

Dagmar Venohr

# **ModeBilderKunstTexte – Die Kontextualisierung der Modefotografien von F.C. Gundlach zwischen Kunst- und Modesystem**

## **Abstract**

The essay examines the different iconotextual modes of photographs by F.C. Gundlach when shown at exhibitions and when published in magazines. By doing so, it tries to provide new impulses for a fundamental discussion of iconotextuality with respect to photographic images. At the same time, these examples will be used to give more substance to the definition of a *Transmediality of Fashion* in fashion theory.

Der Beitrag untersucht die differenten ikonotextuellen Erscheinungsweisen der Fotografien F.C. Gundlachs in Ausstellung und Zeitschrift und will Impulse für eine grundlegende Diskussion der Ikonotextualität im Bereich der Fotografie geben. Gleichzeitig soll der zugrunde gelegte modetheoretische Definitionsansatz einer *Transmedialität der Mode* an den Beispielen konkretisiert werden.

## **1. Einführung**

*Mode* ist nicht nur Modekleidung. *Mode* ist eine mediale Erscheinungsform. *Mode* ist ein Transmedium, das sich in vielen Gegenständen zeigt. Und *Mode* ist ein System von ökonomischen Herstellungs- und Verbreitungstechnologien wie Industrie, Zeitschriften, Werbung etc. *Fotografie* ist eine bestimmte Technik, auch eine künstlerische. Eine Fotografie ist ein Bildmedium und kann

auch Kunst sein. *Kunst* ist ein System von ästhetischen Praxen, d. h. von Produktions- und Rezeptionsweisen, die von der Gesellschaft immer wieder als künstlerisch anerkannt werden müssen. *Modekleidung* kann Kunst sein, wenn z. B. der Entwurf von Kleidung als eine künstlerische Technik angesehen wird. Mode selbst ist aber kein Artefakt, da sie per se kein Gegenstand ist. *Modedefotografie* erscheint zunächst zusammen mit dem *Modetext* in der *Modestrecke* einer Zeitschrift und konstituiert so performativ Mode. Es wird über aktuelle Modekleidung informiert, und Mode ist unterhaltsam. Die Medialität der Mode ist hier ihre spezifische *Ikonotextualität*.

Provokativ lässt sich nun fragen: Ist eine Modedefotografie noch Mode, wenn sie im Kunstkontext erscheint? Behauptet wird, dass es die Ikonotextualität einer Fotografie ist, die über Mode oder Kunst entscheidet. So erscheint die (Mode-)Fotografie als Kunst im Museum nicht nur ohne ihren ursprünglichen Modetext (Headline, Intro, Bildunterschrift etc.), sondern mit einem anderen Text (Künstler, Jahr, Ort etc.).

## 2. Problemstellung

Ob Modedefotografien Kunstwerke sind, entscheidet sich erst im Rahmen ihrer Kontextualisierung im System der Kunst: Texte machen Bilder zu Mode oder Kunst. In erster Linie müssen Fotografien als Modebilder im Rahmen der Modestrecke einer Zeitschrift funktionieren, d. h. sie müssen im konkreten Zusammenspiel mit dem Modetext *Mode* (nach-)vollziehbar machen. In der Ausstellung *F.C. Gundlach – Das fotografische Werk* vom 12.04. - 07.09.2008 im Haus der Photographie, Deichtorhallen Hamburg, ist beides erfahrbar. Die überwiegend großformatigen Abzüge bekannter Modebilder, aber z. T. auch kleinformatige weniger populäre Porträts, Architekturaufnahmen oder Sozialstudien des Fotografen verweisen auf den Künstler Gundlach, wohingegen die ebenfalls ausgestellten Zeitschriften und Zeitschriftentitelblätter die ursprüngliche praktische und ästhetische Funktionalität der Fotografien innerhalb der Fotoreportagen, Modestrecken und der Zeitschrift an sich verdeutlichen. Auch ohne dem Text-Bild-Verhältnis an sich ein besonderes kuratorisches Augenmerk zukommen zulassen, verdeutlicht das Ausstellungskonzept der Gegenüberstellung und parallelen Inszenierung von künstlerischem und funktionalem Wert der Artefakte, insbesondere *die spezifische Ikonotextualität und Transmedialität der Mode* und die Fokus verschiebende Wirkungskraft der Kontextualisierung von Artefakten im System der Kunst. Auch die einzigartige Schnittstelle der Fotografie zwischen Mode und Kunst kommt somit erst vollends zum Vorschein. Diese spezifische Ambiguität als eine ästhetische Qualität der Fotografien, wird durch die Betrachtung der sie begleitenden Texte besonders deutlich. Der Text der Modestrecke macht aus der Fotografie erst jenes informative Medium: das Mode vermittelnde Bild. Dieses Bild der Mode zeigt sich erst in der spezifischen Kombination von fotografischem Bild und sowohl poetischen und faktischem als auch grafischem Text.

In einem ersten Schritt wird im Folgenden die theoretische und begriffliche Basis der hier zugrunde gelegten Untersuchungsaspekte erläutert. Es soll deutlich werden, dass die Eingangsthese, es seien die Texte, die die Fotografien zu Mode oder Kunst machten, den Text deshalb so stark gewichtet, um letztlich die spezifische Kombination selbst, das heißt: die *intermediale Kombination* von Fotografie und verbalem Text in den Fokus der Betrachtung zu rücken. Die abgeschwäch-

te und eingeschränkte These, mit der dann im zweiten Schritt in die konkrete Betrachtung der ausgestellten Artefakte übergegangen wird, lautet entsprechend differenziert: erst die spezifische *Ikono-Modalität der Modestrecke* macht eine Fotografie zu einem Modebild. Diese besondere Relationalität und Medialität der Modefotografie, die nur im Medium der Zeitschrift so in Erscheinung tritt, soll in diesem Teil anhand von Beispielen erläutert werden, und zwar immer im Vergleich zu der in der Ausstellung konkretisierten Form ihrer musealen Kontextualisierung. Das heißt, es wird vor allem deutlich werden, was der Modefotografie letztlich durch ihre Übertragung in das System der Kunst verloren geht. Es wird nämlich nicht nur auf den Modetext verzichtet, sondern mit ihm geht die spezifische Performativität des Ikono-Mode-Textes verloren und somit die besondere Medialität der Modefotografie im Medium Zeitschrift. D. h. die bestimmte Funktion der Fotografie, *Mode* im ikonotextuellen Zusammenspiel, also in Kombination mit dem Text überhaupt erst erscheinen zu lassen, ist bei der bloßen Präsentation großformatiger Abzüge von Modefotografien nicht mehr vorhanden. – Dass und was die Fotografie damit, also durch ihre Transformation in Kunst, möglicherweise hinzugewinnt, soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden.

### 3. Theoretische und begriffliche Basis

Die modetheoretische Basis, die diesen Ausführungen zugrunde liegt, beruht auf der Konzeptualisierung einer übergeordneten *Transmedialität der Mode* (vgl. RAJEWSKY 2002; MEYER 2006; VENOHR 2009). *Mode* als Transmedium zu begreifen heißt, *Mode* nicht auf das materielle Objekt der Modekleidung zu beschränken, da *Mode* nicht auf das sie jeweils austragende Medium zu reduzieren ist. *Mode* ist ein übergeordnetes strukturierendes Phänomen, das sich im Medialen zeigt. *Mode* ist unmittelbar an die Medialitäten des sie austragenden Mediums gebunden, und gleichzeitig nicht mit diesen identisch. *Mode* zeigt sich im transmedialen Potential dieser Medien. Sie strukturiert mediale Transformationsprozesse, indem sie formale Differenzen setzt und damit Sinnvermittlung und eine bestimmte Bedeutungskonstitution ermöglicht. Fotografie ist ein Bildmedium, das sich aufgrund seiner spezifischen, ästhetischen Medialität ganz besonders eignet, um die formalen Strukturierungsprozesse, die die *Mode* zeitigt, sichtbar zu machen. Als Stichworte sollen hier nur kurz die von Roland Barthes unter dem Begriff ›studium‹ zusammengefassten Funktionen Informieren, Darstellen, Überraschen, Bedeutung-Stiften und Wünsche-Wecken genannt werden (BARTHES 1985: 36 ff.; vgl. WOLF 2002: 99 ff.). Der *Text*, begrenzt auf seine als verbal-schriftliche Dimension, ist hingegen ein diskursives Medium. Das heißt, während das Modebild etwas zeigt, was sich in klaren Grenzen, nämlich in den medialen Grenzen der jeweiligen Fotografie, wahrnehmen lässt, weist der Text über sich hinaus. Im Rahmen der Modestrecke zeigt der Text einerseits auf das Bild, und andererseits auf eine metaphorische und poetische Wirklichkeit, die weit über das Bild hinausgehen kann. Zudem richtet sich sein Fokus sowohl auf das Interesse der Konsumenten als auch der Produzenten von Modekleidung, indem er durch Nennung des Preises und des Herstellers das ökonomische System der *Mode* anspricht.

Zusammengenommen ergibt sich für die Modestrecke, die Medienkombination aus Bild und Text, die ich auch als Ikono-Mode-Text bezeichne, ein paradoxaler Wahrnehmungsmodus. Der Medienphilosoph Dieter Mersch formuliert den Unterschied zwischen bildlicher und verbal-schriftlicher Medialität wie folgt:

»Diskursive Medien zeigen, wo sie zeigen, im Modus des Sagens, während ästhetische Medien, wo sie sagen, im Modus des Zeigens, sprechen.« (MERSCH 2004: 85)

Treffen nun beide Medien in der Modestrecke einer Zeitschrift zusammen, ergibt sich eine besondere Konstellation, eine spezifischen Medienkombination, ein *Medienclash*. Beim Zusammentreffen der Medien Fotografie und Text im Ikono-Mode-Text der Zeitschrift wird Mode erst im changierenden Wechselspiel zwischen Bild und Text erfahrbar. Der Text ist hier demnach für die Mode konstitutiv, und es wird deutlich, warum die Eingangsthese so zugespitzt formuliert ist. Ohne ihr die Schärfe zu nehmen, kann nun allerdings differenzierter und entsprechend adäquater gesagt werden, dass es die spezifische Ikonotextualität der Modestrecke ist, die eine Fotografie zu einem Modebild macht.

Gleichzeitig wird davon ausgegangen, dass die Fotografie eine Schnittstelle oder vielmehr Schnittmenge zwischen Mode- und Kunstsystem bildet. Da Mode jedoch an sich kein System, sondern vielmehr ein Transmedium darstellt, ist mit dem Modesystem das *System der Modekleidung* gemeint, das durch die Produktion, Distribution und Konsumtion von Kleidung gebildet, und das einerseits durch die Transmedialität der Mode und andererseits von den Spielregeln der Ökonomie strukturiert wird. Das *System der Kunst* ist ebenfalls geprägt von wirtschaftlichen Interessen und ihren Institutionalisierungsformeln. Außerdem spielt in der Kunst vor allem die Historisierung und in diesem Zuge die Musealisierung im Sinne des Sammelns und Bewahren eine große Rolle. Grundlegend jedoch basiert das System der Kunst auf ästhetischen Praxen, die letztlich einer permanenten institutionalisierten Konventionalisierung bedürfen – ganz ähnlich dem System der Modekleidung, nur dass es sich um unterschiedliche Institutionen handelt. Bei der Betrachtung der Fotografie als eine solche ästhetische Praxis wird deutlich, dass beide Systeme sich überlagern und überschneiden. So gibt es faktisch einen Bereich der Fotografie, der nicht eindeutig Mode- oder Kunstfotografie ist, sondern sich in beiden Systemen kontextualisieren lässt.<sup>1</sup> Diese Kontextualisierung findet im System der Modekleidung vor allem durch die Kombination mit dem verbal-schriftlichen Text in der Modestrecke statt. Im Kunstsystem funktioniert diese Verankerung vor allem durch den musealen Raum, die damit einhergehenden obligatorischen Werkbeschriftungen und auch durch die Abbildungen der so genannten Modefotografien in Katalogen und Kunstbänden statt. Die Kernfrage, die im zweiten Teil anhand konkreter Beispiele beantwortet werden soll, lautet demnach: *wie* macht der Modetext aus der Fotografie ein Modebild; und umgekehrt: *was* geschieht, wenn die Fotografie ohne diesen Modetext im Kunstkontext erscheint?

1 Ein herausragendes Beispiel für die Thematisierung dieses Grenzganges der Modefotografie ist die Ausstellungspublikation *CHIC CLICKS*, die gerade diesen unauflösbaren Zwitterstatus der Modefotografie zwischen Kunstsystem und System der Modekleidung thematisiert. (Vgl. *chic clicks*, hg. v. ULRICH LEHMANN u. JESSICA MORGAN, Ostfildern-Ruit [Hatje Cantz] 2002; Publikation anlässlich der Ausstellung *Chic Clicks – Creativity and Commerce in Contemporary Fashion Photography*, im Institute of Contemporary Art, Boston 23.01. - 05.05.2002, bzw. *Chic Clicks – Modefotografie zwischen Auftrag und Kunst* im Fotomuseum Winterthur 15.06. - 18.08.2002.)

## 4. Ikonotextualität des Modebildes vs. Modefotografie im Kunstkontext

### 4.1 Poesie und Portrait

»Wie im flirrenden Sonnenlicht, so im Glanz kristallener Lüster« (*Film und Frau* Modeheft H/W 1957/58: 28) ist der Titel einer Modestrecke, fotografiert von F.C. Gundlach und abgebildet im Herbst-Winter-Modeheft des Jahres 1957/58 der Zeitschrift *Film und Frau*.

Diese erste Seite der Modestrecke ist nicht nur mit dem poetischen Titel überschrieben, sondern jedem einzelnen Modebild ist zudem ein eigener, kleiner metaphorischer Kosmos zugeordnet. So wird das erste Bild von folgenden Worten begleitet:

»In flirrend grünem Duchesse, mit Perlentropfen und Pailletten glitzernd bestickt, bewegen Sie sich schmal und schön auf dem Parkett winterlicher Geselligkeiten.« (*Film und Frau* Modeheft H/W 1957/58: 29)

Das nächste Bild rechts oben wird erweitert durch die Aussage:

»Licht zaubert tausend Goldreflexe über ein Gewand aus schwerer reiner Seide und hauchfeinem Chiffon in gedämpftem Rembrandtbraun. Wie der festliche Kimono einer Madam Butterfly fällt der Mantel, mattgold und nerzverbrämt.« (*Film und Frau* Modeheft H/W 1957/58: 29)

Und auch der dritte Modetext dieser Doppelseite evoziert einen differenzierten, anderen Blick auf die Fotografie:

»Schwarze Spitzen auf der Folie rauchgrauen, reinseidenen Tafts zeichnen ihre zarten Arabesken auf den Mantel Ihres schlichten Kleides aus tiefschwarzem Crêpe.« (*Film und Frau* Modeheft H/W 1957/58: 29)



Abb. 1: »Wie im flirrenden Sonnenlicht ...«, *Film und Frau* Modeheft H/W 1957/58: S. 28 f., Fotograf: F.C. Gundlach.



Abb. 2: »Simone d'Aillencourt, Abendkleid von Horn«, Berlin 1957, in: *Film und Frau Modeheft H/W 1957/58*.

Der Text fügt dem Bild eine Poesie hinzu, die es allein nicht herzustellen vermag. Es ist die bildliche Dimension der Sprache, die hier den Raum des fotografischen Modebildes öffnet. Der Text baut eine Brücke in die Sphäre der Kunst, wenn er dem Chiffon ein »gedämpftes Rembrandtbraun« (ebd.) zuschreibt und im selben Atemzug »Madam Butterfly« (ebd.) die Bühne der Mode betritt und ihrerseits die Konnotation des Bildes erweitert. In diesem Zwischenraum, zwischen Bild und Text kann sich die Mode erst entfalten. Hier findet Mode als ein performativer Akt der Bedeutungskonstitution statt, indem sie sich erst durch das rezeptive Wahrnehmungsgeschehen vollzieht.

Die Fotografien dieser Modestrecke erscheinen so nicht in der Ausstellung *F.C. Gundlach – Das fotografische Werk*. Nur eine Aufnahme dieser Serie findet sich, jedoch nicht mehr als Teil einer Geschichte, als Aspekt einer Modereportage, sondern vielmehr als Portrait mit dem Titel: »Simone d'Aillencourt, Abendkleid von Horn. Berlin 1957, in: *Film und Frau Modeheft H/W 1957/58*« (vgl. *F.C. Gundlach – Das fotografische Werk*, hg. v. KLAUS HONNEF U. HANS-MICHAEL KOETZLE. Göttingen [Steidl] 2008; Publikation anlässlich der gleichnamigen Ausstellung im Haus der Photographie, Deichtorhallen Hamburg 12.04. - 07.09.2008, S. 11; folgend als HONNEF/KOETZLE 2008 mit Seitenzahl angegeben.). Die außergewöhnliche Poesie der Modestrecke verdampft zu einem außergewöhnlich ästhetischen, fotografischen Portrait einer außergewöhnlich schönen Frau. Die Mode an sich, als eine Bedeutung konstituierende Bewegung zwischen Bild und Text findet nun nicht mehr statt.

#### 4.2 Perspektivierungen der Mode und historische Perspektiven

Bei dieser ganzseitigen rechten Modefotografie zeigt ebenfalls nicht das Modebild allein einen aktuellen Modetrend an, sondern neben dem Inhalt des folgenden Modetextes verweist vor allem die Form des Textes auf schnelle Kommunikation und aktuellste Information: »Neue Perspektiven – Sandfarbenes Kostüm aus Wollsatin stop kurze kaum taillierte Jacke stop Biber in Champagnerfarbe für Muff Barrett und Kragen« (*Film und Frau Modeheft H/W 1957/58*: 36 f.). Nicht nur, dass der Titel voller Mehrdeutigkeit neue Sichtweisen und Standpunkte der Mode anzeigt, auch der Modetext betont mit seinem Telegrammstil das Ereignis der Mode. In dieser Modestrecke wird die



Abb. 3: »Neue Perspektiven«, Film und Frau Modeheft H/W 1957/58, S. 36/37, Fotograf: F.C. Gundlach.

Kleidung mit einem neuen Blick auf die Stadt inszeniert und erscheint als topaktuelles Ereignis, das sich groß von den Kulissen der deutschen Stadt abhebt. Die »Neuen Perspektiven« (ebd.) im Titel machen aus der fotografischen Perspektive eine bestimmte Inblicknahme der Modekleidung. Sie sind fast einer Postkarte gleich, und gleichzeitig ein Telegramm aus dem derzeit neuen, durch den Krieg veränderten Berlin.

Die gleiche Fotografie, jedoch nicht als gedrucktes Modebild eines Ikono-Mode-Textes, sondern als fotografischer Abzug in der Ausstellung, vermittelt dort etwas ganz anderes. Ebenfalls als »Neue Perspektiven« (vgl. HONNEF/KOETZLE 2008: 12/14) betitelt, mit kurzem Verweis auf den Hersteller des Kostüms, wird das Bild im Rahmen der musealen Gundlach-Retrospektive zu einem Blick zurück. Es vermittelt eine Vorstellung davon, welche Perspektiven damals in Berlin im Nachkriegsjahr 1957 neu oder (noch) möglich waren. Es ist eine bestimmte Blickweise zu sehen, nämlich die Perspektive des Fotografen auf die Hauptstadt Berlin, vor dessen Panoramen sich die derzeitige Modekleidung durch eine starke Untersicht wesentlich erhöht abhebt. Die Modekleidung setzt sich deutlich von ihrer urbanen Umgebung ab, übertrifft sie sinnbildlich in ihrer Fähigkeit zur Erneuerung und ihrer dynamischen Kraft sich in eine andere Richtung zu orientieren. Hier und

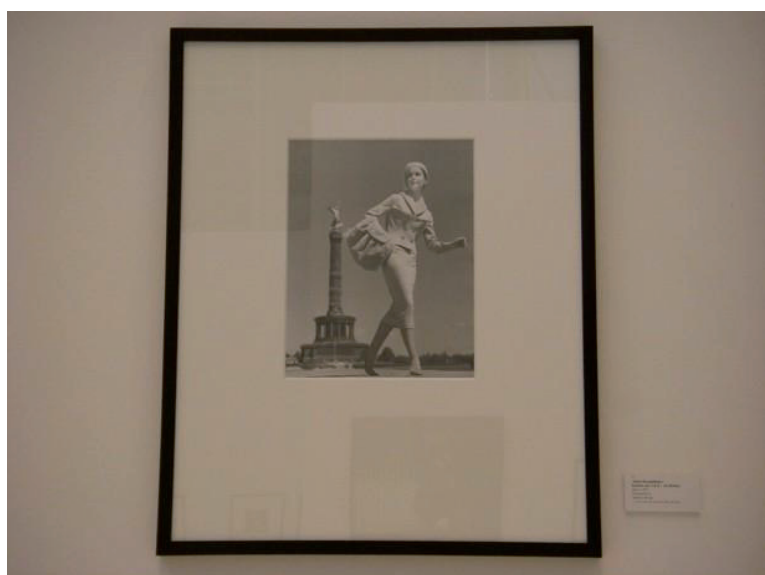


Abb. 4: »Neue Perspektiven«, Kostüm von S & E – Uli Richter, Berlin 1957, in: Film und Frau Modeheft H/W 1957/58«.



Abb. 5: »Erster Blick auf die neue Mode«, *Film und Frau* Modeheft F/S 1957, S. 18/19, Fotograf: F. C. Gundlach.

heute in der Ausstellung allerdings wird das Modebild von damals auf diese Aussage reduziert, es wird zur Ikone der damaligen Aufbruchsstimmung. Diese Eindeutigkeit des Bildes verwirklicht sich erst im Blick zurück. Erst der historisierende Blick von heute lässt das Neue der Perspektive von damals, als fotografische und dokumentarische Perspektive hervortreten. Die Modekleidung als das damals Neue tritt in den Hintergrund, die urbane Situation der Stadt Berlin als Sinnbild für die historische Lage Deutschlands in den Vordergrund. Die neue Perspektive der Mode ist zu einem erkennenden Blick auf die Geschichte geworden.

#### 4.3 Blicke, Fokussierungen und Blickwechsel

Und auch ein »Erster Blick auf die neuen Mode« (*Film und Frau* Modeheft F/S 1957: 18 f.) im Sommer 1957 provoziert weitere und andere Blicke. Im ersten Augenblick ist es augenscheinlich der Fotograf, der die Leserinnen der Zeitschrift mit hinein Holt in sein Setting modischer Aktualitäten. Das Studioequipment ist auf das Nötigste reduziert, auf die fotografische Ausrüstung und ein paar wenige Form gebende Accessoires und Requisiten. Diese Klarheit spiegeln der Text und die beschriebene Kleidung wider:

»Das Futteralkleid entspricht wie kein anderes der Vorliebe der modernen Frau für klare Linien und einfache Formen. Es ist schmal und schmucklos und wirkt allein durch sein Material und die Anmut der Trägerin! Dieses Modell ist von Horn.« (*Film und Frau* Modeheft F/S 1957: 19)

Die Trägerin ist zunächst das Fotomodell, und auch sie wirft ihren Blick auf den Fotografen und auf die Betrachterin, bzw. Leserin. Gleichzeitig gibt ihre körperliche Haltung, ihre Pose jedoch eine ganz andere Blickrichtung vor. Sie folgt der Kamera, und diese ist geradezu auf die anderen Modelle auf der linken Doppelseite und auf den Text gerichtet. Somit erschafft sie eine offensichtliche inhaltliche und formale Verbindung zu den wesentlich kleineren Modebildern und den ausführlichen Modetexten der linken Seite. Die inszenierte Blickrichtung des rechten Modebildes verweist somit sowohl auf die Leserin der Zeitschrift, auf die formale Präsentationsweise und die inhaltlichen Aussagen des Ikono-Mode-Textes. Die Kamera wirkt aufgrund ihrer doppelten Präsenz, als abbildendes und abgebildetes Instrument in mehrfacher Hinsicht die Blicke verdoppelnd.

In der Ausstellung findet sich jedoch ein anderes Bild der Serie, das in der Zeitschrift so nicht erschienen ist. Dieses Bild verschiebt die zuvor festgestellte mehrfache Verdopplung des Blicks zugunsten der Sichtbarmachung einer grundlegenden *fotografischen* Reflexivität. Bei dieser Fotografie wird der Betrachter nicht vom Fotomodell in den Blick genommen, sondern von der Kamera selbst. Es erscheint eine Art fotografischer Spiegelung: so wie der Fotograf das Fotomodell in den Blick nimmt, so nimmt die vom Fotomodell gehaltene Kamera den Betrachter ins Visier. Das Fotomodell tritt in seiner Funktion Modekleidung zu präsentieren zurück, und zwar hinter die präsentierte Reflexivität des Mediums Fotografie. Und hinter der Kamera verweist nur noch die außerordentlich starke Pose des Fotomodells auf eine ursprünglich andere Lesart des Bildes, auf das konstitutive Wahrnehmen von Mode im Zusammenspiel von Bild und Text der Modestrecke. Bemerkenswerterweise ist die Fotografie in der Ausstellung außerdem mit dem Namen des Modells *Simone d'Aillencourt* und dem Hinweis »Futteralkleid von Gehringer & Glupp, Berlin 1957, in: *Film und Frau* Modeheft F/S 1957« (HONNEF/KOETZLE 2008: 174) betitelt. Diese Art der Information bewirkt einerseits, dass wiederum die Persönlichkeit des Fotomodells in den Vordergrund tritt. Andererseits wird das Futteralkleid zu einer rein formalen Reminiszenz ohne konkret Sinn gebende Attribute, außer der Nennung des heute nicht mehr bekannten Modehauses. Die Fotografie erscheint nun als interessantes Artefakt einer vergangenen Ära. Es wirkt als Zitat wie aus dem Zusammenhang gerissen und scheint auf etwas zu blicken, was nicht mehr unmittelbar im Fokus des Interesses steht: die Mode des Sommers 1957.

Der Bildtitel im Rahmen der Ausstellung kann diesen Mode konstituierenden Raum zwischen Bild und Text heute so nicht mehr herstellen. Die ikonotextuelle Lesart der Modefotografie, die nur im Zusammenhang von Bild und Text möglich ist, findet zwischen beiden Medien statt. Es ist ein wandernder Blick zwischen der Überschrift, einem möglichen Einleitungstext, den jeweiligen Bildunterschriften und den Fotos der Modestrecke. Nicht nur innerhalb der Bilder gibt es einen zu vollziehenden Zusammenhang, auch der Text wirkt verbindend. Er leitet den Blick der Leserin und erweitert das Bild um zusätzliche Informationen. Aber – und das ist entscheidend – Blick und Lektüre spielen zusammen, sie bilden eine spezifische ikonotextuelle Medienkombination heraus. Es ist gerade *nicht* so, dass der Unterschied zwischen Fotografie und Beschreibung, zwischen



Abb. 6: »Simone d'Aillencourt«, Futteralkleid von Gehringer & Glupp, Berlin 1957, in: *Film und Frau* Modeheft F/S 1957.



Abb. 7: »Auch in diesem Sommer: viel Schwarz und Weiß«, *Brigitte* 4/1966, S. 22/23, Fotograf: F. C. Gundlach.

Bild und Text, Blick und Lektüre soweit trennt, dass es zu zwei differenten Wahrnehmungsweisen kommt, wie es Roland Barthes schildert:

»Das Bild weckt eine Faszination, das Sprechen verleitet zur Aneignung. [...] (S)ind beide verbunden, dient das zweite dazu, das erste zu *enttäuschen*.« (BARTHES 1985: 27)

Die bisherigen Beispiele haben bereits gezeigt, dass das gerade nicht der Fall ist, dass das Modebild nicht vom Modetext enttäuscht wird, sondern nur beide zusammen Mode erscheinen lassen. Und dass der Text vielmehr die Grenzen des Bildes sprengt, seinen Sinn erweitert und zum Teil erst ermöglicht, ihn aber auch unterwandert, das werden die folgenden Beispiele aus den 1960ern zeigen. Sie wurden alle produziert für und sind erschienen in der Frauenzeitschrift *Brigitte*, in Zusammenarbeit mit der Moderedakteurin Barbara Buffa. F.C. Gundlach war zu dieser Zeit bei der Zeitschrift als Fotograf fest angestellt. Nach eigener Aussage sind die Modefotografien immer in Hinblick auf ihr Erscheinen im Rahmen der Zeitschrift konzipiert worden.

#### 4.4 Formale und inhaltliche Aspekte des Materials und seiner Struktur

Die Doppelseite mit dem Titel »Auch in diesem Sommer viel Schwarz und Weiß« (*Brigitte* 4/1966: 22) zeigt, wie unmittelbar Text und Bild ineinander greifen können, obwohl sie durch Rahmung scheinbar voneinander abgesetzt sind. So korrespondiert beispielsweise das ›A‹ von ›Auch‹ mit der Armbeuge im Bild und die Form des Schwarz-Auf-Weiß des Textes mit der Form des Weiß-Auf-Schwarz des Kragens. Gleichzeitig nimmt die grafische Textgestaltung die Form der weißen Bänder des rechten Bildes auf, und zusammen rahmen sie einmal mehr die Blickrichtung der Fotomodelle in beiden Fotografien, die geradezu zum Weiterblättern auffordert und weiter in die Zeitschrift hineinführt. Der Text selbst spielt ebenfalls mit dem Kontrast von Schwarz und Weiß, indem er diesen paradoxal inszeniert. Die Majuskeln ›S‹ und ›W‹ stehen nämlich mitnichten für Schwarz und Weiß. Vielmehr wird bspw. das ›S‹ zu »Schneeweiß« (ebd.) und tritt somit in Opposition zum zuvor genannten »Sommer« (ebd.). Aber auch die scheinbar nachlässige Druckqualität der Lettern geht mit der fotografischen Qualität des linken Bildes einen spezifischen Dialog ein. Ihr Changieren zwischen Schwarz und Weiß bewirkt, dass die leichten Lichtreflexe des Hutes und die Schatten auf dem Weiß der Bänder in die Zweidimensionalität des Bildes zurücktreten. Die

Fotografie erscheint zunehmend als Scherenschnitt und der asymmetrische Schnitt des Kleides tritt umso mehr in den Vordergrund.

Dementgegen treten bei dem großformatigen Abzug in der Ausstellung die Details des »schwarzen Jerseymantels« (ebd.) wesentlich deutlicher hervor. Die abgebildete Kleidung wirkt wesentlich plastischer, und ein großes Thema der ganzen Modestrecke wird hier in seiner Materialität erst richtig deutlich: die »schmalspurig aufgesetzten Bänder« (ebd.). Nur in dieser hohen großformatigen Qualität des fotografischen Abzugs lässt sich tatsächlich erkennen, *dass* und *wie* die Bänder aufgesetzt sind. Und auch das Material des Jersey-Mantels lässt sich nun nachvollziehen. Das, was in der Zeitschrift vom Text geleistet wurde, und vom Modebild zugunsten der Betonung seiner Silhouette und der Asymmetrie und Grafik betonenden Erscheinungsweise vernachlässigt wurde, tritt nun in der Ausstellung im präsentierten fotografischen Artefakt selbst zum Vorschein. Nur wird dieser spezifische Blick auf das dargestellte vestimentäre Objekt in der Ausstellung gar nicht initiiert, da ihm der Modetext fehlt. Der Blick auf die Modekleidung ist nicht vordergründig intendiert, es steht vielmehr der besondere fotografische Blick Gundlachs zur Disposition, d. h. der Ausstellungsbesucher sieht zunächst eine ästhetisch sehr interessante Fotografie eines in den 60ern als modisch anzusehenden Kleidungsstücks. Eine *Modefotografie* ist darin nur deshalb erkennbar, weil das Wissen um die übliche Art und Weise der Darstellung von Kleidung in der Zeitschrift, und die Tatsache, dass dieses Bild ursprünglich für die Modestrecke einer Zeitschrift entstanden ist, bekannt sind. Interessant für eine ikonotextuelle Perspektive ist in diesem Zusammenhang auch die Betitelung des Bildes in der Ausstellung als »Op-Art-Silhouette« (vgl. HONNEF/KOETZLE 2008: 120), da in der Zeitschrift selbst keinerlei Verweis auf die Parallele der Kleidungsgestaltung zu dieser Kunstrichtung zu finden ist. Meines Erachtens ist es vielmehr der historisierende und musealisierende Blick einer Retrospektive, der die ursprünglichen Modebilder durch einen neuen verbal-sprachlich hergestellten Zusammenhang in einem anderen, nun künstlerischen Licht erscheinen lassen.

An dieser Modestrecke wird noch einmal deutlich, wie assoziativ und bedeutungserweiternd der Text eingesetzt wird:



Abb. 8: »Op-Art-Silhouette«, Jerseymantel von Lend Paris 1966, in: *Brigitte* 4/1966.



Abb. 9: »Blitzblanker Lack für jedes Wetter«, *Brigitte* 4/1966, S. 52/53, Fotograf: F. C. Gundlach.

»Blitzblanker Lack für jedes Wetter – Ob's blitzt oder donnert, ob's hagelt, regnet, schneit oder ob die Sonne scheint – blitzblanker Lack stellt sich auf jedes Wetter ein. Die dünne Lackhaut haftet auf Jersey und ist dadurch schmiegsam und bruchfest.« (*Brigitte* 4/1966: 52)

So führt der Modetext inhaltlich den Blitz ein und setzt ihn grafisch fort, indem die Richtung der Zeilen mit der Richtung des Bildes korrespondiert. Damit steht bereits zu Beginn der Lack als Kleidungsmaterial in seiner Allwettertauglichkeit im Fokus der Aufmerksamkeit. Was aber an diesem Beispiel besonders interessant erscheint, sind zwei hinweisende Worte: »Links« (ebd.) und kurz darauf im Fließtext das Wort »Daneben« (ebd.); und nicht wie sonst üblich die deiktischen Bezeichnungen: rechte oder linke Seite. Das ist deshalb entscheidend, weil auf dieser Doppelseite aus zwei einzelnen Fotografien *ein* Modebild gemacht wird. Auf den ersten Blick handelt es sich um eine doppelseitige Fotografie. Und dieser Eindruck wird im Text nicht nur verstärkt, sondern bestätigt, indem innerhalb der Bildbeschriftung nicht auf eine rechte oder linke Seite verwiesen wird. Die beiden Fotografien treffen sich auf der Doppelseite und bilden eine inhaltliche Einheit, die ihre Wirkung enorm steigert. Das wird vor allem deutlich, wenn man die eher kleinformatigen Einzelbilder aus derselben Serie in der Ausstellung betrachtet, die zudem untereinander gehängt wurden. Die Bilder sind zwar mit dem Titel der Modestrecke versehen, seine ikonotextuelle Wirkung kommt



Abb. 10: »Blitzblanker Lack für jedes Wetter«, Mareike, Hamburg 1966, in: *Brigitte* 4/1966, Katalog S. 315.

jedoch nicht zur Entfaltung. Denn er stürzt *nicht* wie in der Zeitschrift in das Unwettergeschehen hinein, zielt *nicht* auf die Bewegung des Bildes und trifft *nicht* den neuen Allwetterstoff Lack. Die Mode selbst erscheint in der Ausstellung wiederum nur noch als Reminiszenz.

#### 4.5 Konsumieren – Aneignung durch Kauf, Bildrezeption und Textverständnis

Aber noch etwas anderes fehlt, und zwar die Nennung des Preises, d. h. der Verweis auf die Käufllichkeit der dargestellten Kleidung, die nach Roland Barthes das finale Ziel der Mode ist. (vgl. BARTHES 1985: 26 f.) Nach den assoziativen Beschreibungen der Kleidungsstücke, nach einer Nennung der ungefähren Preise und der des Herstellers, und noch vor dem Namen des Fotografen, findet sich der hinweisende Verweis: »Alles über Preise S. 57« (*Brigitte* 4/1966: 52). Es handelt sich um eine ausführliche Erläuterung der von der Redaktion nur ungefähr genannten Preise:

»Für alle Modelle, die wir Ihnen von Seite 4 bis Seite 27 und von Seite 48 bis 71 dieses Heftes zeigen, nennen wir Ihnen teils Circa-Preise in Form von Preisspannen, teils Festpreise oder unverbindliche Richtpreise. Die Circa-Preise sind unverbindliche Preisangaben und haben lediglich die Aufgabe, Ihnen eine ungefähre Vorstellung des jeweils notwendigen Kaufbetrags zu geben. Da sie alle in unserer Redaktion errechnet sind, kann es sein, daß die in den Geschäften geforderten Preise unsere Preisspannen über- oder unterschreiten. Bei einigen Badeanzügen und Wäschemodellen tauchen teilweise Begriffe wie ›Festpreis‹ oder ›unverbindlicher Richtpreis‹ auf. Diese Modelle sind nach Mitteilung der Hersteller entweder im Preise gebunden (Festpreis) oder mit einem unverbindlichen Richtpreis beim Bundeskartellamt angemeldet. Unsere Preisangaben gelten immer nur für den Originalstoff bzw. die Garnqualität des jeweiligen Modells.« (*Brigitte* 4/1966: 57)

Eine fast identische Erläuterung finden wir in einer anderen Ausgabe zu Beginn des Modeteils »Den ganzen Tag am Strand« (*Brigitte* 8/1966: 5), also an einem äußerst exponierten Ort der Zeitschrift. Der Text ist in der Mitte der Doppelseite als eine Spalte gleich neben dem linksseitigen Modebild platziert und wird oben rechts begleitet von einem kleinen Foto der Moderedakteurin. Das Layout behandelt die Textspalte als grafisches Textelement. Inhaltlich liefert er jedoch wichtige Informationen für die Leserin der Frauenzeitschrift, die hierin ihrem Serviceanspruch gerecht wird, die käufliche Erreichbarkeit der Kleidungsstücke belegt und somit auch das Identifikationspotential für die



Abb. 11: »Den ganzen Tag am Strand«, *Brigitte* 8/1966, S. 4/5, Fotograf: F. C. Gundlach.

Leserin erhöht. An diesem Textteil wird faktisch deutlich, was Barthes mit der Finalität der Mode gemeint hat. Gleichzeitig gibt es jedoch noch weitere Texte, die wesentlich andere Ziele verfolgen, als den Verkauf oder Kauf von Kleidung. So finden sich neben dem Titel die Bildbeschriftungen und häufig ein Einleitungstext, der das Thema der Modestrecke vorstellt. Insbesondere bei der Modestrecke »Den ganzen Tag am Strand« (*Brigitte* 8/1966: 4 ff.) ist einerseits die Einteilung und Platzierung der verschiedenen Textsorten und andererseits das jeweils differente Zusammentreffen von Bild und Text besonders augenfällig. Es handelt sich um unterschiedliche ikonotextuelle Relationen, die auf verschiedenen Wahrnehmungsebenen und in einer bestimmten zeitlichen Abfolge aufeinander treffen. Interessanterweise hat Roland Barthes in seiner Untersuchung der Sprache der Mode, dem Grundlagenwerk zur Analyse von Modetexten, diese Unterscheidung nicht getroffen. Will man jedoch die spezifische Ikonotextualität der Mode in der Zeitschrift herausstellen, ist es sinnvoll die Textarten wie folgt zu unterscheiden: der Titel eröffnet einen Vorstellungsraum, der Einführungstext konkretisiert und facettiert diesen imaginativen Ort und die Bildbeschriftungen konkretisieren die dargestellte Kleidung.<sup>2</sup> Das ist deshalb entscheidend, da erst ihre spezifische Kombination Mode in der Zeitschrift zur Erscheinung bringt.

Insbesondere in dieser Modestrecke lässt sich das übliche Austarieren ästhetischer, redaktioneller und journalistischer Vorstellungen und Zwänge nachvollziehen, sowohl auf bildlicher als auch auf textlicher Ebene. Die konkrete Frage, mit der sich die Leserin in diese Modereportage hineinbegeben, lautet: »Was braucht man am Strand, wenn man den ganzen Tag in Sonne, Sand und Seenähe verbringt?« (*Brigitte* 8/1966: 5) Eine mögliche Antwort bekommt sie gleich auf der ersten Seite, der präsentierte gelbe Hosenanzug wird begleitet von folgendem Text: »Für alle, die am liebsten in kurzen Hosen zum Strand spazieren, ist dieser Anzug gedacht. Kapuze, Oberteil und Höschen sind fest aneinander gewachsen. Es kann also nichts heraus- oder verrutschen [...]« (*Brigitte* 8/1966: 4) Entscheidend ist somit die Betonung der Bewegungsfreiheit, denn sowohl die Pose, als auch die formale Bildgestaltung verweisen auf eine große Streckbewegung, die durch den Blick des Fotomodell über die rechte obere Ecke des Textblocks und das Foto der Redakteurin hinaus noch verstärkt wird. Diese so entstehende Dynamik, der Schwung in das Modegeschehen hinein, lenkt umso mehr auf das im Titel präsente Thema und verleitet zum Weiterblättern.

#### 4.6 Funktionalisierung, Optimierung und Verlust künstlerischer Werte

Die Fotografie allerdings, die in der Ausstellung gezeigt wird, es handelt sich um ein ähnliches Bild aus der gleichen Serie, erscheint spiegelverkehrt. (vgl. HONNEF/KOETZLE 2008: 142) Wahrscheinlich wurde das Bild zugunsten der Leserichtung der Zeitschrift seitenverkehrt gedruckt.

Auch dieses populäre Bild (Abb. 13.) derselben Modestrecke wurde gespiegelt und zwar ebenfalls zugunsten der Leserichtung der Zeitschrift, denn nur selten lässt man die Mode offensichtlich zurückschauen. Allerdings befindet sich die Fotografie insgesamt fast nur in seiner seitenverkehrten

2 Wie auch bei dem Korpus der Sprache der Mode von Roland Barthes handelt es sich bei diesen Modestrecken um Beispiele aus den 1950er und 1960er Jahren. Mittlerweile haben sich die Textformen etwas verändert: die Erreichbarkeit der präsentierten Waren wird über die Herstellernachweise, die sich meist zusammengefasst auf einer Seite am Ende der Zeitschrift befinden, gewährleistet; die einzelnen Bildunter- bzw. Bildinschriften sind meistens nicht mehr so assoziativ und umfangreich; das Intro, der Einleitungstext spielt eine größere Rolle bei der Themensetzung.



Abb. 12: »Strandanzug von Guitare«, Gizah/Ägypten 1966, in: *Brigitte* 8/1966.

Version im Umlauf: sowohl das Cover, als auch die Abbildung im Ausstellungskatalog zeigen es nur in dieser Version (vgl. HONNEF/KOETZLE 2008: 141) Es ist demnach nur im Rahmen der Ausstellung selbst möglich gewesen das Bild in seiner originalen Aufnahmerichtung zu sehen.

Beim Betrachten der Fotografie wird aber auch deutlich, warum gerade dieses Bild und die Modestrecke insgesamt, vor allem auch von Gundlach selbst, so oft zitiert wird: der Tag am Strand ist nämlich offensichtlich vielmehr ein Tag in der Wüste. Und beim Anblick der offensichtlichen Korrespondenz zwischen der Pyramide und der Badekappe, dem grafischen Spiel mit Licht und Schatten, lässt sich bei der Bildwahrnehmung der Ort des Modegeschehens nicht in den Hintergrund drängen, die Cheopspyramiden sind ein zu augenfälliges Bildelement. Und trotz Sand und Sonne lässt sich beim Betrachten der Bilder keine »Seennähe« (*Brigitte* 8/1966: 5) herstellen, denn die Cheopspyramiden liegen bekanntlich weit im Landesinnern. Aufgrund dieser inhaltlichen Absurdität kam fast zum Zerwürfnis zwischen dem Fotografen und dem derzeitigen Chefredakteur der Zeitschrift *Brigitte*. Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass ein Bild der gleichen Serie im Rahmen der Ausstellung gerade *nicht* mit diesem widersinnigen Strandtitel, sondern vielmehr von



Abb. 13. »Den ganzen Tag am Strand«, Karin Mossberg, Gizah/Ägypten 1966, in: *Brigitte* 8/1966.



Abb: 14. »Den ganzen Tag am Strand«, *Brigitte* 8/1966, S. 8/9, Fotograf: F. C. Gundlach.

Gundlach selbst mit dem Titel »Vor den Cheopspyramiden [...]« (vgl. HONNEF/KOETZLE 2008: 103) versehen worden ist.

Ein letztes, hinsichtlich der Konstitution der Mode in der Zeitschrift negatives Beispiel für ihre unmittelbare Ikonotextualität ist diese Doppelseite der gleichen Modestrecke. Hier wird in aller Deutlichkeit sichtbar wie absurd der Titeltext wirkt, wenn er den Kontakt zum Bild verliert. Gleichzeitig wird ersichtlich, wie abhängig das Bild von seiner Kontextualisierung ist. Denn die außergewöhnliche Ästhetik der Fotografie ist nicht mehr wahrnehmbar, wenn bspw. die inhaltliche Bedeutung des Wortes »CALAIS-SPITZEN« der rechten Werbeanzeige über das grafische Muster des Kleides und die Pyramide hinweg in eine ganz außerordentlich eigenartige Verbindung mit dem grafischen Emblem der linken Werbeanzeige tritt. Zudem suggerieren sowohl der abgebildete Badeanzug als auch »Calais« als Name der französischen Hafenstadt weitaus mehr »Seenähe« (*Brigitte* 8/1966: 5) als das Modebild selbst mit Wüste und Pyramiden im Hintergrund.

## 5. Zusammenfassung

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Fotografien je nach Erscheinungskontext eine andere Wahrnehmung ermöglichen, dass die Fotografien somit Teil sehr differenter Prozesse der Bedeutungskonstitution sind, dass der Modetext der Zeitschrift unmittelbar mit dem Bild korrespondiert, dass die Zeitschrift nur dann Mode sichtbar macht, wenn Text und Bild eine spezifische, changierende Kombination ausbilden, und dass die Modefotografien als Ausstellungstücke im Kunstkontext diese spezifische Qualität verlieren. Oder wie es Ulrich Rüter, einer der Kuratoren der Ausstellung es in einer Führung formuliert hat: »Die Mode ist für uns heute vollkommen uninteressant – was interessiert ist die künstlerische Qualität des Fotos.«

Meines Erachtens handelt es sich bei den fotografischen Artefakten der Ausstellung nicht mehr um Modebilder im eingangs definierten Sinn, sondern vielmehr um Fotografien mit hohem künstlerischen Wert, die Modekleidung der 1950er und 1960er Jahre abbilden. Sie sind im System der Mode entstanden um im ikonotextuellen Kontext der Zeitschrift Mode (nach-)vollziehbar zu machen, wie es die ebenfalls in der Ausstellung gezeigten Zeitschriftenexemplare belegen. Heute



Abb. 15. »Den ganzen Tag am Strand«, Brigitte 8/66, S. 16/17, Fotograf: F. C. Gundlach.

ist an den bloßen zum Teil sehr großformatigen Fotografien das, was an ihrer Erscheinung einmal Mode war, lediglich noch zu erahnen und nicht mehr im Wahrnehmungsvollzug zu erfahren. Denn Mode als transmediales Phänomen zeigt sich hinsichtlich der Modefotografie erst durch das spezifische Zusammenspiel von Bild und Text in der Modestrecke einer Zeitschrift.

## Literatur

BARTHES, ROLAND: *Die Sprache der Mode*. Frankfurt/M. 1985.

BARTHES, ROLAND: *Die helle Kammer. Bemerkungen zur Fotografie*. Frankfurt/M. 1985.

BROSCH, RENATE (Hrsg.): *Ikono/Philo/Logie: Wechselspiele von Texten und Bildern*. Berlin [Trafo] 2004.

ESPOSITO, ELENA: *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2004.

GERLING, WINFRIED: We are not going back. In: LEHNERT, GEMEINDE: *Die Kunst der Mode*. Oldenburg [dbv] 2006, S. 278-297.

GERMER, STEFAN: Fluch des Modischen – Versprechungen der Kunst. Die Distinktionsgewinne des Wolfgang Tillmans. In: GERMER, S.; GRAW, I.: *Texte zur Kunst*, Nr. 25, 1997, S. 53-60.

GOEBEL, GERHARD: Barthes, Roland: System der Mode. In: *Ästhetik und Kommunikation*, Heft 21, Jg. 6, 1975, S. 88-90.

GUNDLACH, F.C./RICHTER, ULRICH (Hrsg.): *Berlin en vogue. Berliner Mode in der Photographie*, (Ausstellungspublikation). Tübingen/Berlin [Wasmuth] 1993.

- GUNDLACH, F.C.: F.C. Gundlach – Die Bilder machen die Mode. Der permanente Wechsel; Interview v. Joachim Schirrmacher. In: *Bilder machen Mode – F.C. Gundlach*, (Ausstellungspublikation). Graz [Landesmuseum Janneum] 2005, S. 15-20.
- HANSEN-LÖVE, AAGE A.: Intermedialität und Intertextualität. Probleme der Korrelation von Wort- und Bildkunst – Am Beispiel der russischen Moderne. In: SCHMID, W.; STEMPER, W.-D.: *Dialog der Texte. Hamburger Kolloquium zur Intertextualität*, (Wiener Slawistischer Almanach II). Wien [Gesellschaft zur Förderung slawistischer Studien] 1983, S. 291-360.
- HOLERT, TOM: Kulturwissenschaft/Visual Culture. In: SACHS-HOMBACH, K.: *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2005, S. 226-235.
- HONNEF, KLAUS/KOETZLE, HANS-MICHAEL (Hrsg.): *F.C. Gundlach – Das fotografische Werk*, (Ausstellungspublikation). Göttingen [Steidl] 2008.
- HORBAS, CLAUDIA: *Frühe Modefotografie – Pariser Ateliers in der Lipperheideschen Kostümbibliothek*, (Ausstellungspublikation). Berlin [Staatl. Museen zu Berlin/Preußischer Kulturbesitz] 1994.
- HORSTKOTTE, SILKE/LEONHARD, KARIN (Hrsg.): Einleitung. »Lesen ist wie Sehen« – über Möglichkeiten und Grenzen intermedialer Wahrnehmung. In: *Lesen ist wie Sehen. Intermediale Zitate in Bild und Text*. Köln [Böhlau] 2006, S. 1-15.
- JÄGER, LUDWIG: Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik. In: JÄGER, L.; STANITZEK, G.: *Transkribieren – Medien/Lektüre*. München [Fink] 2001, S. 19-41.
- JOBLING, PAUL: *Fashion Spreads. Word and Image in Fashion Photography since 1980*. Oxford/New York [Berg] 1999.
- KAWAMURA, YUNIYA: *Fashion-ology. An Introduction into Fashion Studies*. Oxford/New York [Berg] 2005.
- KÖNIG, ANNA: »Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British VOGUE«. In: STEELE, V. (Hrsg.): *Fashion Theory*, Vol. 10; Issue 1/2. New York/Oxford [Berg], 2006, S. 205-224.
- KOETZLE, HANS MICHAEL: »Fotografie im ›Magischen Dreieck‹ von Autorenschaft, Art Direktion und Verlagswesen«. In: RÜTER, U. (Hrsg.): »Think while you shoot«. *Martin Munkacsi und der Moderne Bildjournalismus*, (Austellungspublikation). Hamburg [Conference Point] 2006, S. 87-103.
- KOLBOWSKI, SILVIA: »Playing with Dolls«. In: SQUIERS, C. (Hrsg.): *The Critical Image. Essays on Contemporary Photographs*. Seattle [Bay Press] 1990, S. 139-154.
- KRÄMER, SYBILLE (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München [Fink] 2004.

- LEHMANN, ULRICH: »Modelfotografie«. In: LEHMANN, U.; MORGAN, J.: *chic clicks*, (Ausstellungspublikation). Ostfildern-Ruit [Hatje Cantz] 2002, S. T12-T18.
- LEHNERT, GERTRUD: »Wie wir uns aufführen... Inszenierungsstrategien von Mode«. In: ERIKA FISCHER-LICHTE u.a.: *Kunst der Aufführung – Aufführung der Kunst*. Berlin [Theater der Zeit] 2004, S. 265-271.
- LEHNERT, GERTRUD (Hrsg.): *Die Kunst der Mode*. Oldenburg [dbv] 2006.
- LIPOVETSKY, GILLES: *The Empire of Fashion. Dressing Modern Democracy*. Princeton [University Press] 1994.
- MANN, KARIN: *Jugendmode und Jugendkörper. Die Modeseite der Zeitschrift Bravo im Spiegel vestimentärer Ikonografie und Ikonologie*. Hohengehren [Schneider] 2002.
- MEIER, CORDULA: »Fashion goes virtuell? – Zur schicksalhaften Allianz von Mode und Fotografie«. In: RICHARD, BIRGIT (Hrsg.): *KUNSTFORUM international*, Bd. 141, 1998, S. 202-219.
- MENTGES, GABRIELE (Hrsg.): *Kulturanthropologie des Textilen*. Berlin/Dortmund [Edition Ebersbach] 2005.
- MERSCH, DIETER: »Medialität und Undarstellbarkeit. Einleitung in eine ›negative‹ Medientheorie«. In: KRÄMER, S. (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München [Fink] 2004, S. 75-95.
- MEYER, URS: »Transmedialität (Intermedialität, Paramedialität, Metamedialität, Hypermedialität, Archimedialität): Das Beispiel Werbung«. In: MEYER, U. u. a.: *Transmedialität. Zur Ästhetik paraliterarischer Verfahren*. Göttingen [Wallstein] 2006, S. 110-130.
- MITCHELL, W. J. T.: *Bildtheorie*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2008.
- NERLICH, MICHAEL: »Qu'est-ce un iconotexte? Réflexions sur le rapport texte-image photographique dans *La Femme se découvre*«. In: MONTANDON, A. (Hrsg.): *Iconotexte*. Gap Cedex/Paris [Ophrys] 1990, S. 255-302.
- ORTNER, HANSPETER: *Wortschatz der Mode. Das Vokabular der Modebeiträge in deutschen Modezeitschriften*. Düsseldorf [Schwann] 1981.
- PAMMINGER, WALTER: »Verkleidungen der Schrift. Graphic und Fashion Design«. In: PAMMINGER, W. (Hrsg.): *Das doppelte Kleid. Zu Mode und Kunst*. Wien [Löcker] 1996, S. 39-42.
- PARIS, JEAN: »Drei Augen-Blicke«. In: KEMP, W. (Hrsg.): *Der Betrachter ist im Bild. Kunstwissenschaft und Rezeptionsästhetik*. Berlin/Hamburg [Reimer] 1992, S. 60-70.

- RABINE, LESLIE W.: »A Woman's Two Bodies: Fashion Magazines, Consumerism and Feminism«. In: BENSTOCK, S.; FERRISS, S. (Hrsg.): *On Fashion*. New Brunswick/New Jersey [Rutgers] 1994, S. 59-75.
- RADNER, HILARY: »On the Move: Fashion Photography and the Single Girl in the 1960s«. In: BRUZZI, S.; CHURCH GIBSON, P. (Hrsg.): *Fashion Cultures. Theories, Explorations and Analysis.*, London/ New York [Routledge] 2000, S. 128-142.
- RAJEWSKY, IRINA O.: *Intermedialität*. Tübingen/Basel [Francke] 2002.
- RICHARD, BIRGIT: »Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetisch-medialer Komplex«. In: BIRGIT, R. (Hrsg.): *KUNSTFORUM international*, Bd. 141, 1998, S. 49-95.
- RIPPL, GABRIELE: »Text-Bild-Beziehungen zwischen Semiotik und Medientheorie: Ein Verortungsvorschlag«. In: BROSCHE, R. (Hrsg.): *Ikono/Philo/Logie: Wechselspiele von Texten und Bildern*. Berlin [trafo] 2004, S. 43-60.
- RUELF, ESTHER: »Sexy Kunstwerke und artsy Modedefotografien. Wechselwirtschaft zeitgenössischer Kunst- und Modemagazine«. In: HOLSCHBACH, S.; KRAUSE-WAHL, A. (Hrsg.): *Erblätterte Identitäten*, (Ausstellungspublikation). Marbach [Jonas] 2006, S. 113-119.
- RUTSCHKY, MICHAEL: »Foto mit Unterschrift. Über ein unsichtbares Genre«. In: NAUMANN, B. (Hrsg.): *Vom Doppelleben der Bilder. Bildmedien und ihre Texte*. München [Fink] 1993, S. 51-66.
- SACHS-HOMBACH, KLAUS: *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*. Köln [Halem] 2003.
- SANDIG, BARBARA: »Textmerkmale und Sprache-Bild-Texte«. In: FIX, U.; WELLMANN, H. (Hrsg.): *Bild im Text – Text im Bild*. Heidelberg [Winter] 2000. S. 3-30.
- SCHRÖTER, JENS: »Intermedialität. Facetten und Probleme eines aktuellen medienwissenschaftlichen Begriffs«. In: *montage/av*, 7/2/1998, S. 130-154.
- SIEGEL, STEFFEN: »Bild und Text. Ikonotexte als Zeichen hybrider Visualität«. In: HORSTKOTTE, S.; LEONHARD, K. (Hrsg.): *Lesen ist wie Sehen. Intermediale Zitate in Bild und Text*. Köln [Böhlau] 2006, S. 51-73.
- SIMANOWSKI, ROBERTO: »Transmedialität als Kennzeichen moderner Kunst«. In: MEYER, U. u. a. (Hrsg.): *Transmedialität. Zur Ästhetik paraliterarischer Verfahren*. Göttingen [Wallstein] 2006.
- VENOHR, DAGMAR: »Warum Mode (k)ein modernes Leitmedium ist ...«. In: GENDOLLA, P. u. a. (Hrsg.): *LeitMedien*. Bielefeld [transcript] (voraussichtl.) 2009.
- VOSSKAMP, WILHELM/WEINGART, BRIGITTE (Hrsg.): *Sichtbares und Sagbares. Text-Bild-Verhältnisse*. Köln [DuMont] 2005.

WAGNER, PETER: »Ekphrasis, Iconotexts, and Intermediality – the State(s) of the Art(s)«. In: WAGNER, P. (Hrsg.): *Icons – Texts – Iconotext. Essays on Ekphrasis and Intermediality*. Berlin/New York [de Gruyter] 1996, S. 1-40.

WAGNER, PETER: »Nachwort«. In: HORSTKOTTE, S.; LEONHARD, K (Hrsg.): *Lesen ist wie Sehen. Intermediale Zitate in Bild und Text*. Köln [Böhlau] 2006, S. 211-225.

WOLF, HERTA: »Das, was ich sehe, ist gewesen. Zu Roland Barthes' *Die helle Kamme*«. In: WOLF, H. (Hrsg.): *Paradigma Fotografie*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2002, S. 89-107.

WOLF, WERNER: »Intermedialität: Ein weites Feld und eine Herausforderung für die Literaturwissenschaft«. In: FOLTINEK, H.; LEITGEB, C. (Hrsg.): *Literaturwissenschaft: intermedial – interdisziplinär*. Wien [Österreichische Akademie der Wissenschaften] 2002.

ZAHM, OLIVER: »Über die entschiedene Wendung der Modefotografie«. In: LEHMANN, U.; MORGAN, J. (Hrsg.): *chic clicks*, (Ausstellungspublikation). Ostfildern-Ruit [Hatje Cantz] 2002, S. T28-T35.

## Ausstellungen

*F.C. Gundlach – Das fotografische Werk*, Haus der Photographie, Deichtorhallen Hamburg 12.04.-07.09.2008, Publikation mit dem gleichnamigen Titel hg. v. KLAUS HONNEF U. HANS-MICHAEL KOETZLE, Göttingen [Steidl] 2008.

*Chic Clicks – Creativity and Commerce in Contemporary Fashion Photography*, Institute of Contemporary Art, Boston 23.01.-05.05.2002; *Chic Clicks – Modefotografie zwischen Auftrag und Kunst*, Fotomuseum Winterthur 15.06.-18.08.2002, Publikation: *chic clicks*, hg. v. ULRICH LEHMANN U. JESSICA MORGAN, Ostfildern-Ruit [Hatje Cantz] 2002.