propagandaplakaten zu finden war. Diese Idealfrau war Kommunistin, ein weiblicher Stachanow, in Overalls gekleidet; ihre Haupttugend war die Bescheidenheit. Im heutigen Bild hingegen wird das Erotische betont. Körperliche Schönheit, Initiative, Klugheit, Eleganz und Tüchtigkeit. Fast alle Wettbewerbsteilnehmerinnen träumen davon, Schauspielerin oder Fotomodell zu werden, in der Werbung tätig zu sein, mehr Geld zu verdienen, an leichtes Geld zu kommen. Die Gewinnerinnen beklagen sich in freundlichem Ton darüber, daß sie obszöne Telefonanrufe und 'schmutzige' Anträge erhielten ...“²¹

Anmerkungen

Dieser Artikel geht aus den Überlegungen hervor, die Beate Moser und die Verf. zur Konzeption einer kleinen Ausstellung im Rahmen von „Schauplatz Museum 1990“ anstellten. Es handelt sich dabei um eine zweiwöchige Großveranstaltung des Museumspädagogischen Dienstes Berlin.

- 1 Siegfried Kracauer, *Das Ornament der Masse*, Frankfurt/Mair 1977, S. 33.
- 2 BIZ, gegründet 1890; Die Woche, gegründet 1899.
- 3 „Der Querschnitt“, gegr. 1921; „UHU“, gegr. 1924; „Scherl's Magazin“ und „Das Magszin“ gegr. 1924/25.
- 4 „Frau und Gegenwart“, Gründungsjahr un auffindbar; „Die Dame“ = ab 1911/12 neuer Name für „Illustrierte Zeit“; „Elegante Welt“, gegr. 1912.

- 5 Siegfried Kracauer, o.a.O., S. 34.
- 6 Zum Beispiel für „Mercedes Benz“ in: „Die Dame“ 1928, Heft 15, S. 4; für „Brennabor“ in: „Die Dame“ 1927, Heft 26, S. 31; für „Bosch Elektrik“ in: „Die Dame“ 1930, Heft 25, S. 1; für „Opel“ in: *Gebrauchsgraphik, International Advertising Art*, Berlin Dezember 1928, S. 6.
- 7 Gert Lenz, 100 PS in zarter Frauenhand, In: *Frau und Gegenwart* 1927, Heft 14, S. 11ff.
- 8 G. de la Fourchardiere und F. Celeval, Bubikopf chauffiert, dt. von M. Spiro und M. Wartenberg, Berlin 1928.
- 9 Friedrich Kittler, *Film Gramophon Typewriter*, Berlin 1986, S. 289.
- 10 Zitiert nach: Ute Frevert, *Kunstseidener Glanz, Weibliche Angestellte* in: Kristina von Soden, Maruta Schmidt (Hrsg.),

- Neue Frauen, Die 20er Jahre, Berlin 1988, S. 26.
- 11 Fritz Giese und Eugen Mathias (Hrsg.), Männliche Körperbildung, München 1926, S. 121, zitiert nach: Reinhard Kloos/Thomas Reuter, Körperbilder, Menschenornamente in Revuetheater und Revuefilm, Frankfurt/Main 1980, S. 71.
 - 12 Als Beispiele seien der Photograph Gerhard Riebicke und die Photographin Erna Lendvai-Dirksen genannt.
 - 13 „Leichner 1001“ in: Die Dame 1928, Heft 124, S. 67.
 - 14 Maud Lavin, Maskeraden der Weiblichkeit, „Ringl & Pit“ und die Werbephoto-graphie der Weimarer Republik 1929-33, in Fotogeschichte, hrsg. von Hubertus von Amelunxen und Timm Starl, Heft 27, 1988, S. 39ff.
 - 15 Giesela von Wysocki, Fröste der Freiheit, Aufbruchphantasien, Frankfurt/Main 1980, S. 86.
 - 16 Zum Beispiel „In der Mannequin-Schule“, Photo: Keystone, in: Der Querschnitt 1932, Heft 5, gegenüber von S. 352.
 - 17 Dr. med. Henny Magnus, Die schlanke Frau, in: Frau und Gegenwart, 1925, Heft 3, S. 2.
 - 18 „Mädchen wollen etwas lernen“ (ohne Autor), in: Die Woche 1930, Heft 1, S. 30ff.
 - 19 Vgl. Timm Starl, Trude Geiringer u. Dora Horowitz, in: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie, hrsg. von Hubertus von Amelunxen und Timm Starl, Marburg 1989, Heft 34, S. 31.
 - 20 Roland Barthes, Mythen des Alltags, Frankfurt/Main 1982, S. 75.
 - 21 Viktor Erofjew, Sex und Perestrojka, in: Liber, Europäische Kulturzeitschrift als Beilage der FAZ, Nr. 1, Februar 1990, S. 17.