

Panoptikum des Stils

«Zeitlos schön» ist ein graues Gewand für ein Jahrhundert der Modefotografie

Ein neues Buch dokumentiert die Entwicklung von hundert Jahren Modefotografie anhand der Archive des weltweit tätigen Verlagshauses Condé Nast.

Anna Kaminsky

«Zeitlos schön – 100 Jahre Modefotografie, von Man Ray bis Mario Testino» heisst ein dieser Tage bei Prestel erscheinendes Buch, welches die Geschichte der Modefotografie nachzeichnet, und zwar anhand der weltweiten Archive des Verlagshauses Condé Nast, Herausgeberin von Titeln wie «Glamour» oder «Vogue». Dass die Publikationen dieses Verlags massgeblichen Einfluss auf die Entwicklung der Modefotografie in den letzten hundert Jahren gehabt haben, ist klar. Undeutlich bleibt, weshalb der Umstand, dass Condé Nast für dieses Buch eine zentrale Rolle spielt, bei der deutschen Übersetzung des englischsprachigen Werks nicht auf den Titel gehoben wurde – im Original heisst es nämlich korrekt «A Century of Photography at Condé Nast».

Dass Condé Nast seine Archive geöffnet hat, ist nämlich das eigentlich Spektakuläre an diesem Buch. Erstmals überhaupt hat das Verlagshaus einer ausserstehenden Kuratorin und Auto-

rin Zugang zu diesen Schätzen gewährt. Allein zu dieser Leistung darf man Nathalie Herschdorfer gratulieren.

Das Ergebnis der Recherche umfasst eine weitreichende Auswahl von Modefotografen – es sind genau 86 Fotografen, welche einen Zeitbogen von 1911 bis 2011 spannen. Dabei bekommt der Betrachter einige grosse Klassiker, aber auch weniger bekannte Bilder vorgelegt. Auch die ganz Grossen des Genres, wie Helmut Newton, Cecil Beaton und Erwin Blumenfeld, überraschen mit weitgehend «vergessenen» Bildern. Die Zeitreise durch die Geschichte der Modefotografie beginnt etwa mit Edward Steichen, führt über George Hoyningen-Huene, Cecil Beaton, Horst P. Horst oder Constantin Joffe und endet bei Nick Knight, Corinne Day und Terry Richardson.

Textliche Annäherungen

Essays von Olivier Saillard und Sylvie Lécailier, beide vom Musée Galliera in Paris, beleuchten die Modefotografie aus interessanten Perspektiven. Ein Interview mit Franca Sozzani, Chefredaktorin der italienischen «Vogue», rundet den Textteil auf spannende und unterhaltsame Weise ab. Die Wahl Sozzanis ist klug: Die italienische «Vogue» hatte über zwanzig Jahre lang eine Monopolstellung in Sachen neuer Modefotogra-

fie. Es wäre zu hoffen, dass der heute etwas farblos wirkende Titel eines Tages wieder zu dieser Form zurückfindet.

Kraftlose Grafik

Ein Wermutstropfen ist allerdings das höchst konventionelle Layout dieses Buches. Man glaubt fast, einen Fotoband aus den siebziger Jahren statt ein 2012 erschienenen Produkt in Händen zu halten. Obgleich der Titel «Zeitlos schön» suggeriert, spürt man, dass dies nicht für gestalterische Qualitäten gilt. Das ist bedauerlich, gerade weil wiederholt von der wichtigen Rolle des Art-Directors zu lesen ist, der die Magazine genauso sehr prägt wie die Fotografen, mit denen er arbeitet.

So wirken die Bilder, aus ihren zeitlos schönen Betten herausgehoben, in einem uninspirierten grafischen Umfeld streckenweise doch kraftlos. Deshalb sei dem Leser dringend auch zum Besuch der Berliner C/O-Galerie geraten (bis 28. Oktober 2012), wo die selektierten Werke, in einem ihnen gebührenden Wirkungsraum inszeniert, noch heute sehr lebendig wirken.

«Zeitlos schön – 100 Jahre Modefotografie, von Man Ray bis Mario Testino», www.co-berlin.info.

 Mehr Bilder auf www.nzz.ch/lebensart.



Die zwei Badenixen im lupenreinen Eighties-Stil fotografierte Albert Watson bereits 1977 für die «Vogue». ALBERT WATSON / VOGUE / PRESTEL

STILIKONE N° 41

Debbie Harry
(*1945, Miami, Florida)



RICHARD MCCAFFREY / MICHAEL OCHS ARCHIVE / GETTY

Jürg Zbinden · New Wave und Punk waren nicht schön – und hübsch schon mal gar nicht. Bis auf Deborah «Debbie» Harry. Die war derart cool und sexy, dass Legionen von Halbstarren – zumindest in ihrer Phantasie – zu Groupies mutierten. Und die jungen Frauen erblondeten aus Bewunderung. Vor ihrem grossen Durchbruch hatte Debbie Harry bereits einschlägige musikalische Erfahrung bei zwei Bands gesammelt, bei Wind in the Willows und den Stiletos, wo sie ihren späteren Freund, den Gitarristen Chris Stein, kennenlernte. Mit ihm gründete sie 1974 die Gruppe Blondie. Dass sie die Frontfrau war, daran liess das Cover des nachtschwarzen Debütalbums «Blondie» keine Zweifel: Die amerikanische Viererbande blickt ihr über die Schulter, Blondie nehmen den Käufer der Schallplatte scharf und direkt ins Visier. Debbie Harrys Kunstblondhaar scheint zu wehen, ihre Miene ist ernst – eine Marilyn-Monroe-Punkette.

Die Avantgarde hatte die Nase gestrichen voll von Disco und Koks, und die erste Single, «X Offender», geriet gleich zum Hit. Der wohl bekannteste Titel ist indes bis heute «Heart of Glass». Im Videoclip trägt die Sängerin über schwarzen Strümpfen ein Chiffonkleid von Stephen Sprouse, dem Darling der New Yorker Eighties-Szene. Gloss lenkt die Aufmerksamkeit auf die roten Lippen, die Betonung der Augen ist zurückhaltend dramatisch. Eine veritable Ikone der Cover-Art verdankt Debbie Harry einem Malerfürsten des Morbiden, dem Schweizer H. R. Giger. Der Vater des «Alien» durchbohrte ihr makelloses Antlitz, das von zuckenden Blitzen erhellt wird, mit vier langen Stahlnadeln. Trotz der Mitwirkung von Bernard Edwards und Nile Rodgers, den Masterminds der Disco-Genies The Chic, wurde das Soloalbum «KooKoo» (1981) ein Flop. Das Songmaterial war schlicht und einfach zu schwach.

1983, Discomusik war mausetot, betrat eine neue Disco-Maus die Szene: Madonna. Aus der Maus wurde innert Jahresfrist eine Diva, ein Superstar. Aber Madonna dürfte kaum der Grund gewesen sein, weshalb Deborah Harry ihr Glück im Filmgeschäft versuchte; mit nennenswerten Erfolgen, zum Beispiel in David Cronenbergs «Videodrome» oder John Waters' «Hairspray». Heute sind sie alle mehr oder weniger blond: Christina Aguilera, Britney Spears, Gwen Stefani, Lady Gaga. Die rechtmässige Erbin der Marilyn-Monroe-Aureole ist und bleibt aber Deborah «Debbie» Harry.

Des Güggels Fussabdruck

Hahnentritt ist ein dem Fussabdruck eines Hahns (oder Huhns) nachempfundenen Web- oder Druckmuster, das auch unter dem Namen «Pepita» bekannt ist. Besonders verbreitet ist das Motiv als Flecken tarnendes Karo auf den Hosen von Küchenbrigaden, es sorgt aber in grösseren Rapporten auch für modische Akzente.

Akzentuiert

Houndstooth (Hundezahn) nennt sich Hahnentritt im Englischen. Ebenso heisst dieser Stoff-Entwurf von Designerin Hella Jongerius für den New Yorker Textilhersteller Maharam. Das pinkorange-gemusterte Kissen aus der Serie «Repeat» von Vitra kostet 168 Euro. www.design-museum.com



Smart

Telefonhüllen sind ein Symbol unserer multimedialen Zeit. Sie sind in allen Variationen und Preislagen zu finden, und natürlich gibt es auch solche mit dem Pied-de-Poule-Karo. Die Hüllen fürs iPhone 4 und 4S sind in Pink sowie in zwei Grautönen erhältlich. 22 Franken. www.casemate.ch

Peppig

In einer kleinen Manufaktur im japanischen Osaka werden die Canvas- und Nylon-Taschen von Bag'n'Noun hergestellt. Neuerdings kommt die Serie von schlichten Allzwecktaschen auch in poppigen Mustern daher. Der Gym-Bag ist in Gelb und Blau erhältlich, 159 Franken. www.japanproxy.ch



Grafisch

DVF, wie sich das Label der New Yorker Modedesignerin Diane Von Furstenberg mittlerweile nennt, steht seit den siebziger Jahren für ein modernes Bild der berufstätigen und dennoch sinnlichen Frau. Das kurze, mit prägnantem Muster bedruckte Twill-Kleid kostet 478 Euro. www.net-a-porter.com

Keck

Für ihre Lederwaren-Kollektion interpretiert die Schweizer Designerin Florence Bachofen-Székelly jede Saison die wichtigsten Modetrends. So findet sich auch das Hahnentritt-Muster wieder, etwa in Form dieses Kuhfell-Gürtels mit ovaler Schnalle. 250 Franken. www.flo-accessoires.com

