

Uniformität des Mangels – Mode zwischen Selbst- und Fremdnormierung

„MODE IN DER DDR“ – EIN VORTRAG IN DER REIHE „WIE SCHMECKTE DIE DDR?“

Es gilt das gesprochene Wort!

Wenn das mir vorgegebene Thema „DDR-Mode“ umschreiben soll, trifft es nicht recht zu. Mangel erzeugt nicht zwangsläufig Uniformität und Uniformität gibt es überall dort, wo Kleidung Status, Gruppenzugehörigkeit, Beruf oder einen bestimmten Anlass beschreiben soll. Mode bewegt sich immer und überall zwischen Selbst- und Fremdnormierung.

Mode

Mode ist eine kollektive Fiktion. Mode ist Spiegel und Wunschbild ihrer Zeit. Mode ist Zeitgeist. Mode ist das, was neu ist, sonst ist es Klassik. Alles ist Mode: Kleidung, Autos, Möbel, Farben, unsere gesamte Umwelt, selbst unsere Ernährung und unsere Sprache werden von Mode geprägt.

Mode ist das nie da Gewesene, das Andere, Faszinierende, Provozierende, Reizvolle, Interessante, Attraktive, auch das Schockierende, das Dynamische, das Kreative, alles, was unseren Geist in Bewegung hält.

Es gibt kein Modediktat mehr. Alles ist gleichermaßen möglich, gerade, wenn es um Kleidung geht. Niemand kann mehr anhand von Kleidung eines Anderen auf dessen sozialen Rang schließen.

Mode ist ein intellektuelles Spiel, ein Spiel der amüsanten Täuschung und Verstellung. Wir können uns selbst erfinden und uns selbst zelebrieren. Das Zelebrieren, das Auf-

führen, das Inszenieren ist das Wesen der Mode. Der Laufsteg ist die Bühne, die Models sind die Super-Stars, ihre Kleidung phantastische Kreationen und nicht für den Alltag bestimmt.

Und über die Modefotografie sagt Klaus Honnef sogar:

„In jedem Falle sind die Modephotographien durch ihre pointierte, überzeichnete Darstellung genauer als die scheinbar wahren Abbildungen der Dokumentar-Photographie. Sie zeigen die Menschen, wie sie sich zu bestimmten Zeiten in Ihren Träumen und Wünschen selbst sahen oder sehen wollten.“

Haute Couture

Als Haute Couture (französisch für "gehobene Schneiderei") werden heute, im Gegensatz zu Prêt-à-porter, die exquisiten, maßgeschneiderten Kreationen großer Modehäuser bezeichnet. Ihre Schöpfungen sind der Nährboden, aus dem die Modebranche neue Ideen gewinnt. Sie werden auf großen Modeschauen in Paris, London und Mailand präsentiert, deren hauptsächliche Funktion es ist, für die Konfektionsbekleidung, Kosmetikartikel und Accessoires des Modehauses zu werben. Anders als früher werden Haute-Couture-Modelle nur noch selten getragen, sondern als Kunstwerke betrachtet und in Ausstellungen und Museen gezeigt.

Prêt-à-porter

Hierbei handelt es sich um Mode, die „bereit

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

DRESDEN

DR. EVA MAHN

6. Januar 2009

www.kas.de

www.kas.de/dresden

zum Tragen“ ist, d. h. Kleidung, die im Gegensatz zur Haute Couture nicht nur für den Laufsteg geschaffen wurde, sondern in Standardgrößen und im fertigen Zustand auf den Markt kommt. Sinngemäß bedeutet prêt-à-porter etwa soviel wie „von der Stange“.

Was mich als „Zeitzeugin“ herausfordert, sind Pauschalurteile über Menschen - auch wenn es um die DDR oder DDR-Mode geht.

Ein Fundstück aus der Presse zu einem Buch mit dem Titel „Off the wall: Fashion from East Germany, 1964 to 1980, Bloomsbury Publishing, 2005“

„Eine fröhliche Skurrilität aus einer fremden Welt. Honeckers Haute Couture. Modefotos aus der DDR.“

Sagen wir es offen heraus: Die Kleidung im realsozialistischen Arbeiter- und Bauern-Staat war einfalllos gestaltet, aus minderwertigen Stoffen geschneidert und billig verarbeitet. Die Synthetikfaser „Präsent 20“ war der Stoff, aus dem die Alpträume waren: die Kleidung roch streng nach kurzer Zeit, stand stocksteif ab und knisterte elektrostatisch aufgeladen. Das wollte der Sozialismus nicht dulden.

Auch die DDR hatte Haute Couture. Sie schickte volkseigene Handelsunternehmer nach Paris und Mailand: Westmode ausspionieren.

Die DDR-Modedesigner entwarfen „Show-mode“, die so nie in die Läden kam, aber offiziell den internationalen Zeitgeist übernehmen sollte (Berliner Zeitung).

Das kann ich nicht unwidersprochen lassen. Es stimmt nicht, dass es in der DDR keine pfiffigen Mode-Designer, -Redakteure und Modefotografen gegeben hat, die mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten gute Arbeit geleistet haben. Es gab auch gut und Fantasievoll angezogene Frauen, qualitätsvolle Stoffe, dauerhaft haltbare Kleidung, aber immer von allem zu wenig. Dass es um die Möglichkeiten mehr als „dürftig“ bestellt war, ist eine ganz andere Sache.

Ich werde nie mein Verblüffung über den Satz eines Westberliner Pfarrers vergessen, der mir kurz nach der Wende sagte: „Sie haben ihre Zeit mit Organisieren verbracht, wir mit Selektieren.“ Und damit meinte er die Beschaffung ganz alltäglicher Dinge.

Meine „Model-Karriere“ begann im Frühjahr 1969 in Leipzig. Ich war 22 Jahre alt, studierte Kunstgeschichte und Kunstpädagogik, war 1,70 m groß, hatte lange Beine und brachte 55 kg auf die Waage. Sonst war ich in keiner Weise prädestiniert für den Beruf eines Modells.

Mit „Deutschland sucht das Supermodel“ hatte die Angelegenheit nicht im Geringsten etwas zu tun.

Auf dem Weg zur Vorlesung hatte mich in der Straßenbahn Gerda Glindemann, die verantwortliche Redakteurin der Modezeitschrift „Saison“, angesprochen. Sie bestellte mich zu Probeaufnahmen in den „Verlag für die Frau“ in der Friedrich-Ebert-Straße.

Natürlich nahm ich das Angebot an. Ich fühlte mich geschmeichelt, hübsch genug für die Arbeit als Model zu sein und fragte nach keinerlei Bedingungen.

Der Verlag hatte 400 Mitarbeiter, eine Druckerei, Schneiderei, Schnitt-Werkstätten, Foto-Studio, Fotolabor, angestellte Fotografen und eine Experimentier-Küche für die Autorinnen der Kochbücher. Im Verlag wurden außer der „Saison“ die Modezeitschriften „Praktische Mode“ (seit 1949) und „Sibylle“ (seit 1956), die Handarbeitszeitung „Modische Maschen“ (seit 1967) und die Frauenzeitschrift „Für Dich“ (seit 1963) hergestellt. Vor allem aber wurde Ratgeberliteratur herausgegeben, die in keinem Haushalt der DDR fehlen durfte. Guter Rat war bei der allgemeinen Mangelwirtschaft auch lange nach Kriegsende noch nötig.

Es war gar nicht leicht, in dem großen Gebäude die Redaktion zu finden. Statt der Probeaufnahmen wurden sofort Anproben in der verlagseigenen Schneiderei gemacht. Im Winterheft der „Saison“ 1969, erschienen die ersten Bilder. Ich hatte ungeduldig darauf gewartet und musste erst begreifen,

6. Januar 2009

www.kas.de

www.kas.de/dresden

dass mit einem dreiviertel Jahr Vorlauf gearbeitet wurde. Entwürfe, Schnitt-Entwicklung, Anfertigung der Modelle, zwei Anproben, Fotetermine und Drucklegung brauchten ihre Zeit.

Ich erinnere mich noch genau an die Fotoaktionen für „m e i n“ erstes Heft:

Wir bekamen den einzigen und ständig ausgebuchten Kleinbus des Verlages und konnten damit nach Merseburg, Leuna und Bad Dürrenberg fahren, wo das gesamte Heft fotografiert werden sollte. Alle drei Orte liegen nicht weiter als 25 bis 28 km von Leipzig entfernt. Das sparte Zeit, Benzin, Hotel- und Verpflegungskosten.

Der enge Bus, der uns auch als Garderobediente, wurde mit Kleidern, Accessoires und fünf Personen vollgestopft, zwei Redakteurinnen, zwei Models und einem Fahrer.

Aus Berlin war Gesine Göpfert mit dem Zug nach Leipzig angereist. Sie kam noch ganz verschlafen und ungeschminkt im Verlag für die Frau an. Ich hielt sie erst für eine Mitarbeiterin, denn sie sah durch ihre Größe eher wie eine Volleyballspielerin aus. Sie gehörte aber zu den wenigen und gefragten Berufsmodels der DDR und, wurde viel fotografiert.

Sie schminkte und frisierte sich, klebte die Wimpern an und wurde zusehends zu einer strahlenden Schönheit. Das alles erledigte sie in kürzester Zeit in der Enge des Busses auf dem Domplatz von Merseburg; keine Rede von hilfreichen Hair-Stylisten, Make-up-Künstlern oder Modeassistenten.

Während der Arbeit verhielt sie sich überaus professionell. Sie war konzentriert, bewegte sich kontrolliert und fand immer die passende Mimik und eine vorteilhafte Pose für das zu präsentierende Modeobjekt. Die Fotos mit ihr schienen wie von selbst zu gelingen.

Als ihr ein Modell nicht gefielen, übte auf ihre Weise Kritik: Sie rannte x-beinig mit dem langen Strickkleid über den Merseburger Schlossplatz und schrie; „Das macht die Mode aus dem Menschen!“ Das hinderte

sie aber nicht, das ungeliebte Modell in vollendeter Weise zu präsentieren, als es ans Fotografieren ging.

Der Fotograf Günter Rubitzsch war wegen seiner umfangreichen Ausrüstung mit dem eigenen Auto angereist. Er fotografierte ohne Assistenten, baute die Lichttechnik auf und kümmerte sich in ständigem Hin und Her zwischen Kamera und Blitztechnik um die Ausleuchtung der Szenerie.

Nach den Stricksachen wurde Festkleidung fotografiert. Wir zogen um in das gut geheizte „Ständehaus“, einen neubarocken Gründerzeitbau. Er war gerade sorgsam renoviert und zum „Haus der Kultur“ umgebaut worden. In der Gaststätte des Kulturhauses habe ich mich später oft vom beschwerlichen Lesen der königlich preußischen Handschriften im Merseburger Staatsarchiv erholt, denn es gab weit und breit keine andere Möglichkeit, ordentlich essen zu gehen.

Die Festkleidung war wunderschön, aus silbernem Brokat, schwarzem und kirschrotem Samt und weißem, fließenden Dederon mit Paillettenstickerei.

Gesine Göpfert trug zu einem Anzug aus Brokat mit Schlaghose, silberfarbene Maßstiefel von Kurt Helmbold aus Pirna, von dem ich annehme, dass er sonst für Theater gearbeitet hat.

Zu einem Brokat-Ensemble aus schmalen Minikleid und Mantel gehörte eine Weißfuchsstola von „Brühlpelz“ Leipzig - ein Luxus wie in den Zwanzigerjahren und heute undenkbar, ein Fall für Tierschützer! Sogar ein junger Friseur war angereist, um uns für den festlichen Auftritt zu verschönern.

Ich habe nie wieder solch einen Aufwand erlebt. Offenbar wurde den berufstätigen Frauen - und das waren immerhin 90% - in ihrer Freizeit das Recht auf Kultur und festliche Kleidung zugebilligt. Sogar aufwändige Haus-Anzüge für kleine private Feste wurden der DDR-Frau vorgeschlagen. Ich fand sie ziemlich spießig, aber sie waren auch nicht für meine Altersgruppe gedacht.

Wenn es um die Komplettierung der Kleidung, um Accessoires wie Schuhe, Handtaschen, Gürtel oder Schmuck ging, wurde es schwierig. Auch die findigsten Moderedakteurinnen konnten da schon einmal verzweifeln.

Alles, was auf den Fotos zu sehen war, musste in der DDR oder den sozialistischen Nachbarländern hergestellt worden sein und im erläuternden Text nachgewiesen werden.

Es ging also nicht, wie wir es heute kennen, um den Verkauf von Designerprodukten aus der Modebranche, um Lippenstifte von Dior, Sonnenbrillen von Gucci oder Brillantschmuck von Cartier. Es ging darum, den Schein aufrecht zu erhalten, dass es möglich war, sich all die abgebildeten Herrlichkeiten besorgen zu können. Modezeitschriften in der DDR waren Mutmacher zur Selbsthilfe.

So stand eines Tages Kurt Helmbold aus Pirna vor meiner Tür, um im Auftrag der Redaktion Maß für Stiefel zu nehmen, die es in der DDR nicht zu kaufen gab. Da ich ihn nicht kannte und die Redakteurin der „Saison“ es nicht für nötig gehalten hatte, den Schuhkünstler anzumelden, ließ ich ihn nicht in die Wohnung. Ein Telefon besaß damals ja kaum jemand, schon gar nicht eine Studentin. Herr Helmbold musste das Maßnehmen im Treppenhaus erledigen und ich fand es ziemlich eigenartig, dass er auch meinen Oberschenkelumfang wissen wollte.

Umso größer war die Überraschung, als ich bei den nächsten Fotoaufnahmen rote over-knees aus herrlich weichem Leder anziehen durfte. Das war also der Grund für die „Maßnahme“ gewesen!

Im Winter 1969 waren Mini, Midi und Maxi zur gleichen Zeit Mode und das Winterheft der „Saison“ präsentierte die neuen Längen mit drei feuerwehrroten Mantelkleidern. Am liebsten hätte ich die Stiefel und das Maxikleid behalten. Eigene over-knees habe ich mir durch einen Freund aus Italien mitbringen lassen und sie bei Modeaufnahmen öfter getragen.

In Paris hatte man sich seit der Einführung des Minirockes 1963 noch immer nicht auf sein Verschwinden aus der Modewelt einigen können und 1967 sowohl knöchellange Mäntel als auch Miniröcke, die man darunter trug präsentiert.

DER SPIEGEL vom 07.08.1967, der über die neue Mode in Paris berichtete, schrieb:

„Denn Verwirrung hat sich diesmal der vierhundert Damenreporter bemächtigt, die alljährlich zweimal aus aller Welt zum Defilee von 1500 neuen Kleidern an die Seine eilen. Sie wissen so wenig wie die Couturiers, ob sie nun lange oder kurze Röcke wollen.“

Wer von den Modedesignern und Moderedakteurinnen der DDR nach Paris fahren durften, ist mir nicht bekannt. Aber sie waren in jeder Hinsicht gut informiert und verarbeiteten die neuen Trends. Selbst offizielle Stellen erkannten die führende Rolle der Pariser Mode an.

So kann man in der Kleinen Enzyklopädie Für die Frau, Leipzig 1969, S. 489, lesen:

„Paris ist unbestritten das Modezentrum der Welt. Seine Vorrangstellung wurde durch hervorragende Modeschöpfer gefestigt und gesichert. Christian Dior, Jaques Fath, Pierre Balmain, Lanvin-Castillo und viele andere hervorragende Couturiers haben sich – oftmals auch als Begründer ganz neuer Moderichtungen, wie Christian Dior 1947 mit dem „New Look“ in das Lexikon der Modegeschichte eingeschrieben.“

Viele Modelle sind kaum denkbar ohne Kenntnis der englischen Modedesignerin Mary Quant (*11. Februar 1934 in Blackbeath), die 1960 als erste den Minirock proklamiert hat, noch ehe er in Paris salonfähig wurde. Ihre kurzen Hängekleidchen, Trägeröcke, engen Pullover und Miniröcke ließen die jungen Frauen wie Schulmädchen aussehen. Dazu trugen sie strahlend klare Farben im Mix mit Schwarz und eine haubenartig glatt geschnittene Föhnfrisur, die als Beatlesfrisur bekannt geworden ist.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

DRESDEN

DR. EVA MAHN

6. Januar 2009

www.kas.de

www.kas.de/dresden

Mary Quant wollte sich von der eleganten, damenhaften Mode und den langen Röcken der 50er Jahre abzusetzen, die sie als eine Mode für Großmütter empfand.

Das Kultmodel Twiggy machte die Mode von Mary Quant Ende der sechziger Jahre zum Markenzeichen einer ganzen Generation.

Sogar die Fünfblättrige einfache Kinder-Blume, das Markenzeichen von Mary Quant, leuchtet weiß auf dem orange Hängerkleid der „Saison“, das ich trage. Bestimmt kein Zufall!

Wen wundert es also, dass durch einen Zufall die Modefotos der 60er Jahre von Günter Rubitzsch zu ihren Wahlverwandten nach England gefunden haben: Nach der Wende verkaufte er einige seiner Fotos an eine Bildagentur, die auch Filialen in London und Paris unterhält. Und genau dort war man begeistert von den „schrägen“ Bildern.