

Ralph M. Bloemer

## Karl Lagerfeld: Faust

1996

<https://doi.org/10.17192/ep1996.3.4329>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bloemer, Ralph M.: Karl Lagerfeld: Faust. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 13 (1996), Nr. 3, S. 339–341. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1996.3.4329>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Karl Lagerfeld: Faust**

Göttingen: Steidl 1995, 56 S., ISBN 3-88243-371-X , DM 25,-

Karl Lagerfeld, der mittlerweile im Ruhm ergraute Paradiesvogel unter den Pariser Couturiers, hat seine wahre Leidenschaft und Erfüllung in der illustrativen Photographie entdeckt. Nachdem er schon häufiger in Interviews verbreitet hatte,

daß Mode für ihn keine echte Kunst, sondern lediglich ein Handwerk zum Brot-erwerb sei, besinnt sich der begnadete Regisseur menschlicher Eitelkeiten nun seiner Wurzeln und wagt sich an zwei Ikonen deutschen Kulturgutes, die er als stilisierte Photosketche nach seinem Geschmack neu gestaltet. Gedacht als eine Art Kinovorstellung zwischen zwei Buchdeckeln, zeigt Lagerfeld im „Vorfilm“ einige nachgestellte Szenen aus dem *Cabinet des Dr. Caligari*, die sich ästhetisch an Robert Wienes Meisterwerk von 1919 orientieren. Im „Hauptprogramm“ folgt dann eine moderne und recht eigenwillige Interpretation von *Faust*, die hingegen kaum Bezüge auf klassische Verfilmungen des Stoffes erkennen läßt: Die antiquiert bis schrill gekleideten Akteure werden vor dem Hintergrund der Sehenswürdigkeiten von Monte Carlo abgelichtet, sie wandeln im Milieu der dortigen Hautevolée und berauschen sich an den Auslagen des Edeljuweliers Cartier. Denn, so die einleitenden Worte, „heute bedeutet Geld, was früher die Sünde war – deshalb ist diese Geschichte auch anders als die alte Legende und anders als Goethes berühmte Tragödie“ (S.19). Pikanter Höhepunkt der Lagerfeldschen Version: Gretchen wird vom weiblichen Teufel zum Luxus verführt und verdingt sich daraufhin als Prostituierte in einem mondänen Etablissement; dort muß Faust fortan seine Liebe mit Heller und Pfennig berappen. In dieser libertinen Variante der teutonisch-grüblerischen Sage zeigen sich Lagerfelds Übernahme französischer Lebenswerte und sein Hang zur theatralischen Oberfläche, die sich in manierierten Abbildungen edler Gesichter und exzentrisch gewandeter Körper in mehr oder minder schrägen Situationen erschöpft. Natürlich wird das ironische Augenzwinkern des Photographen spürbar, auch seine kreative Handhabung des Mediums. Trotz aller Unkonventionalität und sympathischen Verspielt-heit, die Lagerfeld im Umgang mit Sakrosanktem an den Tag legt, muß sich der knipsende Modemogul doch gefallen lassen, daß man ihn hier in seiner wahren Funktion als väterlichen Voyeur entlarvt, der mit verzücktem Kamerablick das unbeschwerte Treiben seiner aus Freunden und Zöglingen bestehenden Laienspielgruppe für PR-Zwecke festzuhalten sucht. Daher wirken manche Photofolgen eher wie Probeaufnahmen für die Werbekampagne einer neuen Duftkreation (z. B. die Verjüngung Faustens durch den Zauberkranke) denn als Resultat künstlerischen Ringens.

Lagerfeld tut das, was er wohl am besten kann: Er zelebriert Schönheit und Narzißmus bis hin zur Entstellung. So kommt es auch, daß Nadja Auermann als mystisch-lockende Versuchung in *Caligari* ziemlich deplaziert und campy wirkt; das abgefeierte 'Traumpaar' Claudia Schiffer/David Copperfield in den tragenden Rollen von *Faust* bietet mit seiner von Laufsteg bzw. Zauberbühne her eingeschliffenen Mimik nur hübsche Fassaden, die um Sinn und Inhalt der dargestellten Geschichte nichts wissen. Aber gerade dieser Kontrast zu den großen Stummfilmmimen gibt der Präsentation auch einen gewissen Charme und Witz. Rein formal sind jedoch einige Reminiszenzen an die filmischen Vorläufer auszumachen: Nahaufnahmen überzogener Gesten in blaustichigem Schwarzweiß,

beigeordnete Texte, die in ihrer schrulligen Schlichtheit an Zwischentitel erinnern, und durch das Medium der Photographie an sich, das sich seinen Weg stillschweigend zum Betrachter bahnen muß.

Die Idee eines Photofilms nach literarischer Vorlage ist durchaus originell; und wenn auch die Umsetzung in mancher Hinsicht zu wünschen übrig läßt, kann man Karl Lagerfeld doch attestieren, daß er mit diesem verschmitzten Bilderreigen das intermediale Feld um eine Facette bereichert hat. Der Rückgriff des bezopften Konfektionsemigranten auf die urdeutsche Legende zeigt auch, daß er für seine Bewunderer diesseits des Rheins noch nicht ganz verloren ist, drum sei ihm mit Mephisto gesagt: „Setz' dir Perücken auf von Millionen Locken, Setz' deinen Fuß auf ellenhohe Socken, Du bleibst doch immer, was du bist!“

Ralph M. Bloemer (Bonn)