

Jens P. Becker

## Karl Lagerfeld: Off the record

1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.2.4491>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Becker, Jens P.: Karl Lagerfeld: Off the record. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 2, S. 213–214. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.2.4491>.

### 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: Off the record**

Göttingen: Steidl 1994, 224 S., DM 98,-, ISBN 3-88243-338-8

Seit mehr als einem Jahrzehnt leitet Karl Lagerfeld, Sohn eines Hamburger Dosenmilchfabrikanten, die Geschicke des Traditionshauses Coco Chanel. Lagerfeld hat Feinde unter seinen Kollegen von der Haute Couture: Yves Saint-Laurent (der gleichzeitig mit Lagerfeld seine Karriere begann) hat in den letzten Jahren böse Dinge über „Kaiser Karl“ gesagt, z.B., daß er Showgeschäft und Haute Couture offensichtlich miteinander verwechsle. Aber auch Kritiker aus einem anderen Lager, wie Barbara Vinken in ihrem modephilosophischen Essay *Mode nach der Mode: Kleid und Geist am Ende des 20. Jahrhunderts* (Frankfurt 1993, S.79-85), kritisieren den Mann mit Pferdeschwanz und Sonnenbrille hart. Der antwortet auf Kritik stereotyp mit dem Hinweis auf die Gewinne des Hauses Chanel. Das erinnert ein wenig an einen anderen Großen des Showgeschäfts, den Klavierspieler Liberace, der auf die Kritik an seinen künstlerischen Fähigkeiten mit „I cried all the way to the bank“ zu antworten pflegte. Lagerfeld, der sich eher als Inkarnation des Renaissancemenschen denn als Meister des schlechten Geschmacks versteht, beantwortet jede Kritik mit Angriffen auf seine Kritiker.

Neuerdings widmet sich Lagerfeld auch der Photographie, 1994 erschien sein Photoband *Off the record*. „Erschien“ ist vielleicht das falsche Wort: Wenn man die Größe des begleitenden Werbefeldzugs betrachtet, muß die Übergabe der Tafeln mit den zehn Geboten an Moses dagegen mickrig erscheinen. Neben der Volksausgabe für DM 98,- gab es eine Vorzugsausgabe für DM 880,- sowie eine Ausstellung in Hamburg unter Beteiligung aller, die auch in Robert Altmans Haute Couture-Film mitspielen könnten, und Rezensionen, die geradezu trunken waren vom Genie Lagerfelds. Daß man in einem als Zeitgeist-Magazin getarnten Produkt der Werbewirtschaft wie *Max* (12/1994, S.170-179) nichts anderes erwarten konnte (zumal auch noch der Verleger Steidl das Buch vorstellen durfte), wird nicht erstaunen. Daß aber das *Zeit Magazin* (Nr. 44, 28.10.1994, S.20-29) unter dem Titel „Die Visionen des Karl Lagerfeld“ unreflektierte Hofberichterstattung druckte, erstaunt doch ein wenig. Niemand wagte in diesem

gigantischen Vermarktungsspektakel (Fernseh-Features auf allen Privatsendern sowie bei N3) wie das kleine Mädchen in Andersens Märchen zu sagen: „Aber er hat doch gar nichts an“. Aber vielleicht ist auch die „hype“ der Rezeption die einzig adäquate Besprechung des Lagerfeldschen Kunstwerks, in „seinen Photos erschafft sich das Pariser Modegenie seine eigene idealisierte Realität“ (*Zeit Magazin*, S.20).

Lagerfelds Photoband über Paris, die Welt der Haute Couture und die sogenannten Supermodels beginnt mit Photos der Häuser, in denen er gewohnt hat und einer photographischen Hommage an das 7. Arrondissement. Glücklicherweise erklärt uns die Presseinformation des Steidl-Verlages an dieser Stelle, daß „Verwackeln und Unschärfe für ihn selbstverständliche Elemente seiner Bildsprache“ sind. Der große Meister, der uns versichert: „Ich liebe es, den Photos ein mystère zu geben, eine Poesie, die die flache Realität nicht hat“ (*Zeit Magazin*, S.20), hätte vielleicht einen Bildband von Eugene Atget zur Hand nehmen sollen und von der photographischen Erfassung des geheimnisvollen Reizes von Paris lassen sollen. Wenn nun die Photographie von Häusern und Plätzen nicht das Forte des „Lucky Strike Designer Awards“ ist, wie steht es dann mit den Photos von Models und Schauspielerinnen? Ellen von Unwerth (die Claudia Schiffer schon Jahre vor Lagerfeld ins Bild setzte) bietet in ihrem gleichzeitig erschienenen Band *Snaps* mehr und Originelleres. Wenn man Helmut Newton mag, sollte man Newton-Photos anschauen, nicht diesen schwachen Abklatsch. Und gegen die Modephotographen des 20. Jahrhunderts, von Edward Steichen, Baron de Meyer, Horst P. Horst, Erwin Blumenfeld, Cecil Beaton bis zu H.C. Gundlach, kann Lagerfeld nicht einen Augenblick lang bestehen. Weiterhin finden wir in dem Band „photo novellas“, den Tiefpunkt des schlechten Geschmacks (mit Claudia Schiffer, Linda Evangelista u.a.), und mit literarischen Anspielungen (de Laclous, Mallarmé, Ibsen) angehauchte Photostrecken. Wenn jemand 100 Mark für Mode-Bildbände ausgeben will, sollte er sich lieber Albert Watsons 1994 erschienenen Photoband *Cyclops* (Little, Brown & Co. 75 Dollar) zulegen oder im Modernen Antiquariat Erwin Blumenfelds faszinierende Biographie sowie H.C. Gundlachs *Modewelten* und einen Helmut Newton-Band kaufen, das ist allemal besser als Lagerfelds *Off the record*.

Jens P. Becker (Kiel)