GENDER OPEN REPOSITORIUM

Der männliche Blick : Das Bild der "Neuen Frau" in Männer-Zeitschriften

Rasche, Adelheid

2006

https://doi.org/10.25595/589

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rasche, Adelheid: *Der männliche Blick : Das Bild der "Neuen Frau" in Männer-Zeitschriften*, in: Querelles : Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung (2006) Nr: 11, 118-132. DOI: https://doi.org/10.25595/589.

Diese Publikation wird zur Verfügung gestellt in Kooperation mit dem Wallstein Verlag.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Quer*elles*. Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung
2006

Quer*elles*. Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung
erscheint in Verbindung mit der Edition
Ergebnisse der Frauen- und Geschlechterforschung
an der Freien Universität Berlin

Beirat

Anke Bennholdt-Thomsen (Berlin), Renate Berger (Berlin),
Ulla Bock (Berlin), Angelika Ebrecht (Berlin), Susanne Kord
(Washington), Irmela von der Lühe (Berlin), Anita Runge (Berlin),
Angelika Schaser (Hamburg), Margarete Zimmermann (Berlin)

Herausgeberinnen des Bandes
Stephanie Bung und Margarete Zimmermann

Redaktion
Anita Runge
Zentraleinrichtung zur Förderung
von Frauen- und Geschlechterforschung
Habelschwerdter Allee 45
14195 Berlin

QUER*ELLES*

Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung 2006

Band 11

Garçonnes à la mode im Berlin und Paris der zwanziger Jahre

WALLSTEIN VERLAG

Inhalt

Stephanie Bung und Margarete Zimmermann: Von Paris nach Berlin: Victor Margueritte *La Garçonne* und die Folgen 7

Aufsätze

Christine Elise Mani: Jeanne Mammen – Eine Berlinerin aus Paris. Von der Modezeichnerin zur neusachlichen Großstadtchronistin 29
Burcu Dogramaci: »Frauen, die ihr Geld selbst verdienen«. Lieselotte Friedlaender, der »Moden-Spiegel« und das Bild der großstädtischen Frau 47
Cécile Godefroy: Sonia Delaunay et la modernité: les images de mode de la boutique simultanée 68
Julia Bertschik: »Das Paradies der Frau«. Zum Genre des Konfektionsromans in der Weimarer Republik 89
Giovanna Zapperi: Rrose Sélavy ou la féminité comme spectacle. Marcel Duchamp et la femme américaine 104
Adelheid Rasche: Der männliche Blick. Das Bild der ›Neuen Frau‹ in Männer-Zeitschriften 118
Cécile Berthier: Quand les garçonnes voyagent … 133
Vanessa Loewel: Chapeau-melon und *fume-cigarette*. Mode und Accessoires in der Literatur der zwanziger Jahre 148
Stephanie Bung: Le catholicisme et les robes: Geist und (textile) Materie im Tagebuch der Catherine Pozzi 164

Fundstück

Julia Drost: Kees van Dongens Garçonne: Illustration oder Interpretation von Victor Margueritte Skandalroman? 183

Forum

Stephanie Bung und Margarete Zimmermann: Drei Übersetzungen und eine Parodie: die deutsche *Garçonne* 201
Margarete Zimmermann: Hans Reimann und der Streit um die Garçonne 216

Abbildungsverzeichnis 224
Über die Autorinnen 225
Editorial 227

Der männliche Blick

Das Bild der ›Neuen Frau‹ in Männer-Zeitschriften*

von

Adelheid Rasche

Après la Première Guerre mondiale, l'émancipation des femmes était devenue inéluctable. Encouragée par de multiples facteurs, la »femme nouvelle« conquit de nouveaux espaces et de nouvelles libertés au sein de la société de Weimar. La »femme nouvelle« se présente différemment de la génération maternelle; les vêtements à la mode acquièrent pour elle une importance incomparable en tant qu'expression d'une joie de vivre juvénile et de l'affranchissement des chaînes de la tradition. D'innombrables revues de mode et magazines féminins informent les femmes de toutes les classes sociales sur les nouvelles modes, la longueur des jupes et les combinaisons de couleurs, sur les détails androgynes de la mode, les coiffures courtes et le maquillage. Mais comment réagissent les hommes à ces changements radicaux, quelles sont les nouveautés combattues ou critiquées, de quelles nouvelles femmes idéales rêvent-ils? Quelles sont les images de la femme nouvelle propagées dans les médias? Et quel rôle jouent ici les magazines destinés explicitement à un public masculin? A partir d'un choix de revues berlinoises et parisiennes, il s'agira d'examiner la façon dont est traité le thème de la »femme nouvelle« dans les textes et les images. Les titres tels que »La femme telle qu'on la désire« (dans die neue linie*, 1929) ou »Femme satan« (dans* Blau-Rot*, 1929) laissent entrevoir les images stéréotypes qui furent le plus souvent propagées.*

I.

Der Germanist und Journalist Otto Flake betitelte einen 1929 in der Zeitschrift *die neue linie* erschienenen Artikel »Die Frau, wie wir sie uns wünschen«.[1] In seinem Text kritisiert er vor allem die Vermännlichung der ›Neuen Frau‹, ihre zu große Rationalität und ihre unbekümmerte Einstellung gegenüber Sexualität und freier Liebe. Der knapp fünfzig-

* Der vorliegende Text geht auf einen Beitrag im Rahmen der Tagung »Garçonnes & Cie in Paris und Berlin« zurück. Für die Druckfassung wurde die Vortragsform weitgehend beibehalten und um die wichtigsten Literatur- und Zitatnachweise ergänzt.

1 Flake, Otto: Die Frau, wie wir sie uns wünschen. In: die neue linie, 1. Jg., 1929, H. 2, S. 17-18. Im gleichen Jahr erschien der Band »Die Frau von Morgen, wie wir sie wünschen«, herausgegeben von Friedrich M. Huebner.

jährige Flake wünscht sich die »Frau von morgen« romantischer und geheimnisvoller, weiblicher und stärker der mütterlichen Liebe zugetan. Damit bringt er eine damals weitverbreitete Haltung gegenüber dem Typus der ›Neuen Frau‹ zum Ausdruck. Dieser Artikel diente den nachfolgenden Überlegungen als Ausgangspunkt, um den männlichen Blick auf die ›Neue Frau‹ ins Visier zu nehmen. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf Texten in Männer-Zeitschriften der Zwanziger Jahre, denn diese richten sich dezidiert an ein männliches Lesepublikum, selbst wenn die Redakteure und Autoren nicht ausschließlich Männer waren.

Zwei Überlegungen seien meinen Ausführungen vorausgeschickt:

1. Die nachfolgenden Beobachtungen sind das Ergebnis einer relativ knappen und kurzen Beschäftigung mit diesem vielschichtigen Thema, das im Grunde eine sehr viel intensivere Auseinandersetzung verlangt.

2. Die Fragestellung erwies sich als schwieriger und vielgestaltiger, als zu Beginn abzusehen war. Mein ursprüngliches Ziel war die Durchsicht einiger ausgewählter Jahrgänge von deutschen und französischen Zeitschriften, die sich überwiegend an Männer richten, um darin diejenigen Texte zu ermitteln, die sich dem Thema der ›Neuen Frau‹[2] widmen. Erstaunlicherweise waren recht wenige Artikel zu ermitteln, die diese Fragestellung diskutieren – über mögliche Gründe werden wir noch nachzudenken haben.

II.

Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts erschienen in verschiedenen Ländern zunehmend Zeitschriften für den modisch interessierten Herren, so in Chicago und New York *Men's Wear*, in Berlin *Der Herr, Zeitschrift für elegante Herren-Mode* oder in Dresden *Saison. Zeitschrift für Herrenmode*. Nach dem Ersten Weltkrieg kamen neuartige Herrenmagazine auf: In Paris die Titel *Monsieur. Revue des élégances* und *Adam. Revue de l'homme*, in New York *Beau. The Man's Magazine* und in Berlin u.a. *Der Modediktator – das Herrenjournal*, um nur einige zu nennen. Wie bereits die Titel zeigen, lag nun der Schwerpunkt weniger auf konkreten Modevorschlägen. Vielmehr sollte dem modisch interessierten, wohlhabenden Herren ein Journal an die Hand gegeben werden, in dem er über Kultur und Sport, über neue Reiseziele und Abendunterhaltungen, natürlich auch

2 Unter dem Begriff der ›Neuen Frau‹ fasse ich beide Hauptausprägungen zusammen – das Girl und die Garçonne –, und beziehe mich auf die Definitionen in den Beiträgen des vorliegenden Bandes.

über die neueste Modelinie, schlicht über Luxus und Vergnügen lesen konnte. Der Ton der meisten Artikel ist leicht, Illustrationen und Fotografien zeigen ein Leben des Müßiggangs; Wirtschaftskrisen und soziale Probleme sind in diesen Journalen nicht einmal ansatzweise zu erahnen. So stellt sich berechtigterweise die Frage, ob in diesen Medien das brisante Thema der ›Neuen Frau‹ überhaupt Eingang gefunden hat und auf breiter Basis diskutiert wurde oder ob das Phänomen einfach ignoriert wurde.

Damit ist *eine* der Schwierigkeiten meines Beitrages benannt, die lediglich durch eine flächendeckende Analyse der Quellen-Zeitschriften befriedigend zu lösen wäre. Methodisch wären außerdem einige Basisarbeiten wichtig, die den Adressatenkreis der jeweiligen Zeitschrift betreffen, ihre jeweiligen Herausgeber und Redakteure bzw. deren gesellschaftspolitische Haltung. Schließlich wären Auflagehöhen und Verbreitungsgrad einer Zeitschrift wichtige Informationen, die eine korrekte Einschätzung ihrer Tragweite ermöglichen.

III.

Zu Beginn eine kurze Erinnerung an den Aufbruch und die Neuorientierung der Gesellschaft nach dem Ersten Weltkrieg. Dieser Weltkrieg, in dem nicht nur die realen Schlachtfelder ein unbeschreiblicher Schrecken gewesen waren und zahlreiche Tote gefordert hatten, hatte auch ein Trümmerfeld zerbrochener Werte hinterlassen. Nach 1918 konnte und wollte sich die junge Generation nicht mehr an den Idealen ihrer Eltern und Großeltern orientieren, das Kaiserreich war untergegangen, Militärkarrieren und traditionelle Familienstrukturen verloren zunehmend an Reiz. Und: Die Frauen hatten sich neue Rechte und Positionen erkämpft oder erobert. Nicht zufällig wurden nun die Röcke und Kleider erstmals in der Modegeschichte kürzer – zuvor war lediglich die Arbeitskleidung der Landfrauen und Arbeiterinnen wadenlang gewesen.

Ein Blick in die französische Karikaturzeitschrift *Le Rire* zeigt deutlich, welche Verhaltensweisen bei jungen Frauen im Jahr 1919 zu beobachten waren und offensichtlich kritisch gesehen wurden. Erwähnt sei in diesem Zusammenhang, daß Gesellschaftskarikaturen grundsätzlich immer als Reaktion auf reale Situationen entstehen, und zwar zumeist am unmittelbaren Beginn oder in der Endphase eines Phänomens. Wie treten die jungen Französinnen auf? In jedem Fall sind sie sehr selbstbewußt. Die Titelkarikatur aus *Le Rire* vom 18. Oktober 1919 (Abb. 22) von Fabiano erschien mit dem Titel »Présomption« (»Vermutung«). Die Pose der

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen
Gründen nicht angezeigt werden

Abb. 22: Fabiano, »Présomption«. In: Le Rire, Oktober 1919.

jungen Dame im Hintergrund ist äußerst leger und entspricht keineswegs dem traditionellen Kanon weiblicher Grazie – dafür kann sie wirkungsvoll ihre Beine mit glänzenden Seidenstrümpfen präsentieren. Beine in Seidenstrümpfen sind im übrigen ein stetig wiederkehrendes Bildelement in den Frauenbildern der Zwanziger Jahre. Auch die Freundin zeigt sich attraktiv mit ihrem tief ausgeschnittenen, schulterfreien Tunikakleid. Der Dialog zwischen den beiden jungen Frauen handelt von einem möglicherweise bevorstehenden Heiratsantrag: »Qu'est-ce qui te fait croire que Jacques veut te demander en mariage? – Il m'a prié de cesser mes leçons de boxe …« (»Warum glaubst Du, daß Jacques Dir

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen
Gründen nicht angezeigt werden

Abb. 23: »Tu es fou!« In: Le Rire, Juli 1919.

einen Heiratsantrag machen will? Weil er mich gebeten hat, meinen Boxunterricht aufzugeben …«). Wir erfahren nicht, ob die junge Frau ihren extravaganten Sportunterricht tatsächlich aufzugeben bereit ist – vermutlich zählt für sie jedoch das nach wie vor als erstrebenswert angesehene Ideal der verheirateten Frau noch höher als die emanzipierte Lebensführung.

Daß das Verhältnis der Geschlechter im Wandel begriffen ist, lassen auch andere Illustrationen in *Le Rire* erahnen. Die ›Neue Frau‹ scheint sich nicht mehr alles gefallen zu lassen. In der Karikatur »3 × 8 = 24« (Abb. 23) trifft ein Herr beim Spaziergang seinen Freund, der von drei Frauen begleitet wird. Er fragt ihn entsetzt: »Tu es fou! Te voilà polygame?« (»Bist Du verrückt, bist Du jetzt zur Polygamie übergegangen?«) Der Angesprochene antwortet, sichtlich zufrieden: »Cas de force majeure, mon vieux … Elles ne veulent faire que huit heures.« (»Ein Fall höherer Gewalt, mein Lieber. Jede steht nur mehr für acht Stunden zur Verfügung.«)

In beiden Illustrationen sind die Frauen in hochmodischer Kleidung, mit kurzen Haarschnitten oder mit auffälligen Hüten charakterisiert – sie

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen
Gründen nicht angezeigt werden

Abb. 24: Gilbert Viardot, »Mode d'été«.
In: Le Rire, August 1919.

tragen ihre moderne Haltung gleichsam durch ihr modisches Auftreten zur Schau. Diese Verbindung von neuen Lebensidealen und neuer Mode ist durchgängig in den Zeitschriften zu beobachten und wird im nächsten Beispiel vollends auf den Punkt gebracht (Abb. 24). Diese ganzseitige, farbige Karikatur von Gilbert Viardot mit dem Titel »Mode d'été« (»Sommermode«) erschien im August 1919 wiederum in *Le Rire*, allerdings nicht als Titelseite, sondern im Inneren der Zeitschrift. Im Vordergrund räkelt sich genüßlich ein hochelegant gekleideter, junger Herr, der offensichtlich wenig am Auftritt seiner nahezu nackten Freundin oder Frau zu kritisieren hat, die dekorativ auf der Balkonbrüstung ihres Hotelzimmers sitzt. Er fragt gelangweilt: »C'est une mode que tu lances?«

(»Lancierst Du eine neue Mode?«) – Als Antwort kommt prompt: »Pourquoi pas? On a bien porté au printemps les jambes nues avec des robes.« (»Warum nicht? Im Frühjahr trug man nackte Beine zu den Kleidern.«) – Und sie dreht es nun eben um: bekleidete Beine und ein nackter Körper!

Wie wir an den bisherigen Beispielen gesehen haben, treten in der Karikatur die Ängste vor einer zu großen Selbständigkeit der Frauen, ihrem neuen Verständnis des Zusammenlebens der Geschlechter und ihrem freizügigen Körpergefühl in den Vordergrund. Eine Gefahr für die ›Moral‹ wurde demnach bereits unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg erkannt und – mit den scharfen Mitteln der Karikatur – deutlich herausgestellt.

IV.

Eine andere Gefahr, die mit dem Vorwurf der Vermännlichung der ›Neuen Frau‹ in Zusammenhang stand, war die Eroberung neuer Berufsfelder und die Intellektualisierung junger Frauen der Zwanziger Jahre. Die Zeitschrift *Simplizissimus*, die führende deutsche Satirezeitschrift mit Schwerpunkt auf politischen Karikaturen, erschien im April 1921 mit einer Sondernummer »Erotik«. Für unser Thema ist die Illustration »Die Intellektuellen« (Abb. 25) nach einer Zeichnung von E. Schilling von Interesse: Drei junge Frauen mit kurzen Haarschnitten machen gerade eine Rauchpause (mit Pfeifen und Zigarette) in ihrem (vielleicht gemeinsam genutzten) Maleratelier. Ihre Kleidung ist teilweise modisch: links vermutlich ein Hausanzug mit Hose, rechts ein kniekurzes Hängekleidchen mit Schleife, die Beine sind wieder auffällig ins Bild gesetzt, die mittlere Frau vom Typus Blaustrumpf trägt als sogenanntes »Künstlerkleid« ein unförmiges, rosa Ensemble, das Anklänge an die Bauhaustracht zeigt und ihren Körper recht unattraktiv erscheinen läßt. Vermutlich ist es aber gerade sie, die den Begleittext spricht: »Mit diesem Maier läßt sich's schlecht über Erotik und sexuelle Fragen sprechen. Der Bengel wird gleich aktiv.« Die Karikatur – im Verbund mit dem Titel und der Textzeile – zielt auf mehrere Punkte ab: Sie zeigt zum einen die wenig gelungenen Folgen weiblicher Selbständigkeit, zum anderen die Verblendung der modernen Frau, was ihre sexuelle Attraktivität angeht. Und schließlich wird die Tatsache kritisiert, daß man offen über Erotik und sexuelle Fragen diskutieren möchte.

Das ganze Jahrzehnt hindurch wird das Thema Erotik ein Reizthema bleiben. Dies belegt ein Blick in die Zeitschrift *Blau-Rot. Eine Monats-*

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen Gründen nicht angezeigt werden

Abb. 25: E. Schilling, »Die Intellektuellen«. In: Simplizissimus, April 1921.

schrift für den Herren, die in Berlin in den Jahren 1928 und 1929 erschien. *Blau-Rot* war – nach eigenem Wortlaut im ersten Leitartikel – nicht an den großen Massen interessiert, folgerichtig war die Zeitschrift nicht im freien Verkauf erhältlich, sondern nur im Abonnement zu beziehen. Zu den Inhalten wurde angekündigt, man wolle von allen angenehmen Dingen des Lebens berichten: »von der schicken Frau, vom zuverlässigen Auto, vom treuen Hund, vom richtigen Cocktail«.[3] Ganz so klischeehaft wie dieser Titel und die Ankündigung lesen sich die einzelnen Hefte jedoch nicht: In den knapp zweieinhalb Jahren ihres Bestehens veröffentlichte *Blau-Rot* einige bis heute lesenswerte Texte über Kunst und neue Literatur, belletristische Beiträge von Franz Blei, Klabund und Gabriele Tergit, um nur einige zu nennen. Der Essayist Franz Blei schrieb im Fe-

3 Blau-Rot. Eine Monatsschrift für den Herrn, 1. Jg., 1928, H. 1, o. P.

bruar 1928 unter dem Titel »Mode und Erotik« ein Loblied auf die Entwicklung der Geschlechterbeziehung seiner Zeit, aus dem ich im folgenden einen längeren Ausschnitt zitiere:

> Zur Zeit des ›jungen Mädchens‹ seligen Angedenkens – es ist 100 Jahre alt geworden, um 1910 in Agonie gefallen und während des Krieges verstorben … erinnert man sich noch dieses Typs, der zuweilen noch in Provinzstädtchen gespenstisch umgeht? Dieses ›junge Mädchen‹ (jeden Alters zwischen 17 und 30), auf den Ehemann erzogen und gegen den Mann als die große Gefährdung ihrer tugendlichen Vorzüge, angelernt zu allerlei häuslichen Verrichtungen wie Deckchen sticken und Klavier spielen, womit, so versicherte man, die dauernde Liebe eines Gatten bis zur Verkalkung zu erhalten sei. Dieses junge Mädchen, das – wenn überhaupt – so nur mit der unter dem Kleidsaum vorlugenden Fußspitze kokettierte, lieber aber mit dem Augenaufschlag, um nach 5 Jahren Ehe zur ›unverstandenen Frau‹ zu entarten. Ja, es ist sang- und klanglos bestattet worden, zusamt der ›Unverstandenen‹, dem ›dämonischen Verführer‹, dem ›Schürzenjäger‹ und allen anderen Attributen einer bipolaren Erotik, die sowohl den Mann wie die Frau schrecklich überlastete. […]
> Jetzt strampelt es [das Mädchen] sich köstlich aus. Freut sich seiner nackten Beine und seines einzigen Kleiderstückes. Es bedeutet Freiheit. Nicht jene, zu tun und zu lassen, was man will. Sondern Freiheit von jener sexuellen Überlastung, deren Verlogenheit schon kein Mensch mehr aushielt. Der junge Mann erkannte, daß es wichtigeres gebe, als verliebt die Augen zu verdrehen. Das junge Mädchen, daß es wertvolleres gebe, als sich dem Mann ›begehrt‹ zu machen. Zunächst will man ein bißchen wieder um seiner selbst willen auf der Welt sein. Und streckt die Glieder lieber dem sportlichen Exerzitium entgegen als den Armen des Mannes. Das alles gibt sich in der Mode das äußere Zeichen. Auch beim Manne![4]

Franz Bleis positive Sicht der neuen Verhältnisse kann jedoch nicht als allgemein akzeptiert gelten – als progressiver Geist und unkonventioneller Denker gehörte er in der Weimarer Republik zu einer kleinen Minderheit. Das Gros der Bevölkerung nahm die Veränderungen zwar wahr, wollte aber in seinem eigenen Lebensumfeld möglichst wenig damit konfrontiert werden.

4 Blei, Franz: Mode und Erotik. In: Blau-Rot, 1. Jg., 1928, H. 2, S. 13-14.

Auch in der Zeitschrift *Blau-Rot* ist diese ambivalente Haltung sichtbar. Einerseits wurden Essays und Erzählungen veröffentlicht, in denen die neuen Lebensformen völlig selbstverständlich wirken und als akzeptiert vorausgesetzt werden.[5] Ganz anders sieht der Blick auf die ›reale Frau‹ im Spiegel von *Blau-Rot* aus: in unregelmäßigem Abstand wurden in der Zeitschrift Porträtfotografien bekannter Persönlichkeiten als ganzseitige Bildbeilagen veröffentlicht. Während die Bandbreite der Berufe bei den Männer-Porträts (Bühnenschriftsteller, Regisseur, Maler, Musiker, Jurist, Botschafter, Turnierreiter) sehr groß ist, fällt sofort ins Auge, daß unter den Frauen fast ausschließlich Film- und Tanzstars der Zeit vorgestellt werden. Die meisten Porträts erschienen in Zusammenhang mit der unregelmäßig veröffentlichten Artikel-Serie »Die Frau, von der man spricht.« Abgedruckt wurden beispielsweise ein ganzseitiges Porträt des Filmstars Greta Garbo, das Metro-Goldwyn-Meyer zur Verfügung gestellt hatte, sowie ein Porträt der Tänzerin Nikitina von Madame d'Ora. Auch wenn die vorgestellten Frauen dem ›modernen Typus‹ entsprechen, zeigt sich in dieser Reduktion doch deutlich die konservative Einstellung der Herausgeber von *Blau-Rot*. Denn wie wir wissen, bildeten Starfotografien von Tänzerinnen und Schauspielerinnen seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts einen lukrativen Markt; die Frau wurde in diesem Genre auf äußere Attraktivität und leichte Verfügbarkeit reduziert. Mit den veröffentlichten Fotografien negierten die Herausgeber der Zeitschrift die Realität ihrer Zeit, in der Frauen in vielen Berufen erfolgreich waren und entsprechende Anerkennung fanden. Fast sarkastisch klingt die Bildunterschrift zu einer weiteren im März 1928 veröffentlichten Porträtaufnahme: »Caroline Rittenberg, eine Schönheit der amerikanischen Gesellschaft, Millionenerbin und trotzdem erfolgreiche Schriftstellerin«.[6]

V.

Wenn am Ende der Zwanziger Jahre immer noch derartige Klischees über Frauen zu finden sind, so müssen wir fragen, welche Bilder und Vorstellungen seit Beginn dieses Jahrzehnts verbreitet wurden. Dazu wenden wir uns der französischen Zeitschrift *Monsieur* zu, die zwischen 1920 und 1924 in Paris erschien und sich durch eine exquisite graphische

5 Beispielsweise diese Erzählung: Landshoff, Ruth: Zwei Mädchen im Auto. In: Blau-Rot, 1. Jg., 1928, H. 6, S. 3-4.

6 In: Blau-Rot, 1. Jg., 1928, H. 3, S. 5.

Gestaltung auszeichnet. Bei der Durchsicht und Analyse der Jahrgänge 1920 und 1922 von *Monsieur* zeigte sich, daß nur sehr vereinzelt auf das Thema Frau oder gar die ›Neue Frau‹ eingegangen wurde. Alle in Frage kommenden Texte sind im feuilletonistischen Plauder-Stil gehalten, bleiben auf einem relativ abstrakten Niveau und scheinen auf den ersten Blick nicht sehr erhellend für unser Thema zu sein. Einzig die beiden Glossen von Albert-Emile Sorel mit dem Titel »Épîtres sur l'Amour«[7] und »Monsieur et les Dames«[8] lohnen sich in unserem Zusammenhang für einen genaueren Blick, auch wenn ihr pathetischer Tonfall teilweise schwer erträglich ist. In Form von fiktiven Briefen verfaßt, gibt in beiden Glossen ein älterer Herr seinem jungen Freund Ratschläge im Hinblick auf den Umgang mit dem weiblichen Geschlecht. Immer wieder benennt er die Unterschiede zwischen den schüchternen jungen Frauen seiner Jugendjahre und den heutigen Frauen, eine Entwicklung, die die Männer erst durchmachen und verarbeiten müssen. Auf der Titelvignette, gezeichnet von Jean Dulac, steht der junge Mann beim Abendempfang in größerer Distanz zu seiner Angebeteten, die sich mit einem älteren Paar unterhält. Entgegen den tradierten Verhaltensmustern wird bald die junge Frau auf den Mann zugehen und ihn ansprechen, schließlich bietet sie ihm ungeniert einen Teller mit Petit-Fours an (sollten wir hier eine moderne Form des Apfels vom Baum der Erkenntnis sehen?). Dabei kommt es zur peinlichen Entdeckung, daß der verliebte, junge Kavalier vor Erregung zitternde Hände hat! In dieser Schilderung deutet sich an, daß sich die Rollen bereits grundlegend verändert haben: Die junge, selbstbewußte Frau bewegt sich natürlich und offen, der Mann verharrt in der Rolle des Wartenden und Schüchternen. Entsprechend erfolgt im weiteren Verlauf von Sorels Text der väterliche Rat an den jungen Kavalier: »Jeune homme, […] soyez naturel, soyez vous-même.«[9] Zwei Jahre später – in dem im April 1922 veröffentlichten Text »Monsieur et les Dames« – haben wir den Eindruck, dem jungen Mann des ersten Textes wieder zu begegnen. Nun ist er gereift, hat eine Entwicklung mitgemacht, die sich wie folgt liest:

7 Sorel, Albert-Emile: Épîtres sur l'amour. In: Monsieur. Revue des élégances, 1. Jg., 1920, H. 12, S. 277-278.

8 Ders.: Monsieur et les Dames. In: Monsieur. Revue des élégances, 3. Jg., 1922, H. 28, o. P.

9 Sorel, Albert-Emile: Épîtres sur l'amour. In: Monsieur. Revue des élégances, 1. Jg., 1920, H. 12, S. 278.

> Monsieur a perdu son romantisme. En guise de références, il présente la liste de ses triomphes. Avant qu'il paraisse, on le déclare le plus fort et c'est lui qui, maintenant, fait se baisser les paupières, comme naguère se baissaient les siennes. […] Un regard ne suffit plus pour sceller l'une à l'autre deux destinées: il faut savoir faire disserter à loisir, faire à satiété de la psychologie, être subtil et avisé.[10]

Es scheint damit, als ob nun neben der ›Neuen Frau‹ auch ein ›Neuer Mann‹ herangewachsen sei. Diese notwendige Entwicklung wird meiner Ansicht nach häufig übersehen: Auch das Männerbild mußte sich nach dem Ersten Weltkrieg entscheidend wandeln, da sich die gesamtgesellschaftlichen Bedingungen radikal verändert hatten.

VI.

Ich versuche nun, die Ergebnisse der bisherigen Untersuchungen thesenhaft zusammenzufassen:

Das Thema der ›Neuen Frau‹ konnte in den ausgewählten Männer-Zeitschriften der Zwanziger Jahre nur recht vereinzelt und schemenhaft ermittelt werden. Gründe dafür mögen zum einen die Konzentration von Seiten der Redakteure auf unmittelbare ›Männerthemen‹ sein (wie Reisen, Sport, Literatur und Männermode), zum anderen mag die angesprochene Leserschaft dafür verantwortlich sein, daß eine Auseinandersetzung mit diesem Thema unterblieb, weil es als uninteressant oder überflüssig empfunden wurde.

Daß die ›Neue Frau‹ mit ihren neuartigen Lebensentwürfen und dem damit einhergehenden modischen Erscheinungsbild für zahlreiche kontroverse Diskussionen sorgte, kann als sicher gelten und fand in den Gesellschaftskarikaturen einen deutlichen Niederschlag. Die hier ermittelten Konstanten der Kritik an der ›Neuen Frau‹ umfassen drei Kernbereiche: ihre selbstbewußte (für manche: zu selbstbewußte) Haltung gegenüber dem Mann, ihre Intellektualisierung bzw. Vermännlichung und – quasi als Gegenpol – ihre offene Erotik, die durch die Mode zusätzlich betont wurde.

Eben diese Eigenschaften der ›Neue Frau‹ lassen sich in allen Kommentaren der Zwanziger Jahre ausmachen – seien die Kommentare neu-

10 Ders.: Monsieur et les Dames. In: Monsieur. Revue des élégances, 3. Jg., 1922, H. 28, o. P.

tral, befürwortend oder ablehnend. Jeweils ein Beispiel sei nachfolgend vorgestellt:

Bei Ola Alsen, Moderedakteurin der Zeitschrift *Elegante Welt*, ist der Titel ihres 1924 erschienenen Berichts »Gentlemanlike – die herrenmäßige Note des neuen Directoirestils« eine neutrale Zusammenfassung der neuesten Tendenzen der Frauenmode.[11] Ihren Artikel umrahmen drei entsprechende Abbildungen der Garçonne-Mode, die sie in direkten Zusammenhang mit Victor Marguerittes erfolgreichem Roman *La Garçonne* stellt.

Franz Hessel dagegen beginnt seinen 1929 veröffentlichten Text »An die Berlinerin« mit Sätzen, die seine »unverwandelbare Verehrung« für den neuen Frauentypus ausdrücken:

> Schöne Berlinerin, du hast bekanntlich alle Vorzüge. Du bist tags berufstätig und abends tanzbereit. Du hast einen sportgestählten Körper, und deine herrliche Haut kann die Schminke nur noch erleuchten. […] Mit der Geschwindigkeit, in der deine Stadt aus klobiger Kleinstadt sich ins Weltstädtische mausert, hast Du Fleißige schöne Beine und die nötige Mischung von Zuverlässigkeit und Leichtsinn, von Verschwommenheit und Umriß, von Güte und Kühle erworben.[12]

Allerdings sieht Hessel trotz seiner Begeisterung für die ›Neue Frau‹ auch Gefahren: Er wünscht sich die jungen Frauen weniger hektisch und weniger ehrgeizig, und

> was die Liebe betrifft … sei doch lieber manchmal bitte ein bißchen sentimental. Nimm Dich nicht gar zu sehr zusammen. Laß dich ein wenig gehen. Weine nicht all deine Tränen in das einsame Kopfkissen. Gönne uns ein Teil, laß uns zusehn, wie du weinst, und erzähle nichts.

Und als letzten Wunsch äußert er schließlich: »Gib dich lieber einen Grad tugendhafter als du es bist. Dann wirst du unwiderstehlich sein.«[13]

11 Alsen, Ola: Gentlemanlike. Die herrenmäßige Note des neuen Directoirestils. In: Elegante Welt, 13. Jg., 1924, H. 16, S. 15.

12 Hessel, Franz: An die Berlinerin. In: Vogue [deutsche Ausgabe], 2. Jg., 1929, H. 6, S. 25.

13 Ebd. Zwei Monate später erschien folgende Replik auf Hessels Text: Mann, Erika: An den Berliner. In: Vogue [deutsche Ausgabe], 2. Jg., 1929, H. 10, S. 25.

Abbildung kann aus urheber*innenrechtlichen
Gründen nicht angezeigt werden

Abb. 26: Hans Robertson, Porträtfotografie der Tänzerin Grit Hübner. In: die neue linie, Dezember 1929.

Der bereits eingangs kurz zitierte Artikel von Otto Flake »Die Frau, wie wir sie uns wünschen« (1929) kann exemplarisch für die ablehnende Haltung gegenüber den voll entwickelten Idealen der ›Neuen Frau‹ stehen. Merkwürdigerweise wurde dieser Artikel mit dem Porträt einer anerkannten Ausdruckstänzerin jener Tage illustriert (Abb. 26): Grit Hübner, von Hans Robertson fotografiert, schaut mit festem Blick aus dem Bild, ihr maskuliner Haarschnitt kontrastiert mit der nackten, weich wiedergegebenen Schulterpartie. Flake bedauert in seinem Text vor allem die ›Entmystifizierung‹ der Frau:

> Die Frau ist kein romantisches Wesen mehr. Früher wußte ein Mann nicht recht Bescheid, aus was für einem Stoff die Frau gemacht war. […] Jedoch – die Silberaura schwand. Was da steht und Frau heißt, ist aus demselben Stoff wie der Mann gemacht, ein Körper, ein Hunger, Liebe und das Bedürfnis nach Entspannung regieren. Stellt man sich

> mit irgend jemand auf die gleiche Stufe, so wird man seinesgleichen. […] Die Sublimierung ist dahin, ein naturalistischer Tatbestand ist geblieben. Die Verständigung mit der Frau, die man haben will, macht keine Schwierigkeiten mehr, denn die Frau braucht sie nicht länger. Du brauchst mich, ich brauche dich – wozu die Umwege. […] Was ist die Folge? Vorsichtiger gefragt, was ist leicht die Folge? Die Banalisierung des Eros.[14]

Flake gesteht im weiteren Verlauf durchaus ein, daß diese Entwicklung in manchen Details auch positive Seiten habe, seine Stichworte sind: Ehrlichkeit in den Beziehungen, Selbständigkeit und gleiches Recht für Männer und Frauen. Dennoch überwiegt seine Kritik an der Versachlichung des menschlichen Zusammenlebens: »Dieser Begriff [die Sachlichkeit] besticht, er verführt. Aber man braucht nur ein wenig zu überlegen: von dem Sachlich-machen ist bloß ein winziger Schritt zum Zur-Sache-machen. Macht man aus der Liebe eine Sache, so ist alles aus.«[15]

Wie wir aus dem Fortgang der Geschichte wissen, wird sich diese reaktionäre Haltung in den folgenden Jahren in Deutschland offiziell durchsetzen. Das vom Nationalsozialismus gewünschte Frauenbild läßt sich in zahllosen Zeitschriften in Text und Bild studieren. Die ›Neue Frau‹ ist nicht mehr präsent.

14 Flake, Otto: Die Frau, wie wir sie uns wünschen. In: die neue linie, 1. Jg., 1929, H. 2, S. 17-18.

15 Ebd.

Gedruckt mit Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG).

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

© Wallstein Verlag, Göttingen 2006

www.wallstein-verlag.de
Vom Verlag gesetzt aus der Adobe Garamond
Umschlaggestaltung: Susanne Gerhards, Düsseldorf
Druck: Hubert & Co, Göttingen
gedruckt auf säure- und chlorfreiem, alterungsbeständigem Papier

ISBN-13: 978-3-8353-0020-0
ISBN-10: 3-8353-0020-2