

## Schaufenster-Puppen

### **Im Reich der stummen Schönen**

**Makellos, graziös und ewig jung: Seit 250 Jahren spiegeln Modepuppen die Schönheitsideale ihrer Epoche wider. Sie sind die eigentlichen Supermodels. Was Designer-Fürsten in Paris, Mailand, Berlin, London und New York zusammennähen, tragen die Dienerinnen der Haute Couture in jedes Schaufenster und in jedes Geschäft. Ständig auf der Spur von Zeitgeist und Modetrends, kreiert ein Deutscher die perfekte Menschenpuppe jährlich neu. In Europas ältester Schaufensterfiguren-Fabrik, der einzigen Manufaktur ihrer Art im Land von Padberg und Klum.**

Langbeinig und lässig stehen die Traumgeschöpfe im Foyer, wie gecastet von Viva und MTV. Grazile Frauen mit maskulinen Zügen und regungslosen Alabaster-Gesichtern, junge Männer mit schlanken Hälsen auf breiten Schultern. In allen wohnt derselbe Gesichtsausdruck: Je cooler der Blick, desto heißer der Typ.

Inmitten der stummen Schönen wirkt der Schöpfer wohltuend unperfekt: Josef Moch, 59 Jahre alt, Doktor der Chemie, Freizeit-Pianist und Hobby-Geiger, spitze Bubenase, schütteres Kurzhaar über der breiten Stirn, von kleiner Statur, freundlich, hektisch. An seinen beigefarbenen Sneakern klebt der weiße Staub abgeschmirgelter Figuren. „Wir machen hier keine tote Kunst.“ Zwischen Druckern und Kaffeemaschinen, Schreibtischen und Stühlen stehen oder liegen Arme und Beine, Torsos und Köpfe, menschenähnliche Gebilde ohne Fleisch und Blut. Viele von ihnen sind nackt.

Mochs Großvater gründete 1907 das Unternehmen in Düsseldorf. Heute gilt die Kölner Manufaktur als Institution. Alle großen Modehäuser hören auf Mochs Rat und Ideen. Von den teuren Boutiquen in der Münchner Maximilianstraße und auf dem Berliner Kurfürstendamm bis hin zu den exquisiten Modetempeln auf der Düsseldorfer Königsallee. Ob Kaufhof, Karstadt oder Peek & Cloppenburg – in fast allen deutschen Kaufhäusern machen seine Plastik-Mannequins eine gute Figur.

Mochs Traumgeschöpfe sind bar jeden Mangels. Keine Halbglatze kein Bauchansatz, keine Krähenfüße, keine Cellulitis, ein Geschäft mit der Illusion. „Coole, androgyne Typen sind heute gefragt.“ Beine, Arme und Hälsen sind länger als noch vor einigen Jahren. „Übertrieben lang“, findet der Puppen-Papst. Er bezeichnet den Schankheitstick diplomatisch als

„Gothisierung“ des menschlichen Körpers: „Alles strebt nach oben, ist schlank, gestreckt, hebt ab.“

Die Uhr der Modewelt tickt stetig weiter und bestimmt immer wieder neu den idealen Menschen und was als chic zu gelten hat. „Unsere Puppen sind ein Spiegelbild der Gesellschaft.“ Das perfekte weibliche Standardmodell misst derzeit zwischen 1,73 und 1,84 Meter. Optisches Alter: zwischen 16 und 40 Jahre, Kleidergröße 34 bis 36, Körbchengröße B. Die Plastik-Männer sind im Schnitt etwa fünf Zentimeter größer. Sie tragen Konfektionsgröße 50 bis 52. Ihre Schultern wirken athletischer als noch vor einigen Jahren, Hüften und Fesseln schmaler. „Ein Menschenbild, das in den Fitnessstudios geprägt worden ist.“

Rein anatomisch gesehen, wären die mageren Kunststoff-Evas kranke Wesen. Finnische Forscher haben in ihrer Studie „Können Schaufensterpuppen menstruieren?“ Figuren der letzten 80 Jahre verglichen und ihren Fettanteil berechnet. Bis 1950 entsprach er noch dem einer gesunden Frau, danach ist er kontinuierlich gesunken. Die heutigen Puppen wären demnach kaum mehr lebensfähig, da keine normalen Körperfunktionen mehr möglich wären. Nur eins klappt bei den Plastikschwestern noch: Die Sachen von der Stange passen.

Die perfekte Plastikfrau ist vergänglich wie die Zeit, deren Launen sie sich anzupassen hat. Jahrzehnte alte Figuren in Mochs Puppen-Imperium belegen, wie sich die Geschmäcker wandeln. Sein Kabinett bevölkern Dicke und Dünne, Übergrößen, Figuren mit Wespentailen und Bierbäuchen, flachen und großen Brüsten, Märchenfiguren, Kinder mit Zahnlücken. Aus einer Ecke schaut unschuldig die blutjunge Sissi-Romy.

Jede Epoche hat ihre Figur. Oft schlüpfen die lebensgroßen Puppen in die Haut prominenter Vorbilder. In den 30er Jahren lächelten Schönheiten wie Vivien Leigh oder Greta Garbo, raffiniert beleuchtet, aus den Vitrinen. Andere Figuren waren dem Schauspieler Fernandel, dem Schriftsteller Antoine de Saint-Exupéry und dem smarten Herzog von Windsor nachempfunden. In den Fünfzigern versprühten propere Wohlstandsfiguren passend zu den Wirtschaftswunderzeiten Lebensfreude. Viele Schaufenstermenschen ähnelten Brigitte Bardot, Elvis und James Dean. „Figuren mit positiver Ausstrahlung, zu denen man aufschauen konnte“, schwärmt Moch.

Die Sechziger mit der Mini-Mode gehörten der Bohnenstange Twiggy. Die sexuelle Revolution eroberte die Schaufenster. Den Puppen wuchsen Brustwarzen; die Empörung war groß. In den 80er Jahren bevölkerten Diven aus TV-Serien wie „Dallas“ und „Denver-Clan“ die Kaufhäuser. „Eine Figur

verkaufte sich damals umso besser, je abweisender sie war“, sagt Moch. Danach lösten der 90er-Jahre-Look mit seiner „neuen Natürlichkeit“ und Stars wie Juliette Binoche und Britney Spears das geklonte Hollywood-Personal ab.

Jetzt sollen wir alle ganz furchtbar sportiv sein, inexistente Hintern und aberwitzig flache Bäuche haben. Jeder gibt sich cool, auch die Puppen im Fenster. Hübsche, flotte Typen sind gefragt. Moch nennt sie die „süßlichen Knaben“. Ihre weiblichen Pendants blicken frech und arrogant. „Cool zu sein ist ja nicht unbedingt das Sympathischste.“ Aus ihren toten Augen unter den Seidenwimpern schaut Hämé.

„Their work is selling“, ihre Arbeit ist verkaufen, lautet der Slogan des englischen Puppenhersteller Adel Rootsein. Der Surrealist Dali hat die zeitlosen Schönen in einem Werk genauso dargestellt – als makellose Körper mit herausziehbaren Schubladen. Schrill, laut und bombastisch sei die Szene geworden, sagt Moch. „Der Zeitgeist ändert sich immer schneller.“ Regelmäßig durchforsten er und seine Puppen-Scouts TV-Magazine, Feuilletons und Hochglanz- und Lifestyle-Magazine. „Wir taxieren die Gesichter in den Medien genau.“

Über eine dunkle Treppe geht es in den Keller. Unter Neonlicht fahren Modelleure den Oberkörpern mit Schleifpapier über den Rücken. Von der Decke baumeln Beine und Arme an Fleischerhaken. Es riecht nach Farbe und Kunstharz. Überall staubt es. Köpfe mit schönen Gesichtern blicken den Besucher aus Regalen stumm an. Ein ganzer Wald nackter Damen und Herren tummelt sich in der Lackierung. Viele der Figuren haben farbige, asiatische und südländische Einschläge oder ähneln Personen der Zeitgeschichte wie den Schwimm-Assen Ian Thorpe, Thomas Rupprath, Robbie Williams und Topmodel Kate Moss: bleicher Fuß in spitzem Schuh, kein Gramm an Fiberglas und Kunstharz zuviel.

An die tausend verschiedene Modelle hat die Traumfabrik bislang entwickelt. Die Vorkriegskörper wurden noch aus Wachs oder Stoff geformt, heute bestehen sie aus Fiberglas. Sie trugen aufgemalte Frisuren und noch keine Perücken. 200 Modelle führt Moch aktuell im Programm. Jedes seiner Geschöpfe könne er mit verbundenen Augen an ihrem kleinen Zeh wieder erkennen, versichert der Herr der Puppen.

Etwa 4.000 Schaufensterfiguren verlassen jährlich das schmale weiße Gebäude in alle Welt. Die Rohlinge werden in Taiwan gegossen. Das ist preiswerter. Doch die kreative Arbeit geschieht in Köln. Hier wird in allen Varianten entworfen, gestaltet, modelliert, gespachtelt, geschliffen und

lackiert. Das brachte dem Haus die einzigartige Sonderstellung in der überschaubaren Branche ein. „Wir machen die eigentliche Sauarbeit.“

Wie lang sind Finger? Wo sitzen die Brustwarzen? Wie soll die Schulterhaltung sein? Diese und andere Fragen beschäftigen Mochs Entwicklungsabteilung täglich. Hier ist die Schaufensterfiguren-Herstellung noch keine Massenproduktion wie in den Billiglohnländern des asiatischen Raums, von wo aus unzählige entindividualisierte Plastik-Zombies den Weltmarkt überschwemmen. „Da krieg ich jedes Mal Atemnot.“

Für Mochs Puppen stehen echte Mannequins Modell. Bis zu drei Tage dauert es, bis Bildhauer von den Models Kopien aus Plastellin modelliert haben. Beine, Bauch und Po sind dabei noch die leichtere Übung. Viel länger tüfteln die Künstler an Gesichtern, Händen und Füßen. „Sie formen den Charakter.“ Bis ein Gesicht serienreif ist, können Monate vergehen.

Mögen die Gardemaße der Vorbilder aus Fleisch und Blut noch so atemberaubend sein, ihre Plastikschwestern werden hinterher immer noch idealisiert. Noch feiner die Fesseln, noch sanfter die Hüften. Niemals kommen sie in die Wechseljahre, sie bleiben ewig jugendlich. Mit Stil und Grazie tragen sie ihre Haut zu Markte. „In meinem Geschäft spielt die Lüge eine große Rolle.“

Eigentlich könnten Schaufensterfiguren gut und gerne das Schildkrötenalter von hundert oder mehr Jahren erreichen, wäre da nicht der ewig wechselnde Zeitgeschmack. Zum Glück gibt es Tricks, das Verfallsdatum aufzuhalten. Aus der Mode gekommene Puppen landen nicht auf dem Müll. Moch päppelt sie wieder auf. Termin beim Henker: Im Keller warten veraltete Plastikdamen und -herren als kopflose Figuren auf Wiedergeburt und perfekten Look. Dabei haucht ihnen ein ambitioniertes Team aus Graveuren, Koloristen und Lackierern in mühevoller Kleinarbeit neues Leben ein. Einige brechen oder zersägen ihnen die Glieder, setzen sie wieder neu zusammen. Andere tragen mit Acrylfarben frisches Make-up und sinnliche Lippen auf, imitieren Dreitagebärte und versehen die toten Augen mit neuem Glanz.

Mittlerweile haben die berühmten Puppen vom Rhein auch die Kunstszene erobert, im Theater, auf Vernissagen, in Videoclips, in Kinofilmen. Zahlreiche Bühnenbilder in Hamburg, Köln, München, Wien und anderswo wurden mit ihnen realisiert, u.a. „Nabucco“ an der Deutschen Oper“, Berlin, und für Wagner in Köln. Starrkult auch im Fernsehen: Mehrfach schon ließ Thomas Gottschalk bei „Wetten dass?“ die Puppen tanzen.

Moch stellt nicht nur Figuren her, er lebt mit ihnen. Sein Herz an eine Puppe könnte er aber nie verlieren. So, wie Lester Gaba, der berühmte Figuren-Designer von Schaufensterpuppen für die Zeitschrift „Vogue“: Der Amerikaner hatte sich Mitte der 30er Jahre in seine schönste Schöpfung derart verliebt, dass „Cynthia“ ihn auf Schritt und Tritt begleiten musste – selbst auf Reisen.

**Thomas Olivier**

© Olivier 2013