

Von Maxi zu Mini und umgekehrt: Zum Motiv der Modepuppe als Modemedium im Werk von Viktor & Rolf

From Maxi to Mini and Vice Versa: On the Motif of the Fashion Doll as Fashion Medium in the Work of Viktor & Rolf

Pamela C. Scorzin

ABSTRACT (Deutsch)

En miniature repräsentiert die limitierte Edition von Modepuppen des holländischen Designerduos Viktor & Rolf ihr charakteristisches, konzeptuelles Modedesign. Vordergründig dokumentieren diese exklusiven Designerpuppen seit 2008 exemplarisch ikonische Looks vorangegangener saisonaler Modekollektionen und können damit auch im zeitlosen Kunstkontext präsentiert werden. Ihre Funktion und Rolle sind dabei vielfältig: Als reflexives Modemedium verdichten und inszenieren sie einerseits die singulären Spezifika der modischen Entwürfe von Viktor Horsting und Rolf Snoeren, die mit surrealen Spiegelungen, Brechungen, Miniaturisierungen, aber auch Vergrößerungen und Umkehrungen von Details arbeiten; andererseits nehmen sie meta-referentiell Bezug auf die Kommunikation und Vermittlung von Mode in Tradition und Geschichte.

Schlüsselwörter: Viktor & Rolf, Modepuppe, Designerpuppe, Modedesign, Modemedium, Modeinszenierung

ABSTRACT (English)

En miniature, the limited edition of fashion dolls designed by the Dutch duo Viktor & Rolf represents their characteristic, conceptual fashion design. Since 2008, these exclusive designer dolls have been documenting exemplary iconic looks of previous seasonal fashion collections and can thus also be presented in a universal art context. Their function and role are manifold: as a reflexive fashion medium, they condense and stage the singular specifics of the fashion designs of Viktor Horsting and Rolf Snoeren, who work with surreal reflections, refractions, miniaturisations, but also enlargements and reversals of details; on the other hand, they refer meta-referentially to the communication and mediation of fashion in tradition and history.

Keywords: viktor & rolf, fashion doll, designer doll, fashion design, fashion medium, scenographic fashion design

The little people dance on the top floor of their elegant house, sparkly dresses twinkling as they twirl. Down below, like an Alice-in-Wonderland fairy tale, life-size versions of the dolls are standing in line (Menkes 2008, o. S.).

Mit dieser Beschreibung beginnt die einflussreichste Modekritikerin unserer Zeit, Suzy Menkes, am 17. Juni 2008 in der New York Times ihre Rezension der Viktor & Rolf-Ausstellung im Londoner Barbican Center. Sie beendet diese mit der weiteren Bemerkung: Viktor & Rolf “called their 1996 collection ‘Dreams in Miniature’. And that is the effect of the dolls, with their impassive, enigmatic features, which re-create under one ‘roof’ the complex emotions and ideas of their creators” (ebd.). Die zauberhafte Miniaturwelt des Puppenhauses wurde nicht nur von dem niederländischen Designerduo schon immer als eine große Wunsch- und Fantasiewelt verstanden, in der von Mode geträumt werden kann. Sie bildet ein kreatives Spielfeld und eine Theaterbühne im Kleinen; und bedeutet aber zugleich auch eine Realität zweiter Ordnung, die selbst Wirklichkeit ist (vgl. Abbildung 1).



Abbildung 1: The House of Viktor & Rolf at the Barbican Centre

Denn nur der Assoziation und Konnotation nach spielerisch bedienen sich Viktor Horsting (geb. 1969, NL) und Rolf Snoeren (geb. 1969, NL) über die Jahre hinweg immer wieder dieser symbolischen Prohebühnen und performativen Aktionsfelder für das Entwerfen ihrer Haute Couture. Das Puppenspiel ist hier vielmehr professioneller Ernst und zugleich eine ironische Affirmation: Die Designerpuppen von Viktor & Rolf (vgl. Abbildung 2), die jeweils repräsentativ für eine ihrer saisonalen Modedesigner stehen und wie Supermodels einen eigenen (Marken-)Namen tragen, haben auch einen autonomen künstlerisch-gestalterischen Wert, der sie zu kulturellen Sammelobjekten erhöht.

Diesem Oszillieren der Modepuppe zwischen autonomem Kunstobjekt und folgenden Ausführungen nach. Ebenso diskutiert wird das faszinierende Spannungsverhältnis unterschiedlicher Realitätsbezüge und Kategorisierungen, die hier mit der Miniaturisierung einhergehen; respektive, die entstehen, wenn Spiegelungen und Umkehrungen von Mensch und Puppe künstlerisch-gestalterisch ausgestellt werden: Das heißt, die Puppe (Objekt) wird zum (verkleinerten) Subjekt, während ihr Model (Subjekt) wiederum wie eine große Puppe (Objekt) wirkt. Aufgezeigt werden soll folglich, wie faktische Modepuppen (kleine Puppen), die die großen Models (oftmals pejorativ auch als ‘Modepuppen’ bezeichnet) nochmals ‘klein machen’, während große Puppen (entsubjektivierte Modemodels) demnach als Puppen (Objekte) erscheinen, die an sich selber noch einmal miniaturisiert werden, das heißt, ‘große Puppen’ der Modedesigner, die mit einem ironischen Augenzwinkern und einer hypostatischen Strategie der Affirmation bewusst noch einmal artifizialisiert und gleich im mehrfachen Sinne ‘miniaturisiert’ werden.

Kleine Modepuppen sind von den Anfängen der professionellen Designertätigkeit von Viktor & Rolf in den 1990er Jahren an als gleichberechtigte Werkkomponenten neben den Entwürfen und Kleidern in ihrem modischen Gesamtwerk zu sehen: 1993 begründeten die beiden niederländischen Designer nach dem Studium an der Arnheimer Akademie für Bildende Kunst und Design das internationale Modelabel Viktor & Rolf, das im High End-Bereich bis heute für ein künstlerisch-konzeptuelles und experimentell-avantgardistisches Modedesign steht und insbesondere von einer kommerziell sehr erfolgreichen Parfümlinie, ‘Flowerbomb’,



Abbildung 2: Raquel, Bedtime Story

finanziell getragen wird. Menschen und Puppen tragen hier gleichermaßen Haute Couture. In einem konsumistischen Zeitalter, in dem (Mode-)Konsum heute nicht nur als Luxus, sondern auch als demonstrative Arbeit am Selbst und als (selbst-)inszenierende Alltagsperformanz verstanden wird – die Identität stiften –, ist schließlich bisweilen die Modemarke, die man/frau zur Schau trägt wichtiger als die Tätigkeit, der man/frau nachgeht. Durch die Miniaturisierung der modischen Entwürfe auf den Maßstab/ die Kleidergröße der Modepuppe treten jedoch auch staunenswerte semiotische Verschiebungen auf, die Gegenstand der folgenden Betrachtungen sind. Kleidung und Körper, Stofflichkeit und Konzept stehen dabei immer in einer besonderen Relation zueinander.

Die Modepuppe als Motiv im Werk von Viktor & Rolf

Die Puppe kehrt in verschiedenen Varianten und Spielarten als konstantes Thema und Motiv – und inzwischen als Markenzeichen – seit den ersten professionellen Modepräsentationen nach dem gemeinsamen Designstudium von Horsting und Snoeren immer wieder. Bisweilen sticht sie auch als Motto im Titel ihrer jeweils präsentierten saisonalen Modekollektionen hervor: von “Russian Doll” (Herbst/Winter 1999/2000) bis zuletzt “Action Dolls” (Herbst/Winter 2017/2018). Ihre frühen konzeptuellen Entwürfe und modischen Realisationen zeigten Viktor & Rolf dabei in bühnenartigen Szenerien und kleinen inszenierten Situationen, die an Galeriekontexte und Kunstinstallationen erinnerten und damit kleine Geschichten erzählten. Schon 1996 hatten Viktor & Rolf in ihre konzeptuelle Rauminstallation “Launch” in der Amsterdamer Torch Gallery erstmals eine Figurine in Form einer Plastikpuppe integriert: Eine abstrahierte Kleiderpuppe, die ein Model auf dem Laufsteg darstellen sollte. Viktor & Rolf, die offen bekennen, beide als Kinder mit Barbies gespielt zu haben, “waren [damals] mit ihrer Situation als Nachwuchsdesigner unzufrieden und konnten es nicht erwarten, ihre Kindheitsträume endlich in die Tat umzusetzen. Ihre Vision vom eigenen Designstudio, einer Modenschau, Fotoshootings und einer Boutique wurden zunächst im Miniaturformat verwirklicht” (Alison und Yedgar 2009, 52f).

Die kleine Modepuppe bildet somit seit Beginn ihrer professionellen Modevorführungen einen zentralen Bestandteil für die szenografische Vermittlung der jeweils dahinter liegenden Ideen und Themen. Als genau zu studierende Kleiderpuppe verkörpert bzw. figuriert sie einerseits die darin zugrunde liegenden

Konzeptionen und gestalterischen Konzepte der jeweiligen saisonalen Kollektion und funktioniert andererseits aber auch meta-referentiell, d. h. sie bezieht sich in der Funktion und Rolle als repräsentative Designerpuppe auf darin verkörperte künstlerisch-gestalterische Praktiken und historische Traditionen. Am offensichtlichsten ist dies zunächst an der ca. 70 cm großen Puppengestalt zu erkennen: Viktor & Rolf lassen seit ihrer ersten Einzelausstellung in der Barbican Art Gallery, kuratiert von Jane Alison mit Bram Claassen, ihre exklusiven Ausstellungspuppen jeweils als Unikat oder in nur sehr kleiner Stückzahl von einem belgischen Puppenmacher in Handarbeit anfertigen. Zur Idee erklärten sie anlässlich ihrer großen Retrospektive zum 25-jährigen Jubiläum in Rotterdam:

We both have always had a fascination with dolls ever since we were children. So we had the idea to create a giant doll's house, with Victorian porcelain dolls wearing replicas of a selection of our most iconic looks. Everything was replicated in miniature, from fabrics to print to embroideries, shoes, hair and make-up. Our dolls are not cute or funny, and they are not meant to be played with. They look very serious and their clothes often take more time to produce than their life-size counterparts do. Putting our contemporary fashion onto antique dolls was like freezing time, or erasing it. We have continued producing them every season ever since (Loriot 2018, 12).

Modepuppen im Museum

Mode im Kontext eines Museums ausgestellt, bringt die inhärente Schnelllebigkeit und Flüchtigkeit zum Stillstand und inszeniert sie zum Reflexionsgegenstand. Mithilfe der Modepuppe kann die Stofflichkeit der Mode in die Aufmerksamkeit rücken und als materielle Kultur markiert werden. Zeitgenössisches Modedesign kann hier mit einem Male wie historisches Kostümdesign auf seine universalere symbolische und kulturelle Bedeutung hin betrachtet und befragt werden. Die singulären Modepuppen, die eine saisonale Kollektion von Rolf & Viktor auf einen Look en miniature verdichten, rücken hier bewusst in die Nähe von Kunst. Sie erhalten als Unikate und Exponate auch eine völlig andere Wertschätzung als massenhaft hergestellte industrielle Spielpuppen oder Schaufensterpuppen. So liegt der Verkaufspreis dieser ikonischen Kollektionspuppen nach Angaben ihrer Website derzeit ab ca. 25.000 Euro pro Stück. Im strengen Takt der saisonalen Modeschauen mit ihren wechselnden Kleiderkollektionen kommen bis

heute immer wieder neue Puppen in die Edition hinzu. Die Kleider wechseln, das Konzept des Puppenkörpers aber bleibt erhalten. Im Vordergrund steht dabei die inhärente performative Funktion der Modepuppe: Als Spielpuppe wird an ihr von Kindern das modische Einkleiden eingeübt, während später die Vorführpuppe für Erwachsene modisches Wissen vermittelt und stets Begehren (das ‘Haben-wollen’) stimulieren soll.

Die hochwertigen Porzellanköpfe erinnern in der Ausarbeitung bewusst an die bekannte Bébé Jumeau, während die Pappmachékörper noch deutlich an die Tradition deutscher Puppenherstellung des 19. Jahrhunderts erinnern. Jede Designerpuppe von Viktor & Rolf ist einzigartig und individuell, da jeweils einem lebendigen Model nachempfunden, das den authentisch in Puppengröße – wortwörtlich bis auf das (naturechte) Haar – rekonstruierten Laufsteg-Look nachbildet (vgl. Abbildung 3).



Abbildung 3: Anja, Cutting Edge

Mit diesem imitierenden Pupa-Effekt (Verkleinerungstrick) fungieren sie jeweils als ein verkleinertes Spiegelmodell, das einen modischen respektive extravaganten Look zum genaueren Studium zur Gegenüberstellung und vollen Betrachtung frei gibt. Denn bis heute gilt in den verschiedenen weltweiten Ausstellungen von Viktor & Rolfs limitierten Designerpuppen paradoxerweise immer: ‘Please, don’t touch!’

Vorbilder und Nachbilder

Sowohl funktionell als auch symbolisch bezieht sich ihre exemplarische Modepuppe offensichtlich zunächst auf die leblose Ankleidepuppe, die im historischen Verlauf der Modegeschichte seit Charles Frederick Worth (1825-1895), dem Begründer der Haute Couture, mehr und mehr durch den realen, jedoch durch Disziplinierung hyper-idealisierten Körper eines lebendigen Models ersetzt wurde

und in der traditionellen Schneiderpuppe sowie insbesondere in der Schaufensterpuppe noch ihre (große) Schwester hat. Vor allem im kulturellen Ursprungsland der Mode, im höfischen Frankreich, hat die Modepuppe eine sehr lange Vergangenheit und alte Tradition als ein Objekt mit dem im doppelten Sinne gehandelt wurde. Das ‘Mannequin’ oder die ‘Poupée modèle’ waren ursprünglich Papiermachépuppen, stets bekleidet mit der aktuellsten Mode und konzipiert als visuelles Sprachrohr der Mode, das werbend auf Reisen geschickt werden konnte. „Den Vorgängerinnen der heutigen Models, der Miniatur-Modepuppe und dem Holz-Mannequin, ist durch die Ausstellung (Barbican) ein Denkmal gesetzt worden“ (Alison u. Yedgar 2009, 18). Dieser explizite Bezug auf die Welt der Erwachsenen und die moderne modische Konsumkultur wird dadurch untermauert, dass man die exklusiven Designerpuppen von Viktor & Rolf weniger als magisch-niedliche Anziehpuppen oder als harmlose Spielpuppen für Kinder, sondern vielmehr als begehrte und rare Sammlerpuppen für Fashionistas verstehen muss, die in der Tradition der sogenannten ‘Adult Dolls’ stehen – mit all den damit implizierten Ambivalenzen:

“There is something very sadistic about them,” erläuterten Viktor Horsting und Rolf Snoeren 2013 anlässlich ihrer Ausstellungsbeteiligung am Luminato-Festival in Toronto: “They’re dolls, so it suggests play, but they’re so delicate and beautiful that you’re not supposed to touch them. [...] I had dolls when I was a child, Barbies. I did very cruel things to them. The nice thing about these porcelain dolls is that they’re almost menacing” (Renzetti 2013, o. S.).

Außerdem dient die ursprünglich für erwachsene Frauen entworfene Haute Couture-Mode der beiden Modedesigner als direkte Vorlage für die authentische Miniaturisierung und Replik der Looks und Styles an den kleinen Kleiderpuppen – mit all den damit verbundenen Schwierigkeiten und Herausforderungen für den handwerklichen Transformations- und Herstellungsprozess, wie Viktor & Rolf wiederholt in ihren Interviews betonen:

Well, of course, the designs are not made for dolls. They are fashion designs that we show on the catwalk and then are sold in the stores, but to replicate these to doll size is quite challenging. Everything needs to be miniaturized. Everything, meaning, literally everything: a print or texture of a fabric to all of the details –

the buttons, the beading, but also the hair. We style the dolls with the same hairdos of the catwalk show. These are wigs that are made from human hair. They are made by hand. There's also the makeup. This is done by an artist who looks at the makeup [from the show] and replicates it onto the porcelain (Wilkinson 2013, o. S.).

Auch diese offene Serie von Modepuppen, die jeweils einen repräsentativen ikonischen Look aus den saisonalen modischen Kollektionen von Viktor & Rolf exemplarisch vorführen sollen, ist mobil und darf in der Öffentlichkeit für Mode an sich und für diese (oftmals unterschätzte) Designdisziplin werben. Jedoch ist der Zeitbezug hier, wie bereits erwähnt, anders und vielschichtiger als in der Vergangenheit der Historie der europäischen Modepuppen, die immer eine (modische) Gegenwart und vor allem Zukunft repräsentierten: Die un abgeschlossene Edition der zeitgenössischen Designerpuppen von Viktor & Rolf zeigt in ihrer Gesamtpräsentation als Mode-Retrospektive sowohl im Präsens das, was bereits schon einmal saisonale Mode gewesen ist. Die wachsende Sammlung repräsentiert alle Entwürfe dann zugleich auch im Modus der Gleichzeitigkeit respektive Zeitlosigkeit eines beständigen Archivs, das Vergangenes visuell dokumentiert, für die Ewigkeit im Gedächtnis bewahrt und präsent macht. Aus ihm heraus kann dann wiederum (Mode-)Geschichte geschrieben werden. Für Viktor & Rolf ist dieses außergewöhnliche Archiv aus Miniaturen überdies auch ein steter Fundus für Neues zu verstehen. Denn für ihre modischen Kreationen bildet der Rückblick bei Rolf & Viktor schließlich immer wieder auch einen zentralen Ausgangs- und Bezugspunkt und ist zudem stetige Inspiration für weitere Entwürfe, sodass im Gesamtwerk von Viktor & Rolf tatsächlich über Rückbezüge und Eigenzitate über die Jahre hinweg ein roter Faden und gestalterische Kontinuität im Sinne einer künstlerischen Signatur deutlich zu erkennen ist.

Modepuppen und materielle Kultur

Schnelllebig-flüchtige Designermode wird in der stofflichen Modepuppe bei Viktor & Rolf zudem als materielle Kultur hypostasiert und visuell dokumentiert. Das überdimensionierte (7m × 6m × 5m), dreigeschossige weiße Puppenhaus, das das Haute Couture-Modehaus Viktor & Rolf für die Präsentation von 55 exklusiven Modepuppen in der Londoner Barbican Art Gallery im September

2008 von dem holländischen Architekten Siebe Tettero eigens als Ausstellungsdesign anfertigen ließ, war daher ähnlich paradox und hybrid. Es verwies auf verschiedene Raumvorbilder: Vordergründig auf die ältere Tradition von Puppenhäusern, wie sie vom Rijksmuseum in Amsterdam, wo Viktor & Rolf heute arbeiten und leben, als Exponate und Zeitdokumente gesammelt werden – wie beispielsweise das erhaltene Puppenhaus der Petronella Ortmann (ca. 1686), das, nach einem Gemälde von Jacob Appel aus dem 18. Jahrhundert, einst mehr als zwanzig modisch in der Zeit gekleidete Spielpuppen beherbergte. In einem weiteren Sinn hat Tetteros vergrößertes Puppenhaus aber für die Augen der Betrachter auch die Anmutung eines großen Architekturmodells, das ein mondänes Warenhaus des 19. Jahrhunderts zeigt und – aufgrund seines reduktiven Minimalismus – zugleich auch den Typus eines White Cubes moderner Kunstgalerien repräsentiert. Und schließlich, in dieser hybriden Synthese aus kommerziellem Miniatur-Modehaus und galerieartigem Kunst-raum – zwei Sphären, die sich sonst gegenseitig ausschließen –, erinnert es auf beinahe schon nostalgische Weise im Zeitalter des Online-Handels das an der zeitgenössischen Mode und ihrem Design interessierte allgemeine Publikum an eine konzeptuelle Rauminstallation im zeitgenössischen Kunst- und Museumsraum. Denn diese kleine Bühnenszenierung in der Barbican Art Gallery, die als im Kleinen konzentrierte Retrospektive, Sammlung und Archiv sowie Keimzelle weiterer modischer Schöpfungen fungiert, spiegelt wiederum gerade auch die Emotionen und Atmosphären der Szenografien der spektakulären, performativen Modenschauen von Viktor Horsting und Rolf Snoeren wider; das heißt, unter dem doppelsinnigen Titel *The House of Viktor & Rolf* war die Konstruktion mit den darin exemplarisch ausgestellten Modepuppen als konkreten, dreidimensionalen Anschauungsobjekten einerseits ein luxuriöser Showroom en miniature und ein modellhaftes Modehaus, das die Metaphorik des Begriffes wortwörtlich umsetzte; andererseits war es aber auch eine echte museale Moderetrospektive mit originalen Exponaten, die modischen Entwürfen auf Ewigkeit Dauer verleiht und den symbolisch-kulturellen Gehalt darin markiert. Das überdimensionale Puppenhaus für Viktor & Rolf, ein Haus im Haus, fügte sich zudem originell in den brutalistischen Stil der Barbican Art Gallery mit ihren vielen Galerien und mehrräumigen Halbgeschossen ein. Die Viktor & Rolf-Modepuppen mit den von professionellen Schneiderinnen und Näherinnen des Amsterdamer Modehauses sorgfältig gearbeiteten und exakt maßstabsgerecht angepassten Haute

Couture-Entwürfen warben hier somit – wie einst das Unternehmen “Theatre de la Mode” (1946), eine internationale Wanderausstellung des Pariser Modeverbands Chambre Syndicale de la Haute Couture – nunmehr in der internationalen Modehauptstadt London für das zeitgenössische niederländische Modedesign im Allgemeinen und für die Marke Viktor & Rolf im Besonderen.

Modepuppen als Medium und Marketingtool

Die Modepuppe war aber immer schon eine Repräsentantin und erfüllte primär Werbezwecke; heute ist sie darüber hinaus auch ein maskottchenhaftes Marketingtool und eine attraktive Markenbotschafterin im weiten Netzwerk der globalisierten Modewelt. Sie muss in diesem Kontext als ein populäres Modemedium aufgefasst werden, das als dreidimensionales Modell Mode veranschaulicht, übersetzt, vermittelt, dokumentiert und popularisiert. Sie steht darin in der Nachfolge und Nachbarschaft von Visualisierungstechniken wie Skizzen, Illustrationen und Modezeichnungen sowie von medialen Reproduktionen – etwa in Form von fotografischen Inszenierungen für Modezeitschriften –, die der Kommunikation von Mode dienen.



Abbildung 4: Bottega Veneta x Blythe, Spring/Summer 2014

Gerade diese letzteren Beispiele verdeutlichen, dass sich im Modedesign immer auch aus der Imagination und Wunschfantasie geschaffene künstliche Geschlechterbilder manifestieren und als artifizielle Inszenierungen auf dafür eigens

geschaffenen Schaubühnen kommuniziert werden. Models auf dem Catwalk sind demnach Projektionsflächen für fantasievolle Imaginationen und keine Abbilder echter Frauen – so wie Puppen eben nicht nur verkleinerte Menschen zu verstehen sind. Nebenbei erwähnt, hat die Fashiondesign Community – im Gegensatz zu anderen Disziplinen – noch kein echtes Bewusstsein für eine mögliche Objektifizierung und Diskriminierung

von Frauen/Mädchen entwickelt und hängt oftmals überholten Geschlechterbildern nach, obgleich in jüngster Zeit zunehmend gerade ein binäres Denken aufgeben wird, welches mit Unisex-Kollektionen, Transgender- und androgynen Models sowie gemischten Runways aus Womens- und Menswear unterstrichen wird. Hypersexualisierung, kreative Stilisierung und freie schöpferische Erfindung von Femininität sowie visionäre Artifizialität sind aber nichtsdestotrotz auch für die heutigen virtuellen Modepuppen charakteristisch, wie überaus erfolgreiche und ebenfalls modisch inspirierende Avatare wie beispielsweise *Noonoouri* (vgl. Abbildung 5) oder *Lil Miquela* (vgl. Abbildung 6) in der Rolle als digitale Influencer mit sehr hoher Followerzahl auf Social Media-Plattformen wie Instagram gegenwärtig beweisen.

Modelle, Maß und Körper

Wer möchte, kann freilich in den glamourösen Modepuppen von Viktor & Rolf auch eine (potenzierte) Objektifizierung des weiblichen Körpers durch modische Hyper-Stilisierung sehen. Hieße das aber nicht, die (selbst-)ironische Affirmation und künstlerische Meta-Inszenierung darin zu übersehen? Erfolgt dieser Einwand rein reflexartig, entlarvt er sich selbst als generelles sexistisches Klischee. Denn



Abbildung 5: Screenshot vom Instagram-Account “@noonoouri”



Abbildung 6: Screenshot vom Instagram-Account “@lilmiquela”

damit werden nicht nur in der etablierten Modeszene, sondern sowohl in der breiten Öffentlichkeit als auch im akademischen Bereich (sic!) modebewusste Frauen, Influencerinnen und Models gerne pauschal (und hier doch im zutiefst pejorativen Sinne) als 'Modepuppen' diskreditiert. Als 'Fashion Artists' liegt das Interesse von Viktor & Rolf jedenfalls mehr am Skulpturalen, mit dem sie das Anthropomorphe kreativ transformieren und Narrative in die Gestalt(ung) einschreiben. Die Verkleinerung vom lebendigen Laufstegmodell zur künstlerischen Replik in Puppenform, die in etwa dem Verhältnis von 3:1 entspricht, bedeutet zudem wider Erwarten jedoch keine Minimierung des gestalterischen und handwerklichen Aufwands, sondern wurde für das Studio von Viktor & Rolf vielmehr zu einer gewaltigen Herausforderung und führte zu weiteren kreativen Leistungen im Herstellungsprozess:

There are so many — you have to think about the fabrics, prints, weaves, buttons. If you want to do it well, everything needs to be properly scaled down. If there is a textured fabric, it needs to be miniaturized too. [...] Once we made a dress completely out of Swarovski stones. They don't have those exact stones in miniatures, so you have to make everything (Casselman 2013, o. S.).



Abbildung 7: Flowerbomb

Viktor & Rolf, die sich gerne als Double respektive Doppelgänger stilisieren, werden häufig von der Presse als Surrealisten bezeichnet. Als junge Modedesigner arbeiten sie noch immer an der Formierung von Silhouetten und zeigen dabei ein ausgeprägtes skulpturales Interesse am weiblichen und männlichen Körper, der mit Vestimentärem semiotisch aufgeladen wird. Ihre gestalterischen Effekte sind Spiegelungen und Miniaturisierungen, aber auch Vergrößerungen und Umkehrungen. Aus einer Schleife kann ein ganzer Look werden (vgl. Abbildung 7).

Eine kleine Puppe kann wiederum lebensgroß werden und 'leibhaftig' über den Catwalk spazieren und damit als 'Übermodell' der Star der Fashion Show sein – wie etwa in der Laufstegkollektion "Action Dolls", Herbst/Winter 2017/18 (vgl. Abbildung 8).

Hier treiben Viktor & Rolf augenscheinlich das saisonal getaktete Modebusiness und sein auf maximale Aufmerksamkeit zielendes Schaugeschäft subtil auf die Spitze, indem sie im Licht der Laufstegbühne dem Publikum vorspielen, dass nicht nur ihre Designerpuppen echten Menschen/Models nachgebildet sind, sondern dass vielmehr heutzutage auch konsumorientierte Menschen respektive eingefleischte Fashionistas 'wahre' Modepuppen, 'Living Dolls', werden wollen. Das narzisstische Widerspiegeln und ambitionierte Nachahmen scheint gerade den Modepuppen inne zu sein und erinnert nochmals daran, dass sich das englische Wort *doll* vom griechischen *eidolon* (= Bild/Götzenbild/ Idol) ableitet. Das routinierte und ritualisierte uralte Spiel aus Einkleiden und Verkleiden, An- und Ausziehen – nunmehr im hektischen Takt der hoch konsumistisch gewordenen Mode – wird dabei zur reflexiven Kunstperformance, in der Modepuppen mit ihren kunstvoll eingekleideten Körpern die (begehrenden) Blicke auf sich ziehenden Hauptrollen spielen.



Abbildung 8: Action Dolls

Modepuppen und Surrealismus

Viktor & Rolf lieben dabei stets das Spiel mit der Spiegelung, Brechung, Verdopplung, Umkehrung und Verschiebung von Größenverhältnissen und Realitäten. In den acht Räumen der oberen Ausstellungshalle der Londoner Barbican Art Gallery wuchsen 2008 die in kunstvolle Haute Couture eingekleideten Puppen allmählich zu lebensgroßen Figurinen, die von Videosequenzen respektive originalem Filmmaterial von Viktor & Rolf-Modeschauen verlebendigt wurden, und so den Besucher*innen das surreal-seltsame Gefühl gaben, das ausgestellte Puppenhaus nun selbst betreten zu haben. Dieser reizvolle Alice-im-Wunderland-Effekt der Szenografie hatte etwas überaus Spielerisch-Fantasievolles und zugleich aber auch Befremdlich-Unheimliches – das heißt, es zeigte die zwiespältigen Grundeigenschaften, die in der Kulturgeschichte schon immer auch mit der Puppe verbunden werden - insbesondere in Hinblick auf den surrealen Lebendigkeitseffekt. Die Viktor & Rolf-Dolls waren in dieser animierten Präsentationsform somit als echte Ausstellungsstücke und exklusive Unikate und damit am Ende auch als begehrte und rare Sammlerstücke für Erwachsene respektive

Kunstsammler*innen inszeniert; zugleich waren sie aber auch nur einfach eigens angefertigte Exponate und anschauliche Schauobjekte im Galerieraum, die vom Leben entkontextualisiert, konzentriert und exemplarisch auf vergangene modische Kleiderentwürfe der beiden Designer verwiesen, die einmal auf dem saisonalen Laufsteg der Mode gezeigt worden waren und nun für das breite Publikum – im doppelten Sinne – als ‘Bildträger’ und dreidimensionales Anschauungsobjekt hier dauerhaft präsent wurden und langfristig überdauerten.

Ernste Puppenspiele in der Mode

Die Botschaft der Gesamtszenografie der Retrospektive mit den Modepuppen als zentralen Präsentationskomponenten – so auch in späteren Ausstellungen wie in der Antwerpener Studio Job Gallery (18. Mai - 16. Juli 2010) oder jüngst in der Rotterdammer Kunsthalle anlässlich des 25-jährigen Jubiläums des Modehauses Viktor & Rolf (27. Mai - 30. September 2018) – blieb indessen weiterhin

ambivalent: Große Jungs, die mit kleinen Puppen spielen? Ja, durchaus, wie die weiteren fotografischen Selbstinszenierungen von Viktor & Rolf wiederholt in der Rolle als Puppenspieler mit dem wohlmeinenden Augenzwinkern einer Camp-Ästhetik suggerieren – so auch für eine berühmt gewordene Fotografie von Anuschka Blommers und Niels Schumm aus dem Jahr 2008, die das Designerduo im illustren Kreise ihrer luxuriösen Modepuppen versammelt zeigt und als in der Tradition holländischer Gruppenporträts stehendes, symbolisches Bild prominent das Cover der zur Londoner Einzelausstellung von Jane Alison und Ariella Yedgar herausgegebenen Viktor & Rolf-Monographie ziert (vgl. Abbildung 9).

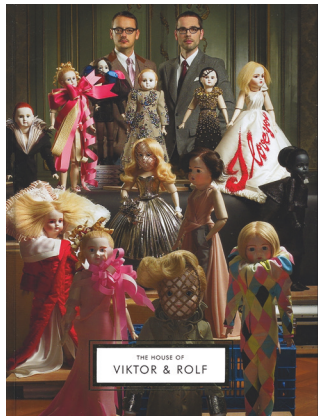


Abbildung 9: Cover des Ausstellungskatalogs *The House of Viktor & Rolf*

Das Puppenspiel dient bei Viktor & Rolf insgesamt augenscheinlich sowohl der selbst-referentiellen Reflexion als auch der meta-referentiellen Ironisierung von tradierten Klischees in diesem kreativen Metier. Die Mode braucht schließlich bis heute ihre Marionetten und Marotten.

Literaturverzeichnis

- Alison, Jane, Yedgar, Ariella (Hg.) (2009). Viktor & Rolf (mit Essays von Caroline Evans und Susannah Frankel). München: Collection Rolf Heyne.
- Casselman, Sarah (2013). We sit down with Viktor & Rolf in advance of the duo's designer dolls exhibit at Luminato in Toronto. Zugriff am 27.12.2018 unter <https://fashionmagazine.com/fashion/viktor-rolf-dolls-luminato/>.
- Edmonde, Charles-Roux, Train, Susan (2002). Théâtre de la Mode. Fashion Dolls: The Survival of Haute Couture. Portland, Or.: Palmer/Pletsch Publ.
- Geczy, Adam, Karaminas, Vicki (2016). Fashion's Double. Representations of Fashion in Paintings, Photography and Film. London et al.: Bloomsbury.
- 'A Model Subject: The Window Dummy, the Fashion Doll and the Double' (2016). In Adam Geczy (Ed.), *The Artificial Body in Fashion and Art. Marionettes, Models, and Mannequins* (S. 89-106). London et al.: Bloomsbury.
- Loriot, Thierry-Maxime (2018). Viktor & Rolf. Fashion Artists. 25 Years. Rotterdam: Kunsthal.
- Menkes, Suzy (2008). Viktor & Rolf build a doll house. *The New York Times*, 17. Juni 2008. Zugriff am 27.12.2018 unter <https://www.nytimes.com/2008/06/17/style/17iht-fvandtr.html>.
- Peers Juliette (2004). *The Fashion Doll. From Bébé Jumeau to Barbie*. Oxford/ New York: Berg.
- Percival, Linda (2016). Viktor & Rolf bring their fairytale fashion to Melbourne's NGV. *The Sydney Morning Herald*. 10. Oktober 2016. Zugriff am 27.12.2018 unter <https://www.smh.com.au/entertainment/art-and-design/viktorrolf-bring-their-fairytale-fashion-to-melbournes-ngv-20161009-gry1a5.html>.
- Renzetti, Elizabeth (2013). Welcome to the dollhouse: Dutch designers get playful at Luminato, 9. Juni 2013. Zugriff am 27.12.2018 unter <https://www.theglobeandmail.com/arts/summer-entertainment/welcome-to-the-dollhouse-designers-get-playful-at-luminato/article12424232/>.
- Wilkinson, Isabel (2013). Mini-Couture. Inside Viktor & Rolf's Doll House. *Daily Beast*, 6. Oktober 2013. Zugriff am 27.12.2018 unter <https://www.thedailybeast.com/inside-viktor-and-rolfs-doll-house>.

Abbildungsnachweise

Abbildung 1: Siebe Tettero: "The House of Viktor & Rolf at the Barbican Centre", London, 2010;
Bildquelle: <https://tettero.net/art-consultants/the-house-of-viktor-rolf-at-the-barbican-centre-london/>.

Abbildung 2: Viktor & Rolf Doll: "Raquel, Bedtime Story", © Peter Stigter;
Bildquelle: <http://www.viktor-rolf.com/concept-store/dolls/raquel-bedtime-story/>.

Abbildung 3: Viktor & Rolf Doll: "Anja, Cutting Edge", © Viktor & Rolf;
Bildquelle: <http://www.theluxurytrends.com/viktor-rolf-25-anos-de-fusion-entre-arte-y-moda/>.

Abbildung 4: Bottega Veneta x Blythe, Spring/Summer 2014, © Bottega Veneta;
Bildquelle: <https://pursuitist.com/bottega-veneta-womens-spring-summer-2014-collection-stars-blythe/>.

Abbildung 5: Screenshot mit dem iPhone vom Instagram-Account "@noonoouri";
Zugriff am 07. Januar 2019.

Abbildung 6: Screenshot mit dem iPhone vom Instagram-Account "@lilmiquela";
Zugriff am 27. Dezember 2018.

Abbildung 7: Viktor & Rolf Doll, "Flowerbomb". Spring/Summer 2005. © Peter Stigter;
Bildquelle: <https://www.smh.com.au/entertainment/art-and-design/viktorrolf-bring-their-fairytales-fashion-to-melbournes-ngv-20161009-gryla5.html>.

Abbildung 8: Viktor & Rolf, Fashion Show "Action Dolls", Herbst/Winter 2017/18;
Bildquelle: <http://www.viktor-rolf.com/haute-couture/action-dolls/1/>.

Abbildung 9: Anuschka Blommers und Niels Schumm: Viktor & Rolf, Amsterdam 2008; Cover des Ausstellungskatalogs The House of Viktor & Rolf, hrsg. von Jane Alison u. Ariella Yedgar. London 2008.

Über die Autorin / About the Author

Pamela C. Scorzin

geb. 1965 in Vicenza (Italien), studierte Europäische Kunstgeschichte, Philosophie, Geschichte und Anglistik/Amerikanistik in Stuttgart und Heidelberg; 1992 Magistra Artium und 1994 Promotion zum Dr. phil. an der Ruprecht-Karls-Universität in Heidelberg. Nach Assistenz 2001 Habilitation am Fachbereich Architektur der Technischen Universität Darmstadt. Dozenturen und Professurvertretungen an den Universitäten Siegen und Frankfurt am Main sowie an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste in Stuttgart. Zugleich freie Arbeit als Kunst-, Design- und Medientheoretikerin. Mitglied der AICA seit 2006. Seit 2008 Professorin für Kunstwissenschaft und Visuelle Kultur am Fachbereich Design der FH Dortmund. Internationale Veröffentlichungen (dt., engl., frz. und poln.) zur Kunst- und Kulturgeschichte des 17. bis 21. Jahrhunderts. Lebt, arbeitet und forscht in Dortmund, Mailand und Los Angeles.



Korrespondenz-Adresse / correspondence address:

pamela.scorzin@fh-dortmund.de