

Ein Meister der (Selbst-)Inszenierung

von Jürgen v. Troschke

Wir leben in einer Zeit, in der Selbstdarstellung zu einem Habitus des sozialen Lebens geworden ist. Dazu braucht es Vorbilder. Die öffentlichen Medien haben sich immer mehr zu einer Instanz entwickelt, die vorgibt, wie man sich zu kleiden und zu verhalten hat. Wir – »das gemeine Volk« – können uns dann an den Models orientieren, die von den Modehäusern der Haute Couture auf den Laufsteg geschickt werden.



Karl Lagerfeld: Selbstporträt, 2008; Direktdruck auf Aludibon

In der modernen Gesellschaft werden Prominente als Verhaltensmodelle inszeniert, um als Werbeträger Konsumgüter zu vermarkten. Ein allgemein anerkannter Meister der Inszenierung ist der Modemacher, Designer, Fotograf und

begnadete Selbstdarsteller Karl Lagerfeld (geboren 10.9.1933). Dem »Modemacher« gelingt es nicht nur, bis ins hohe Alter mediale Aufmerksamkeit zu erhalten, sondern darüber hinaus auch als »Künstler« Beachtung und Anerkennung zu finden. Derzeit werden seine Werke sogar im Museum Folkwang in Essen gezeigt, das sich in dem Ruhm sonnen kann, einmal als das »schönste Museum der Welt« bezeichnet worden zu sein.

Jeder der öffentlichen Auftritte von Karl Lagerfeld ist eine wohl überlegte Selbstdarstellung – sorgfältig inszeniert und auf eine Botschaft zentriert: Hier kommt ein einmaliger, ganz besonderer Mann, der nicht nur durch sein Auftreten und seinen selbst erarbeiteten Reichtum imponiert, sondern vor allem durch die Art und Weise, wie er sich in der modernen Gesellschaft positioniert. Dazu gehören natürlich auch geistreiche Aphorismen, mit denen er sich und seine Art, zu leben, als bewundernswürdig darstellt. Sein Verhältnis zu »den anderen« charakterisierte er mit der Feststellung: »Zwischen mir und dem Rest der Welt steht eine Glaswand.«

Anfang des 19. Jahrhunderts wurde in England der Dandyismus als Kult der Außergewöhnlichen entwickelt. Dieser manifestiert sich – nach Umberto Eco – im »costume«, welches gleichermaßen die Kleidung wie den Lebensstil umfasst. Karl Lagerfeld kann als moderner Dandy gelten, mit »einer maßlosen

Vorliebe für gutes Aussehen und äußerliche Eleganz«.

1890 veröffentlichte Oscar Wilde einen Roman mit dem Titel »Das Bildnis des Dorian Gray«, in dem ein wohlhabender, selbstverliebter Künstler seine Seele opfert, um immer jung zu bleiben. Allein das von ihm gemalte Selbstporträt muss altern und erinnert ihn schmerzlich an die letztendliche Vergeblichkeit aller Widerstände gegen die Vergänglichkeit des Lebens.

Umgeben von der Aura des Vieldeutigen

Die mit Mode und luxuriösen Accessoires inszenierte Schönheit ist das lebensbestimmende Thema von Karl Lagerfeld. Er versteht sich als Designer, der denen, die sich das leisten können, Kostüme zur Illusion ewiger Jugend vermittelt. Er identifiziert sich so sehr mit seiner Lebensaufgabe, dass er sich selbst zum Modell stilisiert.

Die auf der Ausstellung gezeigten Selbstporträts von Karl Lagerfeld können diese Thesen belegen. Ein schwarz-weiß gehaltenes Foto zeigt ihn, wie er »leibt und lebt«. Aufrecht steht er in der »Ritterrüstung seiner Mode« vor uns, umrahmt von der imposanten Technik moderner Studiofotografie. Seine Augen (das Merkmal von Individualität) sind – wie immer – hinter dem Visier seiner großen, schwarzen Sonnenbrille verborgen. Man fühlt sich erinnert an den schwarzen Balken vor den Augen, mit dem bei

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Das Entscheidermagazin für den Apotheker und sein Fachpersonal)

Herausgeber:Eckhart Thomas
Sabine Walser**Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:**Reinald Korte (verantwortlich)
Telefon 06104 606 - 114
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: r.korte@keppelmediengruppe.de**Redaktionsleitung:**Apothekerin Silvia Schmidtke
(verantwortlich)
Telefon 06104 606 - 326
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.schmidtke@keppelmediengruppe.de**Redaktion:**Apothekerin Barbara Frank
Buchendorf-Gauting**Assistenz:**Sabrina Weidemann
Telefon 06104 606 - 112
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: s.weidemann@keppelmediengruppe.de**Layout:**

Liane Merz

Anzeigenverwaltung:Nicole Bartwicki
Telefon 06104 606 - 425
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: n.bartwicki@keppelmediengruppe.de

Sabrina Weidemann

Telefon 06104 606 - 112
E-Mail: s.weidemann@keppelmediengruppe.de**Anzeigenverkaufsleitung:**Christoph Fogel
Telefon 06104 606 - 512
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: c.fogel@keppelmediengruppe.de**General Account Manager:**Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden
Telefon 07195 584530
Telefax 07195 584620
E-Mail: k-graef@t-online.de**Anzeigenverkauf Nielsen I:**Kontor M Medienvermarktung GbR
Fuhlsbüttler Str. 145, 22305 Hamburg
Telefon 040 639084-0
Telefax 040 639084-44
E-Mail: info@kontorm.de**Anzeigenverkauf Nielsen II:**QM Medienpartner GmbH & Co. oHG
Großenbaumer Weg 8
40472 Düsseldorf
Telefon 0211 542181-0
Telefax 0211 542181-70
E-Mail: nrw@qm-medienpartner.net**Anzeigenverkauf Nielsen IIIa:**QM QuadroMedia GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/M.
Telefon 069 530908-0
Telefax 069 530908-50
E-Mail: frankfurt@quadromedia.eu**Anzeigenverkauf Nielsen IV + IIIb Nord + Süd:**Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Hanauer Straße 58, 80992 München
Telefon 089 155096
Telefax 089 14903572
E-Mail: team@spots-media.de**Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII:**media am südster
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedster.de**Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 54 vom 1.10.2013****Leser-Service:**Verena Weidmann
Telefon 06104 606 - 331
E-Mail: vertrieb@keppelmediengruppe.de**Erscheinungsweise:**

monatlich

Bezugspreise:Jahresabonnement:
- Inland: € 108,- (incl. MwSt.+Versand)
- Ausland: € 128,- (incl. MwSt.+Versand)
- Innerhalb der EU: mit ID-Nr.: ohne MwSt.
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis
(gegen Nachweis) 50% auf Nettopreis**Einzelverkaufspreis:**

Inland: € 8,50 + Versand

Bankkonto:Deutsche Bank Offenbach/Main
Konto-Nr. 1 135 607, BLZ 505 700 18
BIC: DEUTDEFF505
IBAN: DE68505700180113560700Der Mindestbezugszeitraum ist 1 Jahr. Die
Kündigungsfrist beträgt 3 Monate vor Ablauf des
Abonnement-Jahres.**Verlag:**Keppel Medien Gruppe
P. Keppel Verlag GmbH & Co KG
PharmaRundschau
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)
Postfach 1353, D-63131 Heusenstamm
Telefon 06104 606 - 0
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: phr@keppelmediengruppe.de
Internetadresse: <http://www.pharmarundschau.de>

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:
Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRA Nr. 6601

Ust-Ident-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:
Keppel Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:
Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

Druck:Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5
97204 HöchbergDie Redaktion behält sich das Recht der Kürzung von
eingesandten Artikeln und Leserbriefen vor.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken oder ins Internet und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Erlaubt sind einzelne Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. Namentlich gezeichnete Beiträge nicht zur Redaktion gehörender Verfasser geben nicht unbedingt die Ansicht oder Meinung der Redaktion wieder. Die Nichterwähnung von Warenzeichen bedeutet nicht, dass ein Produkt ohne rechtlichen Schutz ist. Mit der Annahme zur Veröffentlichung von Artikeln und Bildmaterial überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu redigieren, zu übersetzen, zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Wir speichern Daten unserer Abonnenten und Anzeigenkunden soweit geschäftsnotwendig und im Rahmen des BDSG zulässig. Davon sind nur solche Angaben betroffen, die direkt aus unseren gegenseitigen Geschäftsbeziehungen stammen. Bei Nichtlieferung infolge höherer Gewalt oder infolge von Arbeitskämpfen bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Die PharmaRundschau ist der IWW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt



der Veröffentlichung von Fotos die Person des Dargestellten anonymisiert wird. Mit der linken Hand vergewissert sich Lagerfeld seines Wohlstands, indem er mit einem seiner wertvollen Schmuckstücke spielt. Mit der rechten Hand hält er einen großen Selbstauslöser umklammert, so wie er als Westernheld einen Revolver halten würde, mit dem er seine Gegner auf Distanz hält. Ein geheimnisvoller Held, den die Aura des Vieldeutigen umgibt.

Sein »wahres« Alter hat Lagerfeld stets im Dunkeln gelassen. Im Ausstellungskatalog wurde er um fünf Jahre verjüngt. Das Ungewisse ist die Projektionsfläche, die ein Held braucht, um bewundert zu werden. Kürzlich gelang es einem Paparazzo, ein Foto von Karl Lagerfeld ohne seine Sonnenbrille zu schießen. Einer der vielen Kommentare im Internet war: »Ohne sein wichtigstes Accessoire ist Le Karl kein unnahbarer Modezar mehr – er scheint wie ein sympathischer, lieber Opi ... Welche Verwandlung!«

Die Ausstellung im Museum Folkwang zeigt in 14 Räumen auf 1.400 m² ein breites Spektrum seiner unermüdbaren Schaffenskraft: Modezeichnungen und aktuelle Entwürfe, Modelle und Videoaufzeichnungen der Inszenierungen seiner berühmten Modeschauen sowie Filme über Themen der Mode, die er produziert hat. Außerdem warten auf die Besucher 400 zum Teil großformatige Fotografien zur Illustration berühmter Werke der Weltliteratur, Fotokunst-Bücher, die er in seinem eigenen Verlag publiziert hat, Karikaturen von Politikern und Beispiele aus seiner Sammlung alter Plakate. Doch am meisten beeindruckt die Präsentation von 124 gleichformatigen Selbstporträts aus dem Zeitraum von 1998 bis 2014, die immer in der gleichen Pose aufgenommen wurden und in denen Lagerfeld den Anschein zu vermitteln versucht, dass seine spezielle Schönheit nie verwelken, sondern immer aktuell bleiben wird. ■

»Karl Lagerfeld. Parallele Gegensätze. Fotografie – Buchkunst – Modex«, im Museum Folkwang Essen, bis zum 11.5.2014

