

Rita Zaspel:

„Schönheit, Charme und Alltagskultur – Modefotografie in der DDR“

Vortrag in der Fritz und Hildegard Ruoff Stiftung Nürtingen am 24.09.09

Modefotografie ist ein besonders charakteristischer Spiegel für Erscheinungen des Zeitgeists. Sie zeigt Bekleidung und die Art und Weise sie zu bestimmten Zeiten zu tragen. Sie zeigt Frauen, wie sie ausgesehen haben und wie sie aussehen wollten, welches Erscheinungsbild von ihnen erwartet wurde und wie sie betrachtet wurden.¹ Sie zeigt Wünsche und Träume, kollektive Erwartungen und Vorstellungen. Die Geschichte der Modefotografie ist damit aufs engste mit der Geschichte der Mode und der Geschichte eines sich wandelnden Frauenbildes verknüpft. Darüber hinaus bewegt sich Modefotografie im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz. Von vielen als die treibende Kraft hinter dem Modesystem betrachtet, existiert Modefotografie um Stil zu zeigen, Stil zu erzeugen und letztendlich Stil zu verkaufen.² Daneben aber gewinnt Modefotografie immer mehr an öffentlichem Bewusstsein und damit an Präsenz in Museen, Galerien und Auktionshäusern, wie wir es auch anhand dieser Ausstellung zu Sibylle Bergemanns Fotografien erleben können. Das Medium, für das Modefotografie aber zu einem sehr großen Teil produziert wurde und wird, ist die Modezeitschrift.

In meinem heutigen Vortrag möchte ich mit der in der DDR produzierten und publizierten Modezeitschrift „Sibylle“ nicht nur den Entstehungsrahmen für viele der in dieser Ausstellung gezeigten Fotografien vorstellen, sondern auch den Raum, in dem ein großer Teil der Modefotografie der DDR veröffentlicht wurde. Gleichzeitig werde ich damit also auch die Entstehungsbedingungen für Modefotografie im sozialistischen Staat beleuchten, die sich anders gestalteten als zum Beispiel in der Bundesrepublik. So kam Modefotografie und der von ihr abgebildeten Mode im sozialistischen Staat in Bezug auf ihren Charakter als Konsumartikel und ihre Einbindung in eine staatliche Ideologie ein anderer Stellenwert zu als in westlichen kapitalistischen Gesellschaften. Der zentral geleitete Staat, die geplante Wirtschaft, ein anderer Umgang mit Kunst, Kultur, Werbung und der Presse schufen für die

¹ Delvin, Polly: Fotografie und Mode. In: Vogue. Geschichte der Mode-Photographie. Herrsching 1980, 113-145, 113f.

² Edkins, Diana: Imagemakers. In: Brugger, Ingrid (Hg.): Modefotografie. Von 1900 bis heute. Wien 1990, 29-30, 29.

Modebilder in der DDR einen Entstehungskontext, der deutlich anders bewertet werden muss.

Die Zeitschrift „Sibylle“ wurde 1956 gegründet und erschien sechsmal im Jahr im Verlag für die Frau in Leipzig, der neben anderen Frauenzeitschriften auch Kochbücher und andere Ratgeber für den weiblichen Lebensalltag herausgab.

Ähnlich wie Wirtschaft und Staat wurde auch der Pressemarkt, auf dem die „Sibylle“ erschien, zentral gesteuert. Das Titelangebot entwickelte sich in der DDR deshalb nicht frei über den Markt, sondern wurde den ideologischen und politischen Zielstellungen gemäß festgelegt. So sollten die Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse der Menschen befriedigt, gleichzeitig aber auch kontrolliert und gesteuert werden. Dies implizierte aber auch, dass das Titelangebot so gut wie nie geändert wurde. Man orientierte sich an vorausgesetzten oder einmal akzeptierten Bedürfnissen und ließ deren Entwicklung außer Acht. So entstanden für die differenziertesten Interessen Zeitschriftentitel, unter denen über die Jahrzehnte hinweg aber nur wenig Bewegung herrschte.³ Dies führte neben einem recht festgefahrenen Markt auch dazu, dass sich diese Zeitschriften stark spezialisierten und häufig ein unverkennbares, individuelles Gesicht fanden.⁴ Auch im Bereich der Modezeitschriften war dies der Fall. Hier hatte die „Sibylle“ mit einem Mode und Kultur verbindenden Konzept eine Sonderstellung inne. Natürlich existierten noch andere Modezeitschriften wie die „Praktische Mode“ kurz „PRAMO“, die „Saison“ oder die „Modischen Maschen“. Diese boten ihren Leserinnen vor allem Modeinformationen mit den dazu passenden Arbeitsanleitungen und Schnittmusterbögen. Auch reine Frauenzeitschriften wie die „Für Dich“ hatten Modeteile von unterschiedlichem Umfang. Eine so ausführliche Modeberichterstattung mit zusätzlichem Feuilletonenteil und Ratgeber aber bot nur die „Sibylle“.

Betrachtet man den Pressemarkt der DDR, muss zu bedenken gegeben werden, dass auch der Zeitschriftenbereich keineswegs eine politikfreie Nische darstellte, „sondern auf jeweils spezifische Weise in die übergreifende politische Zielsetzung

³ Löffler, Dietrich: Publikumszeitschriften und ihre Leser. Zum Beispiel: Wochenpost, Freie Welt, Für Dich, Sibylle. In: Barck, Simone/Langermann, Martina/Lokatis, Siegfried (Hg.): Zwischen „Mosaik“ und „Einheit“: Zeitschriften in der DDR. Berlin 1999, 48-60, 48.

⁴ Barck, Simone/Langermann, Martina/Lokatis, Siegfried: Abenteuer im Zeitschriften-Leseland DDR. In: Barck, Simone/Langermann, Martina/Lokatis, Siegfried (Hg.): Zwischen „Mosaik“ und „Einheit“. Zeitschriften in der DDR. Berlin 1999, 13-21, 13.

eingebunden“ war.⁵ Zwar stand im Gegensatz zur Tagespresse bei den Zeitschriften nicht die politische Information, Belehrung und Einflussnahme im Vordergrund. Die Zeitschriften sollten vorwiegend belehren, informieren und unterhalten. Dennoch sollten auch die illustrierten Blätter hintergründig politisch aufklärend wirksam werden.⁶ In der „Sibylle“ war dies vor allem in Beiträgen, die die Frau in der sozialistischen Gesellschaft zum Thema hatten, zu spüren, ebenso in Artikeln zu wichtigen Jubiläen der DDR. Verweise auf den sozialistischen Staat und seine Idee, auf das politische Bewusstsein des Individuums und die in der DDR bereits erreichten politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Errungenschaften sowie deren internationale Bedeutung fand man immer wieder, auch in Artikeln, deren Thema nicht explizit einen politischen oder gesellschaftlichen Bezug vorgaben. Tagespolitik spielte dagegen selten eine Rolle.

Ein großes Problem des Printmediensystems der DDR war die prekäre Unterversorgung an Papier und Druckkapazitäten. Dies betraf insbesondere Tageszeitungen, massenwirksame Wochenzeitungen und Zeitschriften. Ursachen hierfür, die aus der Mangelwirtschaft resultierten, waren vor allem Kapazitätsgrenzen bei der Zellstoff- und Papierproduktion, der stockende Aufbau von Papierfonds aufgrund steigender Preise sowie fehlende Druckkapazitäten. Dies führte dazu, dass viele Titel nicht in ausreichender Auflage produziert und somit der Bedarf der Bevölkerung nicht gedeckt werden konnte.⁷

Auch die „Sibylle“ konnte nicht in einem bedarfsgerechten Umfang hergestellt werden. Ihre durchschnittliche Auflage lag bei etwa 200 000 Exemplaren, eine selbst für DDR-Verhältnisse geringe Zahl, vergleicht man sie mit den Auflagen von Blättern mit ähnlichem Adressatenkreis. So hatte das Modejournal „PRAMO“ eine durchschnittliche Auflage von 773 600 Exemplaren und die Frauenzeitschrift „Für Dich“ etwa 937 600.⁸ Und selbst diese konnten den eigentlichen Bedarf nicht immer decken. Deshalb galt die „Sibylle“ wie viele andere Waren in der DDR auch als so genannte „Bückware“ und wurde häufig nur unter dem Ladentisch weitergegeben.

⁵ Löffler 1999, 48f.

⁶ Mühlberg, Dietrich: Alltag in der Medienöffentlichkeit. Illustrierte Zeitschriften und Magazine als Quellen kulturhistorischer Forschung. In: Barck, Simone/Langermann, Martina/Lokatis, Siegfried (Hg.): Zwischen „Mosaik“ und „Einheit“. Zeitschriften in der DDR. Berlin 1999, 32-47, 33.

⁷ Tonscheidt, Sabine: Frauenzeitschriften am Ende? Ostdeutsche Frauenpresse vor und nach der Wende 1989. Münster 1996, 56f.

⁸ Wiedemann, Jasmin: Mitgefangen, mitverkauft. Zur Situation ostdeutscher Frauenzeitschriften nach der Wende. Münster, New York 1995, 86.

Welchen Inhalt hatte die „Sibylle“ nun aber, was machte sie so beliebt? Ihre Zielstellung formulierte die Redaktion im ersten Heft 1956 selbst. Die „Sibylle“ wollte als weltgewandte, attraktive und modebewusste Freundin ihren Leserinnen mit modischer Beratung zur Seite stehen, sie aber auch auf dem Gebiet der Kultur durch Berichte über Kunst und Reisen weiterbilden. In Bezug auf die Mode hatte sie vor, sich im Institut für Bekleidungskultur und den Modeateliers der DDR umzusehen, ihren Blick aber auch auf die Mode der Welt zu richten, deren modisches Zentrum Paris sei. Ihre Augen habe sie überall, „in Prag und Florenz, in Warschau und Wien, in Moskau und New York, in Peking und London – und immer wieder in Paris.“⁹ Bewusst stellte die „Sibylle“ sich auf eine Stufe mit den internationalen Modezeitschriften, bezeichnete sie als ihre Schwestern. Genau wie diese wollte sie sich bemühen, der Konfektion immer ein Jahr voraus zu sein. Dies könnte allerdings dazu führen, dass die Leserinnen nicht alle Kleidungsstücke sofort im nächsten Geschäft finden könnten. Trotzdem, so versicherte die Zeitschrift, bemühe sich ihr Herausgeber, das Institut für Bekleidungskultur, „die internationalen Anregungen eigenschöpferisch zu verwerten und die neuen Modelle auch so schnell wie möglich in den Handel zu bringen“.¹⁰ Der auf Frauen fokussierte Adressatenkreis war mit der Anrede der Leserinnen als „verehrte Freundin“ von vornherein deutlich abgesteckt. Dennoch wollte die „Sibylle“ auch „den Herren der Schöpfung ein kleines Plätzchen einräumen, ein bescheidenes“.¹¹

Umgesetzt wurde dieses Konzept wie folgt: Die etwa 80 Seiten eines jeden Heftes bestanden aus einem Mode- und einem Kulturteil. Letzter hatte ein reichhaltiges Themenspektrum. Künstlerporträts standen neben Reiseberichten, Kurzgeschichten, Gedichten, Buchvorstellungen und Beiträgen zu Musik, Film, Theater und Kunst. Zu diesen, sich mit kulturellen Themen befassenden Artikeln, traten solche mit ratgebender Funktion. Dazu zählten unter anderen Anleitungen zu gymnastischen Übungen und Diäten, Vorschläge zur Kosmetik und Körperpflege sowie Ideen zur Wohnungseinrichtung und Kochrezepte. Darüber hinaus stellten diverse Artikel und Serien populäre oder unbekannte Frauen in ihrem sozialen Umfeld vor, ihre Berufe und Familien sowie ihre modischen Vorlieben. Dabei zeichneten diese Beiträge ein sehr einheitliches und klares Frauenbild. Betont wurde in diesem deutlich die durch den Staat DDR geschaffene Gleichberechtigung von Mann und Frau. Die Frau wurde

⁹ Anonym: Ich über mich. In: Sibylle 1(1956)1, 9.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Ebd.

als durch qualifizierte Berufsarbeit vom Mann ökonomisch unabhängig dargestellt und zeichnete sich darüber hinaus durch Merkmale wie allseitige Bildung, wissenschaftlich-technische Versiertheit, Mut, Selbstvertrauen sowie politisches und soziales Engagement aus. Außerdem sollte sie ihrem Mann eine gute Gefährtin und ihren Kindern eine verständnisvolle Freundin sein. Diese Darstellung entsprach deutlich dem zeitgenössischen Frauenleitbild der DDR-Regierung. Wichtigster Aspekt innerhalb der sozialistischen Frauenfrage und der Realisierung der Gleichberechtigung von Mann und Frau in der DDR war die Einbeziehung der Frau in den Produktionsprozess. Durch ihre Integration in die Arbeitswelt, so dachte man, werde sie ökonomisch unabhängig vom Mann und damit auch gleichberechtigt.¹² Diesen Aspekt fand man bereits in der ersten Verfassung der DDR und er durchzog ihre gesamte weitere Frauenpolitik. Hinzu kam in den 1960er Jahren die Forderung, Frauen sollen nicht nur lediglich arbeiten, sondern sich beruflich vor allem auf technischem Gebiet qualifizieren und Leitungsfunktionen anstreben, daneben aber auch ihre Aufgaben als liebende Mutter erfüllen.¹³

Der Modeteil der „Sibylle“ umfasste nicht nur die Modeserien, in denen anhand von Fotografien die aktuellen Tendenzen vorgestellt wurden, sondern auch theoretische Auseinandersetzungen mit dem Thema Mode und deren Rolle in der sozialistischen Gesellschaft. Der Grundtenor dieser Beiträge zeichnete eine Vorstellung von Mode, die nicht mehr nur schnellem, modischem Wechsel unterliegt, sondern in eine kontinuierliche Entwicklung überführt werde und deren Ziel es sei, „alle Menschen jederzeit vernünftig und richtig anzuziehen“.¹⁴ Vor allem für die Frauen sollte die Mode der äußere Ausdruck ihrer Persönlichkeit und neuen gesellschaftlichen Rolle sein, die schon so selbstverständlich sei, dass keine Frau es mehr nötig habe, „durch äußerliche Mittel zu betonen, dass man mit ihr rechnen müsse“.¹⁵ „Effekthascherei und Originalitätssucht“ waren so unnötig geworden.¹⁶ Daneben wäre es von Bedeutung, besonders die allgemeine Brauchbarkeit der Kleidung zu erhöhen, ohne aber damit „öde Vernünftelei und Langeweile in die Mode einziehen“ zu lassen.¹⁷

¹² Hildebrandt, Karin: Historischer Exkurs zur Frauenpolitik der SED. In: Bütow, Birgit/Stecker, Heidi (Hg.): EigenArtige Ostfrauen. Frauenemanzipation in der DDR und den neuen Bundesländern. Bielefeld 1994, 13-31, 13.

¹³ Ebd., 23f.

¹⁴ Bertram, Axel: Mode morgen? In: Sibylle 12(1968)1, 30-21, 31f.

¹⁵ Selbmann, Katja: 10 Jahre Deutsches Modeinstitut 10 Jahre Dienst an der Schönheit. In: Sibylle 7(1962)5, 8-9, 9.

¹⁶ Ebd., 9.

¹⁷ Bertram 1968, 32.

Damit wurde der Anspruch formuliert, der Mode völlig unabhängig von internationalen Entwicklungen und Trends zu einem neuen sozialistischen Gang verhelfen zu können.

Diese Vorstellungen fügten sich recht gut in die allgemeine Bedeutung von Mode im sozialistischen Staat. So war Mode in der DDR nicht nur im alltäglichen Leben als tatsächliche Bekleidung oder als Wirtschaftsfaktor von Bedeutung, sondern erfuhr wie viele andere Aspekte der Gesellschaft auch eine starke ideologische Vereinnahmung. Zum einen spielte sie vor allem in den frühen Jahren der DDR eine wesentliche Rolle bei der Legitimation des sozialistischen Staates sowohl innerhalb der eigenen Bevölkerung als auch gegenüber den westlichen Nachbarn. Mit Nahrung und Unterkunft gehörte Bekleidung zu den drei Grundbedürfnissen, deren Befriedigung als eines der wichtigsten Ziele und Maßstab des Erfolges des Sozialismus galt. Das Versprechen eines zukünftigen, mit der Befriedigung materieller Bedürfnisse und Wünsche einhergehenden, Wohlstands bildete einen zentralen Bestandteil der Vision einer radikal umgewandelten Gesellschaft, in der Klassenunterschiede verschwinden und Güter an jedes Individuum gemäß seiner Bedürfnisse verteilt werden würden.¹⁸ Anspruch der DDR war es deshalb die Mode demokratisiert, also für jeden zugänglich und tragbar gemacht zu haben. Jedem sollte es möglich sein, sich individuell und abwechslungsreich kleiden zu können.¹⁹ Mode galt darüber hinaus auch nach außen als Ausweis der wirtschaftlichen Potenz der sozialistischen Gesellschaftsordnung. Und innerhalb der DDR sollte Mode als Symbol des Wohlstands den Bürgern das Gefühl von Selbstbewusstsein und Sicherheit vermitteln.²⁰

Zum anderen sollte Mode der Kultivierung der so genannten „sozialistischen Persönlichkeit“ dienen. Zur Realisierung der Vision einer transformierten Gesellschaft, so die sozialistische Ideologie, sollten neben strukturellen Veränderungen im politischen, wirtschaftlichen und sozialen Bereich, die unter anderem den Wandel des Eigentums und der Produktionsmittel einschlossen, auch innere Veränderungen innerhalb jedes Gesellschaftsmitglieds beitragen. Die Herausbildung einer „sozialistischen Persönlichkeit“ mit neuen Bedürfnissen,

¹⁸ Stitzel, Judd: Fashioning Socialism. Clothing, Politics and Consumer Culture in East Germany. Oxford, New York 2005, 1.

¹⁹ Ernst, Anna-Sabine: Mode im Sozialismus. Zur Etablierung eines „sozialistischen Stils“ in der frühen DDR. In: Mänicke-Gyöngyöse, Krisztina/Rytlewski, Ralf (Hg.): Lebensstile und Kulturmuster in sozialistischen Gesellschaften. Köln 1990, 73-94, 82.

²⁰ Ebd., 75.

Gewohnheiten und Werten, die mit denen der Gesellschaft harmonieren, wurde deshalb als Ziel formuliert.²¹ In Bezug auf die Mode bedeutete dies, dass die heranzubildende Persönlichkeit sich durch grundlegende Eigenschaften wie Sparsamkeit und vernünftige Kaufentscheidungen auszeichnen sollte²² sowie durch ein Bekleidungsverhalten, das durch Schlüsselbegriffe wie situationsgerecht, angemessen und passend gekennzeichnet war. Gute und damit modische Kleidung sollte so zur Pflicht werden, da eine nicht den jeweiligen Maßstäben entsprechende äußere Erscheinung die Leistungsfähigkeit des Systems hätte in Frage stellen können.²³

Zur Entwicklung einer sozialistischen Modelinie unter dieser Prämisse wurde 1952 das Institut für Bekleidungskultur, später Deutsches Modeinstitut und Modeinstitut der DDR, als Modezentrum der DDR gegründet, das auch gleichzeitig Herausgeber der „Sibylle“ war. Aufgabe des Instituts war es, Modekonzeptionen für die Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Arbeits- und Berufsbekleidung sowie für Schuhe und Lederwaren zu entwickeln.²⁴ Damit sollten besonders die Mustergestaltung der Textilindustrie und die Produktionsplanung der Textil-, Bekleidungs- und Lederindustrie verbessert werden.²⁵ Seinen Auftrag formulierte das Institut 1963 wie folgt: Man wolle eine Mode schaffen, „die den Wünschen und dem Bedarf unserer werktätigen Menschen entspricht, die ihnen Freude und Optimismus vermittelt und geschmacksbildend wirkt“.²⁶ Neben der Ausarbeitung eines spezifisch sozialistischen Stils sollte das Institut auch für dessen Aneignung als Element des neuen Lebensstils in der sozialistischen Gesellschaft sorgen. Modenschauen und Ausstellungen, aber vor allem Modezeitschriften und Modeseiten in Illustrierten und Zeitungen sollten dabei wichtige Medien der Vermittlung dieser Bekleidungsvorstellungen sein.²⁷ Dass das Deutsche Modeinstitut eine Prestige-Institution mit vorrangig repräsentativem Charakter blieb, lag vor allem an der Ignoranz der Wirtschaft. Meist kamen die Modevorschläge als solche schlichtweg nicht in die Produktion. Das Einhalten von Planzahlen, die Rentabilitätssteigerung

²¹ Stitzel 2005, 1.

²² Ebd., 4.

²³ Ernst 1990, 78 und 86f.

²⁴ König, René: Menschheit auf dem Laufsteg: Die Mode im Zivilisationsprozess. Opladen 1999, 249f.

²⁵ Ernst 1990, 75.

²⁶ Koppasch, J.: 10 Jahre Deutsches Modeinstitut. Die Arbeit des Deutschen Modeinstituts zur besseren, bedarfsgerechten Versorgung der Bevölkerung. Berlin, Leipzig 1963, o.S.

²⁷ Ernst 1990, 79.

und die Erhöhung der Standardproduktion hatten Vorrang.²⁸ So zeichnete sich auch das Konfektionsangebot des Einzelhandels hauptsächlich durch einfallslose Gestaltung, minderwertige Stoffe und billige Verarbeitung aus.²⁹ Neben der Schaffung eines Grundsortiments an Bekleidung mit den notwendigen Standardartikeln wurde auch die Produktion von teurer hochmodischer Kleidung unterstützt. Hierzu wurden Kleinstserien von Kleidungsstücken, so genannte Modellkonfektionen, in einem maximalen Umfang von 300 Stück in modischem Design und hoher Qualität hergestellt, die in Boutiquen vertrieben wurden.³⁰ Ab 1962 kamen dann die „Exquisit-Läden“ hinzu, um ebenfalls exklusive Artikel zu exorbitanten Preisen unter die Leute zu bringen.³¹ Argument für dieses Vorgehen war vor allem die Realisierung des Anspruchs, jedem die Möglichkeit geben zu wollen, sich entsprechend seiner persönlichen Vorstellungen abwechslungsreich kleiden zu können. Daneben sollte natürlich auch die überschüssige Kaufkraft abgeschöpft werden. Die Bekleidungsartikel der ostdeutschen Modellkonfektionen und „Exquisitläden“ waren so nur für Kundinnen mit entsprechenden finanziellen Möglichkeiten zugänglich, was zwangsläufig in einer Gesellschaft, die angeblich auf sozialistischen und egalitären Prinzipien basierte, zu Spannungen führen musste.³² Auf der Ebene des Grundsortiments verletzten häufig die tatsächlichen Preise, die Menge und die Qualität der Kleidungsstücke die von der SED selbst proklamierten ideologischen Prinzipien. Häufig waren so genannte Standardartikel nur in unzureichender Anzahl, meist nicht einmal in allen Größen, in minderwertiger Qualität und trotzdem zu ungerechtfertigt hohen Preisen erhältlich. Die Folge war ein starker Mangel an begehrten Artikeln und ein enormer Überschuss an minderwertiger und unmodischer Bekleidung. Die DDR-Wirtschaft erwies sich so zum großen Teil als unfähig, differenzierte Sortimente und ausreichende Mengen an Kleidungsstücken herzustellen.³³

So ist es nicht verwunderlich, dass sich die tatsächlichen Konsumpraktiken von den offiziell beworbenen sozialistischen Verbrauchergewohnheiten drastisch

²⁸ Ernst 1990, 81.

²⁹ Melis, Dorothea: Mode nach Plan oder Erziehung zum Verzicht. In: Melis, Dorothea (Hg.): Sibylle. Modefotografie aus drei Jahrzehnten DDR. Berlin 1998, 48-63, 58.

³⁰ Ernst, Anna-Sabine: Von der Bekleidungskultur zur Mode. Mode und soziale Differenzierung in der DDR. In: Landeszentrale für politische Bildung Baden Württemberg (Hg.): Politische Kultur in der DDR. Stuttgart 1989, 158-179, 173.

³¹ Merkel, Ina: Der aufhaltsame Aufstieg in die Konsumgesellschaft. In: Merkel, Ina/Mühlberg, Felix (Hg.): Wunderwirtschaft DDR. Konsumkultur der 60er Jahre. Köln 1997, 8-20, 8 und 19.

³² Stitzel 2005, 5.

³³ Ebd., 5.

unterschieden. In einer Landschaft von Bildern von individualistischer Opulenz und Läden voll von langweiligen massenproduzierten Waren nutzten die Verbraucher eine Vielzahl von Techniken, um ihre Bedürfnisse und Wünsche zu erfüllen.³⁴ Hierzu gehört zum einen das Einkaufen, das sich von Anfang an als Besuch zahlreicher Läden, auch in verschiedenen Städten, zur Befriedigung des individuellen Kaufwunschs gestaltete. Häufig war der gewünschte Artikel gar nicht, in der falschen Größe oder nur in einem anderen Material zu haben. Um ihre Chancen zu verbessern, besuchten viele Verbraucher Läden ein- oder zweimal in der Woche oder versuchten herauszufinden, wann Lieferungen erwartet wurden, um unter den ersten zu sein, die die Waren begutachten konnten. Darüber hinaus konnten Beziehungen zu Verkäufern die Möglichkeit erhöhen an den begehrten Artikel zu kommen. Die Zentralität des glücklichen Zufalls für das Einkaufen unterstützte Impulskäufe, die entgegen dem Ideal der SED eines vernünftigen und geplanten Konsums liefen. Zu diesem Bereich gehörten auch Tendenzen des Hortens und Panikkaufens, die teilweise während Zeiten politischer Unsicherheiten ausbrechen – besonders auffallend nach dem Bau der Berliner Mauer. Bis dahin hatten schließlich auch Westberlin und Westdeutschland einen guten Jagdgrund für ostdeutsche Käufer geboten.³⁵

Alternativen zum Kaufen von Bekleidung waren die Anfertigung von Kleidungsstücken bei einem Schneider, von Freunden und Verwandten, das eigene Nähen oder Stricken sowie das Erhalten von gebrauchten Artikeln. In der Nachkriegszeit durch große Versorgungslücken notwendig gewordene Praxis, blieb das Selbstnähen eine verbreitete Alternative zur Konfektionskleidung. Eine weitere Möglichkeit war der Empfang von Paketen aus Westdeutschland, die unter anderem auch Kleidung enthielten.³⁶ Die Beschaffung von Mode funktionierte in der DDR also nicht immer über den samstäglichen Einkaufsbummel in der Innenstadt, die problemlose Auswahl im Geschäft, das gemütliche Anprobieren und anschließende Tragen zur Kasse. Sie erforderte oft Geduld, Aufmerksamkeit, Beziehungen, Ausdauer und Kreativität.

Deshalb hatte Mode in der DDR sowohl auf ideologischer als auch lebensweltlicher Seite einen anderen Stellenwert als vielleicht in den westlichen kapitalistischen

³⁴ Stitzel 2005, 144f.

³⁵ Ebd., 146-148.

³⁶ Ebd., 149.

Gesellschaften und bewegte sich ständig im Spannungsfeld zwischen diesen zwei Konstanten.

Welche Mode zeigte nun aber die „Sibylle“ als Modezeitschrift auf ihren zahlreichen Modebildern? Präsentiert wurde sowohl Damen- als auch Herren- und Kinderbekleidung, wobei die Damenmode, wie bereits in der Zielstellung der Zeitschrift formuliert, eindeutig dominierte. Dabei war das Spektrum der dargestellten Mode für die Frau sehr breit. Es reichte von der Nachtwäsche und Bademode über die Kleidung für Arbeit und Beruf, bis hin zur Urlaubsgarderobe, zur festlichen Abendbekleidung und zum Pelz. Vereinzelt wurde auch das Thema Arbeitsschutzbekleidung behandelt. Und auch Mode für die vollschlanke Dame wurde, wenn auch nur auf begrenztem Raum, berücksichtigt. Durchgehend wurden dagegen Jugendmode und Vorschläge für die reifere Dame gezeigt. Insgesamt beherrschte dabei die Tagesbekleidung die Modevorstellungen.

Die Entwickler beziehungsweise Hersteller der Modelle wurden in den die Bilder begleitenden Texten immer genannt. Dies waren vor allem das Deutsche Modeinstitut, Mitarbeiter der „Sibylle“, Studenten der Hochschule für bildende und angewandte Kunst in Berlin Weißensee, verschiedene Volkseigene Betriebe der DDR sowie internationale Modeschaffende, vor allem die großen Modeinstitute der sozialistischen Länder, aber auch vereinzelt Modeschöpfer aus Paris und Schweden. Modeserien mit Modellen aus dem kapitalistischen Ausland tauchten allerdings nicht besonders häufig auf und waren manchmal auch mit einem durchaus kritischen Kommentar beziehungsweise verbesserten Umsetzungsvorschlägen durch die einheimischen Modemacher versehen. Angaben zum Preis aller Kleidungsstücke und der Hinweis, wo die Stücke käuflich zu erwerben wären, fehlten jedoch. Das lag daran, dass ein großer Teil der gezeigten Modelle tatsächlich Einzelentwürfe waren, die nicht in den Handel gelangten und somit auch nicht offiziell erwerbbar waren. Beschwerden darüber gab es häufig in den Leserzuschriften. So schrieb 1962 zum Beispiel eine Leserin: „Leider muss ich sagen, dass es mir trotz größtem Eifers noch nie gelungen ist, ein den Modellen aus Sibylle ebenbürtiges Kleidungsstück im Handel zu finden. Werden die Modelle überhaupt in größerer Anzahl angefertigt, und wo sind sie erhältlich?“³⁷ Auch die in anderen Modezeitschriften, zum Beispiel der „PRAMO“, mitgelieferten Schnittmusterbögen zum Nachnähen der präsentierten

³⁷ Moeck, Barbara: Leserbrief. In Sibylle 7(1962)4, 56.

Modelle fehlten in der „Sibylle“ weitgehend. Lediglich eine kleine, 1960 eingeführte, Modeserie unter dem Titel „Sibylle-Modelle“ stellte in jedem Heft Modelle verschiedener Art vor, zu denen im Handel extra Schnittmusterbögen erhältlich waren. Erst ab der zweiten Ausgabe des Jahres 1969 wurde der Zeitschrift ein Schnittmusterbogen zu einem Modell beigelegt. Später folgten noch „Sibylles Modebonbon“ und „Sibylles Strickmodell“, zu denen in jedem Heft eine Arbeitsanleitung oder der passende Schnitt mitgeliefert wurden. Damit wurde auf den Wunsch vieler Leserinnen eingegangen. Allerdings wollte man diese Modelle nicht als Ersatz für die im Handel erhältliche Konfektion verstanden wissen, sondern allein als Anregung für die Freizeitbeschäftigung der Hobbynäherin, weshalb die Modelle auch immer einfach gestaltet und in kurzer Zeit zu realisieren sein sollten. Dennoch sollte davon ausgegangen werden, dass auch die ohne Schnittmusterbogen vorgestellte Mode als Vorlage für selbst genähte Kleidung genutzt oder sogar der Maßschneiderin zum Nacharbeiten vorgelegt wurde. Dafür spricht auch die Tatsache, dass in jedem Heft auf einer der letzten Seiten kleine Skizzen der vorher in den Modefotografien präsentierten Kleidungsstücke erschienen. Diese Darstellungen des Grundschnittes wurden meist in der Vorder- und Rückansicht gezeigt. Wer dies als Vorlage zum Nacharbeiten nehmen wollte, fand dazu entsprechende Anregungen.

Nun aber zu den Modefotografien. Da mir ein Ritt durch die in über 30 Jahren publizierte Modefotografie in der Kürze der noch verbleibenden Zeit des Vortrags weder realistisch noch gewinnbringend erscheint, werde ich versuchen Ihnen einen Einblick zu gewähren, indem ich vorwiegend auf Tendenzen und dominante Mittel in der Bildgestaltung fokussiere. Ich werde dabei auf formale Gestaltungsmittel, die Bildhintergründe und die Darstellung der Frau selbst eingehen.

Die Modefotografien sind innerhalb der Zeitschrift in Modeserien zusammengefasst, die einen unterschiedlichen Umfang haben können und sowohl thematisch als auch stilistisch eine Einheit bilden. Dabei können mehrere Modeserien eines Heftes thematisch miteinander verknüpft sein und ebenso Bezüge zu den Beiträgen des Kulturteils aufweisen. Grundsätzlich dominieren Schwarz-Weiß-Aufnahmen die Modefotografie der „Sibylle“ über ihr gesamtes Erscheinen, im Laufe der Jahre nehmen Farbfotografien aber deutlich zu. Viele Modeserien verwenden allerdings sowohl Schwarz-Weiß- als auch Farbfotografien und als offensichtliches Resultat der

sich weiterentwickelnden Drucktechnik kommen als zusätzliche Gestaltungsmittel in einzelnen Serien Modegrafiken, Vignetten und andere Illustrationen hinzu. Außerdem werden in vereinzelt Modeserien Fotografien eingefügt, die in den thematischen Rahmen passen, aber keine Mode abbilden. Es handelt sich dabei um Porträt-, Landschafts- oder Architekturaufnahmen.

Die Formate der einzelnen Fotografien werden im Laufe der Zeit immer differenzierter. Während in den Anfangsjahren der Zeitschrift noch kleinere Hochformate dominieren, die in größerer Anzahl über eine einzelne Seite verteilt werden, kommen im Verlauf der Jahrzehnte immer größer werdende Formate hinzu, die eine ganze Doppelseite einnehmen können.

Ihren Entstehungsorten entsprechend kann man die Fotografien in Studio-, Innen- und Außenaufnahmen unterteilen. Die Studioaufnahmen entstanden im Atelier vor neutralem Hintergrund, der mit Hilfe der Beleuchtung unterschiedlich hell oder dunkel erscheint. In den Anfangsjahren werden die Fotomodelle hier häufig mit Requisiten wie Blumensträußen, Gießkannen, Plattenspielern und ähnlichem abgebildet, mit denen die Modelle teilweise agieren oder die nur als reine Staffage dienen. Diese Gestaltungsweise nimmt während der 1960er Jahre allerdings sehr schnell ab und wird dann bald fast vollständig aufgegeben. Hauptgestaltungsmittel bei den Studioaufnahmen ist der Einsatz von Licht, der zu unterschiedlich gefärbten und schattierten Bildhintergründen führt, aber auch Teile der abgebildeten Kleidung verdunkeln oder hervorheben kann. Darüber hinaus werden Hell-Dunkel-Kontraste auch in allen anderen Aufnahmeformen genutzt und können sich sowohl aus der Verteilung des Lichts als auch der Gegenüberstellung von unterschiedlich hellen und dunklen Kleidungsstücken oder Teilen ergeben. Desweiteren wird mit Spiegelungen, Simultanaufnahmen und Linienführungen im Hintergrund, die mit der abgebildeten Kleidung korrespondieren oder in Kontrast stehen, gearbeitet. Zusätzlich wird sich unterschiedlicher Perspektiven bedient. Dabei nutzen die Fotografien zum Teil starke Unter- und Aufsichten, verschieben die sonst zentral positionierten Modelle an den Bildrand oder in den Bildhintergrund. Dabei gewinnt dieser deutlich an Raum, was dazu führt, dass sich das Verhältnis zwischen Modell und Hintergrund stark verschiebt, die Frauen teils wesentlich weniger Platz als die Kulisse einnehmen oder teilweise sogar zu verschwinden scheinen. Ganz im Gegensatz dazu steht die ab den 1970er Jahren vermehrt auftretende Tendenz zu sehr nahen Aufnahmen der Fotomodelle, die dem Bildhintergrund nur sehr wenig oder gar keinen Raum mehr

lassen und ihren Fokus auf den meist schon angeschnitten gezeigten Körper und die Kleidung der Frau richten.

Die am meisten genutzten Bildhintergründe sind dabei über die Jahrzehnte hinweg das städtische Umfeld und die Natur. Eine urbane Umgebung kann hier sowohl durch historische als auch moderne Architektur gekennzeichnet sein. Wobei im Laufe der Zeit die Tendenz deutlich zu zeitgenössischen Gebäuden im sozialistischen Stil geht, gerne auch Wohnungsneubauten, Straßen, Cafés und Bahnhöfe, aber auch Baustellen und Industrieanlagen gezeigt werden. Natur im Sinne von Wiesen, Wäldern, Parkanlagen, Feldern und so weiter bildet daneben eine ebenso häufige Kulisse. Aber auch Innenräume werden gezeigt, edle Interieurs sowie moderne Räumlichkeiten. Äußerst selten bewegen sich diese aber in einer privaten Sphäre, sind also eindeutig als Wohn- oder Schlafzimmer zu identifizieren. Reisen und Urlaub sind ebenso ein häufig genutztes Themenfeld. Fremde Städte und Strände dienen hierbei als Kulisse und werden im Titel der Modeserien meist explizit genannt, wobei es sich, ohne dass es verwundert, bei den Reisezielen nur um heimische Urlaubsorte oder solche im sozialistischen Ausland handelt. Weitere wichtige Themen für den Bildhintergrund sind Kultur und Arbeit, wozu zum Beispiel Abbildungen in Museen und Theatern zählen. Zeigen Fotografien ein Arbeitsumfeld so handelt es sich dabei meist um ein Büro oder ein Labor, vor das das Fotomodell entweder einfach gestellt wurde oder in dem es tatsächlich agiert. Insgesamt fällt bei der Betrachtung der Bildhintergründe ein deutlicher Bezug zum Alltag beziehungsweise zum propagierten Alltag der Frau in der DDR auf. Meist ist sie auf Straßen oder in Parks fotografiert, in ihrer städtischen Umgebung, beim Besuch eines Theaters oder auf der Arbeit, auch wenn dabei nicht alle Berufsvarianten ausgeschöpft werden. Unrealistische Traumwelten gibt es nicht. Dieser Realitätsbezug stellt ein besonderes Merkmal der Modefotografie der „Sibylle“ dar.

Untersucht man die Darstellung der Frau an sich, fallen auch hier bestimmte Tendenzen und Differenzierungen auf. In den Anfangsjahren der Zeitschrift dominieren steife, eckige, sehr gestellt wirkende Posen mit einer teils demonstrativen und ausladenden Gestik. Diese lösen sich im Laufe der 1960er Jahre zunehmend zugunsten schlichter Posen mit verhaltener Gestik oder stärkerer Bewegtheit und Dynamik auf. Auch die Mimik der Modelle wird immer differenzierter. Das ewige süßliche Lächeln zu Beginn der Sechziger kann später durchaus zu ernsten, nachdenklichen oder neutralen Mienen oder auch zu exzessivem Gelächter werden.

Und auch der Blick richtet sich nicht mehr nur starr in die Kamera, sondern schweift durch den Raum.

Darüber hinaus ist die Darstellung mit anderen Personen interessant. Die Abbildung mit weiteren weiblichen Modellen ist dabei ein übliches Gestaltungsmittel. Zwei bis drei Damen können auf einer Fotografie gezeigt werden, wobei sie einfach nebeneinander gestellt werden oder verschiedene Handlungen darstellen können. Seltener hingegen ist die Abbildung von Männern an der Seite der Frauen. Dabei kann es Gruppenszenen geben, in deren Mittelpunkt das weibliche Modell steht, oder partnerschaftliche Darstellungen, die Mann und Frau nebeneinander oder in innigerem Verhältnis zeigen. Aufnahmen von Frauen und Kindern sind ebenso selten.

Insgesamt muss zur Darstellung der Frau festgehalten werden, dass die abgebildeten Damen natürlich einem gewissen Ideal entsprachen. Sie waren jung, schön und schlank, wenn auch ab und zu Mode für die fülligere oder ältere Frau vorgestellt wurde. Sie mussten aber nicht mehr dauerhaft lächeln, um präsent zu sein. Sie konnten ernst oder traurig, verträumt oder abwesend erscheinen. Genau das machte ihren Charme aus, brachte sie den Betrachterinnen näher und machte so eine Identifikation möglich. Gleiches gilt für die Wahl der Bildhintergründe mit ihrem jeweiligen Alltagsbezug. Die Modefotografie präsentierte den Frauen die Mode in ihrer bekannten Umgebung, in der Umgebung in der sie auch getragen werden sollte. Dies sind entscheidende Merkmale für die Modefotografie, die die „Sibylle“ über ihren Erscheinungsverlauf präsentierte. Dabei stand immer eines im Vordergrund: nicht allein die präsentierte Mode, sondern die Frau an sich.

Daneben versuchte die Modefotografie eine stilbildende Funktion auszuüben. Auch wenn die abgebildete Mode häufig nicht käuflich zu erhalten war, wurde mit den präsentierten Modellen versucht, ein Modebewusstsein zu beeinflussen, das ausgehend von den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen der DDR durch Kontinuität geprägt sein und sich nicht kurzfristigen Wendungen und Veränderungen des Modegeschmacks unterwerfen sollte. Modische Extravaganzen und Übertreibungen sollten dadurch ausgeschlossen werden. Wie wir gesehen haben, erkennt man in den Bildern aber trotz allem immer die jeweilige Mode der Zeit. Desweiteren sollte Einfluss auf die Trägerin der Mode genommen werden. Sie sollte in ihrem Bewusstsein ihre gesellschaftliche Rolle, ihre Gleichberechtigung als selbstverständlich wahrnehmen und sich nicht über ihre äußere Erscheinung,

sondern über ihre Leistungen definieren. Eine Betonung ihres Äußeren durch modische Auffälligkeiten wurde damit unnötig. Zugleich sollte sie natürlich stets korrekt und attraktiv gekleidet sein. Eigenschaften wie Selbstbewusstsein, Korrektheit und Zielstrebigkeit, die einzelne Fotografien darstellen und vermitteln, entsprachen durchaus dem offiziellen Frauenbild, das der Staat erreichen wollte.

Außerdem entsprachen viele der von der „Sibylle“ vorgestellten Modelle der Forderung der DDR-Wirtschaft nach Standardisierung, umgekehrt versuchte die Modefotografie der Zeitschrift offensichtlich auch, bestimmte Modelle in die Produktion zu bringen. Es ist zu vermuten, dass durch die Erweckung von Bedürfnissen nach einer bestimmten Bekleidung in der Bevölkerung der Handel beeinflusst werden sollte, die gezeigten Modelle in den Verkauf aufzunehmen beziehungsweise die Industrie dazu angehalten werden sollte, in der „Sibylle“ veröffentlichte Kleiderentwürfe zu realisieren. Besonders das Deutsche Modeinstitut musste sich gegen die Ignoranz der Industrie wehren, seine Entwürfe zur Kenntnis zu nehmen und umzusetzen. Mit der Bedürfniserweckung bei der potentiellen Kundschaft konnte es den Handel und damit auch die Industrie unter Druck setzen.

Widersprüchlichkeiten und Abweichungen der Modefotografie der „Sibylle“ von ihren grundlegenden Merkmalen und Funktionen gab es durchaus. Sie ergaben sich daraus, dass sich die DDR von internationalen Entwicklungen nicht völlig abschotten konnte. So musste es auch Anliegen des Herausgebers Deutsches Modeinstitut sein, über die Grenzen des Landes hinaus Wohlstand, wirtschaftliche Potenz und vermeintliche Weltoffenheit der DDR zu demonstrieren. Entsprechende Veröffentlichungen mussten internationale Trends zur Kenntnis nehmen, sie wurden selbstverständlich auch von der eigenen Bevölkerung wahrgenommen und wirkten auf deren Bedürfnisse zurück.