

Ist alles eitel?

VDG
Copyright © VDG-Weimar

VDG Verlag und Datenbank für
Geisteswissenschaften
Weimar 2006
www.vdg-weimar.de

Kein Teil dieses Werkes darf
ohne schriftliche Einwilligung
des Verlages in irgendeiner Form
(Fotokopie, Mikrofilm oder ein
anderes Verfahren) reproduziert
oder unter Verwendung elektro-
nischer Systeme verarbeitet, ver-
vielfältigt oder verbreitet werden.
Die Angaben zu Text und Ab-
bildungen wurden mit großer
Sorgfalt zusammengestellt und
überprüft. Dennoch sind Fehler
und Irrtümer nicht auszuschlie-
ßen, für die Verlag, Herausgeber,
Autorinnen und Autoren keine
Haftung übernehmen.
Nicht immer sind alle Inhaber
von Bildrechten zu ermitteln.
Nachweislich bestehende Ansprü-
che bitten wir mitzuteilen.

Umschlagabbildungen

Rückseite: Robe à la Turque.
Journal des Luxus und der Mo-
den Nr. 1 / 1786; Zwei typische
Modelle für das Weekend. Aus:
Deutsche Elite Nr. 4 / 1926;
Vorderseite: Modell von
Cristobal Balenciaga, Titel-
zeichnung Chic Nr. 1 / 1947
Courtesy Staatl. Museen zu
Berlin, Kunstbibliothek

Layout & Satz

Anica Keppler, VDG

Druck

VDG, Weimar

ISBN 10 3-89739-539-8

ISBN 13 978-3-89739-539-8

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

Anna Zika

Ist alles eitel ?

*Zur Kulturgeschichte deutschsprachiger Modejournale
zwischen Aufklärung und Zerstreuung.*

1750–1950

Dank

Die vorliegende Arbeit wurde mit hochschuleigenen Forschungsmitteln durch das Rektorat der Fachhochschule Bielefeld großzügig unterstützt. Diese Mittel ermöglichten u. a. Reisen in Bibliotheken und Archive sowie die Drucklegung. Hierfür gilt mein besonderer und herzlicher Dank. Die Kunstbibliothek Berlin (Lipperheidesche Kostümbibliothek) eröffnete weitreichende Einblicke in ihre Bestände. Dr. Adelheid Rasche sowie den Damen an der Ausleihe bin ich für ihre Geduld und ihr Entgegenkommen sehr verbunden. Thomas Zika und Sascha Herrmann halfen bei der Bildbearbeitung. Merci!

Den Kolleginnen und Kollegen vom Fachbereich 1 (Gestaltung) danke ich für die Gewährung eines Forschungsfreiemesters, um die Recherche abschließen und auswerten zu können. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer meines Seminars *EnVogue. Kulturgeschichte der Modezeitschriften* belebten die Untersuchung durch rege Diskussionen.

Diese Studien wären digitale Selbstbeschäftigung geblieben ohne das freundliche Engagement des Verlags VDG Weimar. Dr. Bettina Preiß danke ich daher für die Aufnahme des Titels in ihr Programm und Anica Keppler für die umsichtige Gestaltung des Materials. Sie gaben meinen Gedanken Form und Format.

Die Publikation ist dem Andenken an Karin Schedensack gewidmet.

Inhaltsübersicht

| | |
|--|-----|
| Vorbemerkung | 9 |
| Ein Stiefkind der Forschung. Anmerkung zur Themenstellung | 11 |
| Versuch einer Annäherung. Anfänge einer Geschichte der Mode | 17 |
| Mercure Galant – kein Modejournal | 21 |
| Das 18. Jahrhundert | 25 |
| Moralische Wochenblätter | 25 |
| Almanache und Taschenkalender | 33 |
| Magazin für Frauenzimmer | 38 |
| Damen Kalender zum Nutzen und Vernügen | 43 |
| Frauenzimmer Almanach zum Nutzen und Vernügen | 45 |
| Der Berlinische Damen Kalender | 53 |
| Archiv weiblicher Hauptkenntnisse | 62 |
| Die ältesten Modezeitschriften | 65 |
| Modezeitschriften am Ende des 18. Jahrhunderts | 71 |
| Das Cabinet des Modes | 71 |
| Das Journal des Luxus und der Moden | 80 |
| Bemerkungen zur Ausstattung | 83 |
| Anmerkungen zur Geschmacksdebatte | 86 |
| Luxus | 94 |
| Die Französische Revolution im Spiegel des Journals des Luxus und der Moden | 96 |
| Anglophilie | 102 |
| Antikenrezeption | 107 |
| Carl August Böttiger | 109 |
| Das Journal des Luxus und der Moden nach 1800 | 110 |
| Die Zeit um 1800. London und Paris | 115 |
| Modezeitschriften im 19. Jahrhundert | 119 |
| Zur weiteren Entwicklung der französischen Modezeitschriften im 19. Jahrhundert | 119 |

| | |
|--|------------|
| <i>Entwicklung der deutschen Modezeitschriften in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts</i> | 127 |
| <i>Allgemeine Moden-Zeitung</i> | 133 |
| <i>Die Zeitung für die elegante Welt</i> | 144 |
| <i>Charis. Ein Magazin für das Neueste in Kunst, Geschmack und Mode, Lebensgenuß und Lebensglück</i> | 155 |
| <i>Der Spiegel für Kunst, Eleganz und Mode.</i> | 162 |
| <i>Die Mode. Journal für Damentoilette. Mit Pariser Original-Modebildern, Muster und Schnitt-Beilagen.</i> | 172 |

Modezeitschriften im 20. Jahrhundert **175**

| | |
|--|------------|
| <i>Die Zeit bis 1918</i> | 175 |
| <i>Der Kleiderkasten. Eine Monatsschrift.</i> | 180 |
| <i>Die Herrenwelt. Zeitschrift für die Herrenmode.</i> | 185 |
| <i>Die Damenwelt</i> | 188 |
| <i>Die Zeit zwischen den Kriegen</i> | 193 |
| <i>Styl. Blätter für Mode und die angenehmen Dinge des Lebens.</i> | 193 |
| <i>Die deutsche Elite. Das Blatt der Gesellschaft</i> | 208 |
| <i>Modenschau. Illustrierte Zeitschrift für Heim und Gesellschaft</i> | 214 |
| <i>Neue Moden</i> | 222 |
| <i>Modezeitschriften im Nationalsozialismus</i> | 226 |
| <i>Die schöne Frau</i> | 231 |
| <i>Hella</i> | 241 |
| <i>Die Mode</i> | 249 |
| <i>Modezeitschriften in der Nachkriegszeit</i> | 259 |
| <i>Lilith. Die Zeitschrift für junge Mädchen und Frauen.</i> | 259 |
| <i>Chic. Die neue Modenzeiung</i> | 262 |
| <i>Die weitere Entwicklung der Modepresse im Nachkriegsdeutschland</i> | 267 |

Die Macht der Mode. Eine Art Resumee **271**

| | |
|---|------------|
| <i>Die Macht der Sprache</i> | 276 |
| <i>Die Macht des Bildes. Frauenrollen</i> | 281 |

Mode nach der Mode/Mode und Kunst. Letzte Anmerkung **291**

| | |
|------------------------------|------------|
| <i>Literaturverzeichnis</i> | 295 |
| <i>Abbildungsverzeichnis</i> | 299 |

Vorbemerkung

*Das Wesen der Mode besteht darin, daß immer nur ein Teil der Gruppe sie übt, die Gesamtheit aber sich erst auf dem Wege zu ihr befindet*¹

(Georg Simmel)

1 Georg Simmel, Die Mode.
In: Ders.: Philosophische
Kultur, Leipzig,
1919 (2. Auflage),
S. 25–57, hier S. 35.

Der Philosoph Georg Simmel hat als nur einer von ungezählten Autoren versucht, das Phänomen *Mode* nicht nur unter ästhetischen sondern auch unter gesellschaftlichen Aspekten zu ergründen. Die zitierte Sentenz enthält zwei zentrale Hinweise:

1. Mode ist ein Kennzeichen von Eliten («nur ein Teil der Gruppe»); sie trägt konstituierend zur Elitenbildung bei. In diesem Sinne sprach René König von Mode als einem »Zeichen des Reichtums« und ihrer Exklusivität als einer Beschränktheit auf die Oberklassen².

2 König 1985, S. 23.

2. Mode ist eine performative Größe, die sich in Zeitverläufen artikuliert; d.h., sie wird daraufhin beurteilt oder bewertet, ob sie als »vergangen«, »gegenwärtig« oder »in Aussicht stehend« gilt. Eine künftig kommende Mode muß, während oder sogar noch ehe sie sich an Avantgarden und Eliten realisiert, *bekannt* sein bzw. bekannt gemacht werden, damit sich die »Gesamtheit« auf sie einstellen und sie erwarten kann. Auf diesem »Wege zu ihr« begleiten den Konsumenten geeignete Organe, die solche Öffentlichkeit herstellen. Diese publizistische Funktion erfüllen seit rund 250 Jahren *Modejournale* bzw. *Modezeitschriften*. Die in verschiedenen Ländern der Erde auflagenstark erscheinende *Vogue* wirbt dessen eingedenk mit dem Slogan: *Before it's in fashion, it's in Vogue*.

