

Äne Söll

„An die Schönheit“ – Selbst, Männlichkeit und Moderne in Otto Dix Selbstbildnis von 1922

1922, das Entstehungsjahr des so genannten szenischen Selbstbildnisses „An die Schönheit“, war für Otto Dix das entscheidende Jahr seiner Karriere. Durch die gegen ihn angestrebten Prozesse wegen Pornografie erlangte er erstmalig überregionale Aufmerksamkeit und stand somit im Licht einer größeren Öffentlichkeit.¹ Sein Umzug von Dresden nach Düsseldorf erweiterte nicht nur seinen Kollegen- und Freundeskreis, sondern durch die Anstrengungen von „Mutter Ey“, einer Düsseldorfer Galeristen und Förderin, auch seinen Käuferkreis.² Im Jahr zuvor lernte er zudem seine zukünftige Frau Martha Koch kennen, die er – nachdem sie sich von ihrem Ehemann Hans Koch, einem Kunden und Freund von Dix, scheiden ließ – 1923 heiratet.³ Dix' Ankunft in Düsseldorf hinterließ auch bei seiner neuen Galeristin in der Stadt einen bleibenden Eindruck. Die in der Literatur immer wiederkehrende Beschreibung Eys vom Eintreffen Dix' in Düsseldorf soll an dieser Stelle erneut zitiert werden:

„Er [Dix] kam auch bald mit fliegendem Capes, großem Hute und begrüßte mich mit Handkuss, für mich damals etwas sehr Außergewöhnliches... Morgens packte er seinen ‚Karton‘ aus, es kamen zum Vorschein: Lackschuhe, Parfums, Haarhaube, alles für die Schönheitspflege. Es war dies alles so neu für mich, weil die anderen Künstler das Gegenteil brauchten als Schönheitspflege ... Bei näherem Zusehen fand ich, dass die Sitzfläche seiner Hose etwas durchsichtig war, bei eventuellem Bücken gleich geplatzt wäre. Ich heilte auch diesen Schaden. Dix bekam Aufträge, und ich sagte ihm, er möchte sich ein Atelier in Düsseldorf mieten.“⁴

Diese Beschreibung vom dandyhaften, jedoch auch widersprüchlichen Auftritt Dix' liefert die Stichworte für meine Untersuchung des Selbstbildnisses. „Lackschuh, Parfums und Haarhauben“ einerseits durchgessener Hosenboden andererseits: Dix trieb offensichtlich modischen und kosmetischen Aufwand für seine persönliche Erscheinung, konnte jedoch die Schüchternheit

seiner Kleidung, d. h. seine eigentlich finanziell bescheidenen Möglichkeiten, vor seiner Galeristin nicht verheimlichen. Für Dix war Mode, Frisur und Kosmetik demnach ein – wenn auch nicht immer einzulösender – Teil der künstlerischen Selbstinszenierung.⁵ Es stellt sich nun die Frage, inwieweit sich dieser kosmetische Aufwand in seinem Selbstporträt „An die Schönheit“ niederschlägt und wie sich das traditionellerweise mit Weiblichkeit verbundene Herausputzen mit Hilfe von Mode, Schminke und Frisur mit Dix' Männlichkeit verträgt. These meiner Untersuchung ist, dass Dix in seinem Selbstbildnis „An die Schönheit“ eben durch die Spannung zwischen künstlerisch-männlichem Auftreten und dem Abgleich sowie der Aneignung „weiblicher“ Körper- und Selbstdarstellungsstrategien eine *moderne* Form von Männlichkeit und Künstlertum anstrebt. Männliche Selbstversicherung bei gleichzeitiger Infragestellung der eigenen Männlichkeit hängen in diesem Fall eng zusammen: Die dadurch entstehenden Ambivalenzen sind es, die diese Selbstinszenierung für mich bis heute interessant machen.

Mit Haut und Haaren

Dix' ostentativer Einsatz modischer Accessoires und Kosmetika weist auf einen gesellschaftlichen Wandel in Bezug auf Körperpflege und Kosmetik zur Zeit der Weimarer Republik hin, den Katharina von Anikum besonders in Hinblick auf das weibliche Geschlecht veranschaulicht hat. Gerade für Frauen steht jetzt die Kosmetik nicht mehr für Künstlichkeit, sondern bedeutet eine Form der Selbstermächtigung, die jedoch zugleich zur Anpassung an ein neues Schönheitsideal dient: „Ein gepflegtes Äußeres war aber nicht nur eine Investition in Selbstbewusstsein und Selbstachtung. Es verkörperte auch die Hoffnung auf eine Sicherung der eigenen Existenz, eine Hoffnung, die die Kosmetikindustrie nach Kräften nährte.“⁶ Das Versprechen der Kosmetikindustrie ging mit Hilfe der Werbung jedoch noch weiter: Es dominierte nun die Botschaft, dass „jede Frau“ schön aussehen, jede Frau das Potential der Kosmetik nutzen kann und soll. Anikum spricht deshalb auch von einem „Werkzeug der Demokratisierung“⁷, das mit Hilfe von Massenmedien, Werbung und Film eine Orientierung an Vorbildern (wie z. B. Film- oder Revuestars) für jede Frau ermöglicht. Kosmetik war nicht mehr verpönt, weil sie „die Illusion der natürlichen Schönheit unterminierte,“ sondern entwickelte sich zum „Zeichen der als Selbstermächtigung verstandenen Objektifizierung der modernen Frau.“⁸ Für Männer galt die Demokratisierung durch Körperkultur bei gleichzeitiger Objektifizierung nach Anikum nur eingeschränkt:

„Gewiss, der Jugendkult der Weimarer Jahre erfasst nicht nur Frauen. Auch Männern wurden von der Werbung kräftigende Mittel angepriesen, die ihnen die notwendige Energie geben sollten, ihren beruflichen Anforderungen gerecht zu werden. Der Genuss von Biocitin versprach dem Mann, seinen ‚schwindenden Kräften‘ entgegenzuwirken. [...] Solche Annoncen zeigten jedoch in der Regel den ‚ganzen Mann‘, das heißt gefördert werden sollten hier Widerstandskraft, Nerven, Potenz, das gesamte Wohlbefinden des Mannes, während sich die an Frauen gerichtete Werbung vornehmlich auf das Gesicht konzentrierte.“⁹

Man kann jedoch auch für den männlichen Körper davon ausgehen, dass, wie Alexander Schug argumentiert, er während der Weimarer Republik zunehmend an seiner „[...] sichtbaren Außenhaut der ständigen Manipulation ausgesetzt war. Die Schönheit dieser Fassade war ein Willensakt und ein fortlaufender Prozess.“¹⁰ Schönheit war demnach ein „Produkt“, eine Möglichkeit, die all denen offen stand, die sich dem Regime der Kosmetik (im extremen Fall auch der aufkommenden Schönheitschirurgie) unterwarfen.

Der Titel des Bildes „An die Schönheit“ macht deutlich, dass sich Dix von veralteten Schönheitskonzepten absetzen möchte und zugleich einen modernen Entwurf von Schönheit anstrebt, der jedoch ebenfalls nicht ohne Brechung ist. Wie Günther Aust feststellt¹¹, zitiert Dix mit „An die Schönheit“ eine Radierung von Max Klinger mit dem gleichen Titel.¹² Im Gegensatz zu Klingers Radierung, die den Abschluss des Zyklus „Vom Tode. Zweiter Teil, Opus XIII“ darstellt und einen von Bäumen umrahmten, vor dem Meer niedergesunkenen Mann darstellt, wirkt Dix’ dunkler Innenraum wie eine spöttisch-ironische, fast höhnische Abrechnung mit Klingers pathetisch-religiöser Anbetungsgeste der Natur, die der „Hauch des Ewigen und Erhabenen“ umweht.¹³ Von Dix bekommen wir keinen weiten Blick auf unendliche Naturgewalten, sondern einen dunklen, künstlich erleuchteten Innenraum präsentiert, der wie eine Guckkastenbühne mit künstlichen Personen ausstaffiert ist, die dementsprechend schablonenhaft ausfallen. Im Vergleich zu Klinger wird deutlich, dass mit „Schönheit“ nicht die überwältigende Schönheit der Natur gemeint ist, sondern für Dix „Schönheit“ etwas Hergestelltes ist, das zwar, wie ich zeigen werde, künstlich wirkt, in seiner Selbstinszenierung jedoch den Gestus der Selbstverständlichkeit erlangt.

Auffallend am Selbstbildnis ist zunächst (Abb. 1), dass Dix Hautfarbe im Gesicht – besonders im Bereich von Nase, Kinn und Wangen – ebenso geschminkt wirkt wie die der Frisörbüste im unteren linken Bildteil. Dix nähert



1 Otto Dix: An die Schönheit, 1922

sich so der Maskenhaftigkeit aller Gesichter im Bild an. Vom tanzenden Paar links hinter ihm, über die Korsettpuppe, dem schwarzen Schlagzeuger und sogar dem Indianerprofil auf der großen Trommel bis hin zur erwähnten Frisörbüste: Alle Gesichter im Bild machen einen höchst künstlichen Eindruck, der mehr über ihre Schematisierung verrät als etwa über einen ihnen eigenen Charakter. Dabei werden die unterschiedlichen Hautfarben „weiß, schwarz,

gelb“ durch ihre Steigerung regelrecht gegeneinander ausgespielt: Dix’ Kinn ist fast so weiß wie sein Hemd, die Aureole um den Indianerkopf strahlt gelbes Licht nach außen ab, und wären da nicht die blitzenden Zähne und das Weiß der Augen, verlöre sich der schwarze Kopf des Schlagzeugers fast im Dunkel des Raumes. Um dem Bild dem Eindruck von Spannung und Bewegung zu verleihen arbeitet Dix im gesamten Bild mit einem rot-grün-Kontrast. Am eklatantesten wird dieser Kontrast, wenn Dix das Weiß seiner Augen grün malt und dem Rouge der Wangen gegenüberstellt.

Von allen „weißen“ Gesichtern der Szene sticht das Gesicht der Frisörbüste am deutlichsten hervor. Durch die stark schwarz umrahmten Augen, die durch das sie umgebende Pink noch betont werden, die verschattete Nase und durch die knallroten Lippen wirkt es extrem modelliert und trägt sein Geschminktsein offen zu Tage. Der Fokus liegt auch bei Dix, wie Anikum es für die Kosmetikwerbung der Zeit beschrieben hat, auf dem Gesicht der Frau; seine eigene Gestalt ist hingegen in fast voller Größe gegeben. Dix’ eigenes Gesicht ahmt ihre Farbgebung in abgeschwächter Form nach: auch sein Gesicht ist weiß gepudert, mit Rouge unter den Augen, auf den Wangen und Lippen versehen, wenn auch in lange nicht so intensiver Farbtönung wie die Büste. So wirken Dix und die Büste einerseits wie ein Paar, schließlich befinden sie sich, wenn auch nicht auf gleicher Höhe, doch im selben, vorderen Bildraum. Andererseits legt Dix im Vergleich zur immer noch durch Frisur und angedeuteter Kleidung wilhelminisch wirkenden Frisörbüste eine, auch mit Hilfe des Telefons, männlich „moderne“ Haltung an den Tag und setzt sich dadurch von ihr ab.¹⁴ Dadurch postuliert Dix im Vergleich zur bald veralteten Büste eine fortschrittlichere und dynamischere Gesinnung.

Frisörbüsten waren in den Zwanziger Jahren eine gängige Schaufensterdekoration des im Wandel begriffenen Frisörhandwerks, das im Prozess war, sich in Damen- und Herrenfriseur aufzuteilen.¹⁵ Die aus Wachs hergestellten Büsten wurden stets neu frisiert und geschminkt, was bis zur Erfindung von Kunststoffbüsten eine aufwendige Prozedur war.¹⁶ Die von Dix dargestellte Hochsteckfrisur der Frisörbüste entspricht nicht dem hauptsächlich in den Medien und Filmen gezeigte Image der „Neuen Frau“ mit Bubikopf, sondern sie zeigt eine aus der wilhelminischen Zeit stammende, immer noch populäre Langhaarfrisur.¹⁷ Glaubt man der Zeitschrift des Friseurhandwerks, so müssen sich die allermeisten Frauen im Jahr 1922 immer noch an diesem traditionellen Ideal orientiert haben und nicht an dem – zu diesem Zeitpunkt – sensationell neuartigen Kurzhaarschnitt. Es finden sich in dieser Zeitschrift ausschließlich

Frisurvorschläge für eben jene Hochsteckfrisur; der „Bubikopf“ spielt 1922 für das Friseurhandwerk und die Mehrheit der Frauen in Deutschland noch keine Rolle.¹⁸ Die „Neue Frau“ erscheint hier zwar schon auf dem Tanz-Parkett, durch die prominente Position der Büste dominiert jedoch noch das traditionelle Frauenbild der Kaiserzeit: Im Bild trägt nur die Tänzerin im Hintergrund die berühmte Kurzhaarfrisur, die von Dix mit einem dazu passenden Charleston-Kleid mit kleiner Federkappe ergänzt wird. Das „Flapper-Girl“, wie es in den USA genannt wurde, verbleibt als Vision im Hintergrund des Raums. Dix' Detailgenauigkeit in der Darstellung der Kleider und Accessoires verrät jedoch, dass das Bild der „Neuen Frau“ via Film und Massenmedien schon präsent und damit verfügbar war. Auf diesem Wege beherrschte es vor allem die Imagination, nicht den Alltag der frühen Weimarer Republik.¹⁹

Die potentielle „Modernisierung“ der Frau ist in Dix' Gemälde demnach schon präsent, aber noch lange nicht vollzogen. Im Vergleich mit dem veralteten Frauenmodell, das durch die Friseurbüste symbolisiert wird, schneidet Dix als moderner Mann selbst gut ab: Mit Telefon bewaffnet, schnittigem Anzug und geschminkt wie ein Filmstar beherrscht er die Szene.

Dass Dix sich mit Verhältnis von Büste und eigenem Kopf eingehender beschäftigte, zeigt eine Zeichnung von 1920/21 (Abb. 2). Hier rückt Dix die zwei Köpfe eng zueinander, wodurch sein Kopf durch die Schemenhaftigkeit der Zeichnung, die Schraffierung und den der Büste ähnlichen Mund ebenfalls künstlich wirkt. Auch im 1922 entstandenen Aquarell mit dem Titel „Gott der Frisöre“ (Abb. 3) wird eine Friseurbüste, diesmal im Schaufenster oder Vitrine, gezeigt und mit dem Kopf des nackten, im Friseursalon schwebenden Frisörs parallelisiert. Durch die Spiegelungen im Bild verdoppeln sich beide starr in die gleiche Richtung blickenden Köpfe. Der Spiegel, in dem sich die Frauenbüste reflektiert, ist so über dem Kopf des Friseurs angebracht, dass die Büste regelrecht wie seine Kopfgeburt, seine Kreation erscheint. Neben Flakons, Zöpfen und Rasiermessern stehen auch noch zwei weitere Büsten im Salon, von denen eine ein Toupet trägt. Dieses Haar ist genauso gescheitelt und onduziert wie das der Schamhaare des „Gottes der Friseure“. Mit abgenicktem Handgelenk und spitzen Fingern ist der Mann seiner Männlichkeit beraubt, wird zur effeminierten „Puppe“ und somit der Lächerlichkeit preisgegeben. Im Aquarell nimmt die Büste im Vergleich zum Friseur noch keine so prominente Position ein wie im Gemälde; sie wird von Dix nicht aquarelliert, sondern verbleibt durch ihre Ausführung in Bleistift skizzenhaft. Ähnlich der Spiegelreflexion des Frisörs, hat sie dadurch fast den Status einer flüchtigen Erscheinung. Vergleicht man die Position und Ausführung der Büste



2 Otto Dix: Zeichnung eigener Kopf und Büste, 1920/1



3 Otto Dix: Gott der Friseure, 1922

von Gemälde und Aquarell, so wird Dix' Entscheidung, der Büste im Selbstbildnis eine prominentere Rolle zu geben, deutlich. Von der etwas blassen Ausführung im Hintergrund wird sie zu einer dominanten Figur und als Dix' „Partnerin“ nun in den Vordergrund und damit in die Mitte des Geschehens gerückt.

Wie im Aquarell fällt im Entwurf zum Gemälde (Abb. 4) die Büste noch recht klein aus und ist mit Sockel zu sehen, so dass sie auf den ersten Blick besser als Büste zu erkennen ist. Im Gemälde ist sie dagegen von Dix vergrößert und weiter in den Vordergrund gerückt worden; ihr Sockel ist jetzt nur noch andeutungsweise zu sehen. Diese Veränderung bewirkt, dass der Frauenkopf ungefähr der Größe von Dix' Kopf entspricht und der Eindruck des oben beschriebenen „ungleichen“ Paares erweckt wird. Welche Funktion erfüllt nun diese Paarung? Zuerst macht Dix dadurch sein Interesse am Gegensatz zwischen Maskenhaftigkeit und Authentizität deutlich. Zudem stellt Dix durch das Nebeneinander von Büste und eigener Person die Frage nach der eigenen Maske. Da Weiblichkeit in diesem Fall durch die Büste und alle weiteren weiblichen Figuren explizit auch als künstlich gezeigt wird, liegt die Frage nahe, ob sich Dix im Gegensatz dazu selbst als „natürlich“ darstellt. Kommt man wieder auf den Vergleich der Vorzeichnungen (Abb. 2 und 4) und Gemälde



4 Otto Dix: Entwurf zum Gemälde „An die Schönheit“, 1922

zurück, so erkennt man, dass sich die Grenze zwischen Künstlichkeit und Natürlichkeit, Typisierung und Individualität im Gemälde so gut wie aufgelöst hat. Während in den Zeichnungen durch die unterschiedliche Strichführung sowie Platzierung der Büste und des Kopfes die Grenze zwischen Typ und Individuum noch vorsichtig austariert wird, verwischt Dix diesen Unterschied im Gemälde durch die Vergrößerung der Büste. Zudem wirkt Dix durch sein geschminktes Gesicht ebenfalls künstlich – wenn auch „moderner“ als die Frau. Dix' Gesicht wirkt jedoch nicht einheitlich „künstlich“. Besonders die Stirnpartie wirkt wärmer und macht den Eindruck, als sei sie weniger stark gepudert

als der Rest des Gesichts. Auch ist der Farbauftrag in Dix' Gesicht subtiler als der der Büste, d. h. die Farbe wurde mit feinerem Pinsel gleichmäßiger aufgetragen als im Gesicht der Büste. Deren weiße Gesichtsfarbe zeichnet sich durch gröberen Farbauftrag aus – mit dem Effekt, dass die Farbe direkt für die Schminke steht bzw. zur Schminke wird. Im Gegensatz dazu wirkt Dix' Gesichtskosmetik durch den feineren Farbauftrag „natürlicher“. Er eignet sich demnach die Technik des Schminkens an, nicht um etwas zu überdecken oder zu maskieren, sondern um den Eindruck zu erwecken, als wäre seine männliche Maske „authentischer“. Kosmetik wird im Gesicht des Künstlers also ganz im Sinne von Ankums zu einer Selbstverständlichkeit, die zu einer modernen, souveränen und männlichen Selbstinszenierung dazu gehört.

Mode, Modernität und Männlichkeit

Ein weiterer entscheidender Teil der Selbstinszenierung Dix' ist seine Kleidung. Durch scharfe Bügelfalten und Verschattungen verleiht der grünliche Anzug seinem Körper Volumen. Das Interesse an der „mimetischen Beschreibung von Stofflichkeiten“, d. h. in diesem Falle der Oberflächenmaterialität des Anzugsstoffs, lässt sich an fast allen seinen Porträts erkennen.²⁰ Die Materialität des tweed-ähnlichen Stoffs wird durch helle grüne Schraffuren auf dunklem Grund hergestellt, was ihn lebendig, ja „lebensecht“ erscheinen lässt. Indem er – wie erwähnt – das Weiß seiner Augen grün malt, verinnerlicht Dix

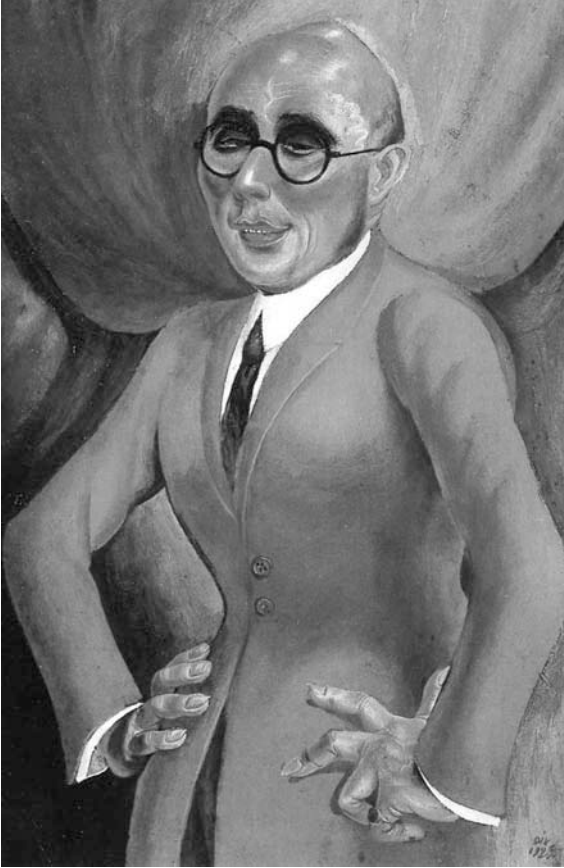
die Farbe seines Anzugs und verkörpert damit regelrecht die „Mode der Zeit“.

Im leuchtend weißen Hemd mit schmalem Kragen und ebenfalls schmaler, grüner Krawatte macht er einen schnittigen Eindruck. Der Anzug ist als „Nachmittagsanzug“²¹ und „Sportanzug“²² beschrieben worden, beide Bezeichnungen treffen jedoch nicht ganz zu. Die Silhouette, die durch ein hoch tailliertes, einreihiges Jackett mit ein oder zwei eng beieinander sitzenden Knöpfen, schmalem Kragen, natürlich abfallenden Schultern und knapp über den Knöchel endenden Hosen mit Umschlag gekennzeichnet ist, entstand schon ca. 1910.²³ Farid Chenoune bezeichnet diesen Anzugsstil als „Emanzipation“, ein Stil, der sich an jugendlichem Sportenthusiasmus und an einem gestärkten Interesse an männlicher Körperlichkeit allgemein orientierte: „The male silhouette slimmed down, rediscovered its waist and sought to hug the lines of an idealized, slimmed youthful body shaped by a sporty lifestyle. What was still known as the ‚lounge-suit‘ (but soon became the business suit) freed itself once and for all from the nineteenth century hierarchy that had accorded it a subordinate rank.“²⁴

(Abb. 5) Diese Form nahm, wie Chenoune feststellt, auch die neue, von Paul Poiret für Frauen propagierte Körpersilhouette auf, die das Korsett abschaffte und ebenfalls eine hohe Taille vorsah.²⁵ Überzeichnet setzt Dix diese Anzugsilhouette auch im Porträt des Juweliers Karl Krall von 1923 ein. (Abb. 6) Die im Selbstporträt nur angedeutet hohe Taille wird im Falle Kralls noch weiter verjüngt, die Hüfte wird durch die darauf gestützten Hände betont, wodurch der Oberkörper noch weiblicher erscheint. Die angedeutete Brust, der geschwungen, rot glänzende Mund, die kokett gesenkten und verschatteten Augenlider und die langen, spitzen Fingernägel machen aus dem Juwelier eine wahrhaft androgyne Erscheinung. Dix geht für die Inszenierung seiner eigenen Person jedoch nicht so weit, dass seine „Männlichkeit“ in Frage stünde. Eine Taille ist zwar angedeutet, seine restliche Körperhaltung vermittelt jedoch durch den festen Griff um den Telefonhörer, die breit gestellten Beine, den direkten Blick und fest geschlossenen Mund einen entschieden männlichen Eindruck.



5 Zeichnung aus „Monsieur“, Paris, Januar 1920



6 Otto Dix: Der Juwelier Karl Krall

Ihre Anhänger fand diese neue Anzugslinie hauptsächlich in avantgardistisch-künstlerischen Kreisen, wurde dort als „new look“ in einen „frechen, manierten und provokativen Chic“ verwandelt und überstand, wie man an Dix' Selbstbildnis erkennt, den Ersten Weltkrieg.²⁶ Dix orientiert sich mit diesem farbigen „outfit“ nicht an der Zurückhaltung der meist dunklen, bürgerlichen Herrenkleidung des 19. Jahrhunderts,²⁷ sondern unterstreicht damit seine Zugehörigkeit zur modischen Kaste der Avantgarde, ohne dabei seine „Männlichkeit“ einzubüßen. Er greift demnach auf eine modisch-körperliche Inszenierung zurück, die ihn als jungen, dynamischen und sportlichen Mann zeigt und ihn zugleich in ein internationales, „künstlerisches“ Milieu situiert (schließlich kommt diese Mode aus Paris), das sich

mit seinem avantgardistischen Selbstverständnis von überkommenen Vorstellungen des *Fin de Siècle* absetzt.

Um den Eindruck eines männlichen, avantgardistischen und gleichzeitig individuellen „Stils“ noch weiter zu unterstreichen, werden die anderen Männerdarstellungen im Bild als „Gegenstücke“ inszeniert: Der schwarze Schlagzeuger trägt zwar einen ähnlichen Anzug wie Dix, diesmal mit rosafarbenem Hemd und roter Krawatte, durch sein fratzenhaftes Lachen und seine tiefschwarze Haut wirkt er jedoch wie eine Karikatur.²⁸ Seine exotische Gestalt mit der exaltierten Trommelbewegung unterstreicht die ruhige, ja herrschaftliche Souveränität und Beherrschung des Künstlers.²⁹ Das Gesicht des befrackten Tänzers

ist wie das seiner Tanzpartnerin zu einer Maske erstarrt und unterscheidet sich in seiner Physiognomie kaum von dem der Tänzerin. Zur mondänen Vision einer typisierten „Neuen Frau“ gesellt sich also ein ebenso zur Type erstarrter „Neuer Mann“: Mann und Frau gleichen sich also hauptsächlich oberflächlich an. Ebenso schablonenhaft wirken die zwei Kellner im Hintergrund. Dix bleibt damit die einzige männliche Figur im Bild, die über ein individuelles – wenn auch teilweise geschminktes – Gesicht und damit über ein gewisses Maß an Souveränität und Selbstbestimmung verfügt.

Diese Souveränität vermittelt sich, wie ich zeigen konnte, auch über Dix' modische Erscheinung. Der Künstler wirkt dadurch explizit „modern“, gleichzeitig scheint er im Gegensatz zu den weiblichen Figuren bzw. Büsten im Bild jedoch nicht als Modepuppe, die der Mode unterworfen ist. Generell wird Mode natürlich auch zu dieser Zeit mit Weiblichkeit assoziiert, „die“ Mode wird als weiblich gedacht. Wie Sabine Hake es ausdrückt, steht Mode gerade in der Weimarer Republik auch für Modernität: „[I]n ihrem Spiel mit gesellschaftlichen und sexuellen Identitäten, in ihrem Übergangs- und Ambivalenzcharakter, [wird die Mode] als Allegorie der Moderne gelesen [...]“³⁰ In ihrer Lektüre von Georg Simmels und Walter Benjamins Schriften zur Mode kommt Doris Kolesch jedoch zu dem Schluss, dass

„Mode und Moderne auseinander dividiert [werden]. Modernität und Modern-Sein sind weiterhin grundsätzlich positiv konnotiert, werden allerdings (mit sowohl biologischen als auch sozialen Begründungen) dem Mann zugeordnet. Während der Mann modern, aber modisch nicht interessiert ist, ist die Frau modisch und auf die Mode angewiesen, modern kann sie nur als (oder im) Schatten des Mannes sein. Die dem Mann zugeordnete Modernität ist als das formende und prägende Signum europäischer Gesellschaften assoziiert mit Begriffen wie Innovation, Fortschritt, Auf-der-Höhe-der-Zeit-Sein sowie schließlich mit dem Vertrauen in die Gestaltungsmöglichkeiten des Menschen über seine eigene Zukunft [...]“³¹

Dix' Selbstinszenierung als moderner Mann muss also die Mode als Signum der Moderne einerseits mit einbeziehen, andererseits darf deren „weibliche“, das heißt veränderliche, instabile und oberflächlich Seite nicht überhand nehmen. Stattdessen wird Männermode – auch mit Hilfe des Telefons als Accessoire – zum dynamisch voranschreitenden, befreienden und innovativen Aspekt der männlich-künstlerischen Selbstinszenierung. Auch Albrecht Koschorke erkennt in der anthropologischen Literatur der Zwischenkriegsjahre eine

„Ikongraphie einer *wiedergewonnenen Männlichkeit*. [...] Denn ohne dass sich das empirische Verhältnis der Geschlechter zueinander fundamental gewandelt hätte, scheint sie die Forderungen der ästhetischen Vorkriegsprogramme weitgehend einzulösen. Sie modelliert einen zeitgemäßen Typus des entscheidungsfreudigen Mannes heraus, der sich mit der Technik und der Moderne ausgesöhnt hat und infolgedessen auch seine nervöse Antriebsschwäche abgelegt hat: den konstruktivistischen Architekten neusachlichen Ingenieur, Planer, Flugpiloten, Journalisten oder Kameramann. [...] Nach dem Chaos setzen sich Klarheit und Willenskraft durch. Man leidet nicht mehr unter der beschleunigten Zeiterfahrung der Moderne, sondern entdeckt ihre kinetische Energie.“³²

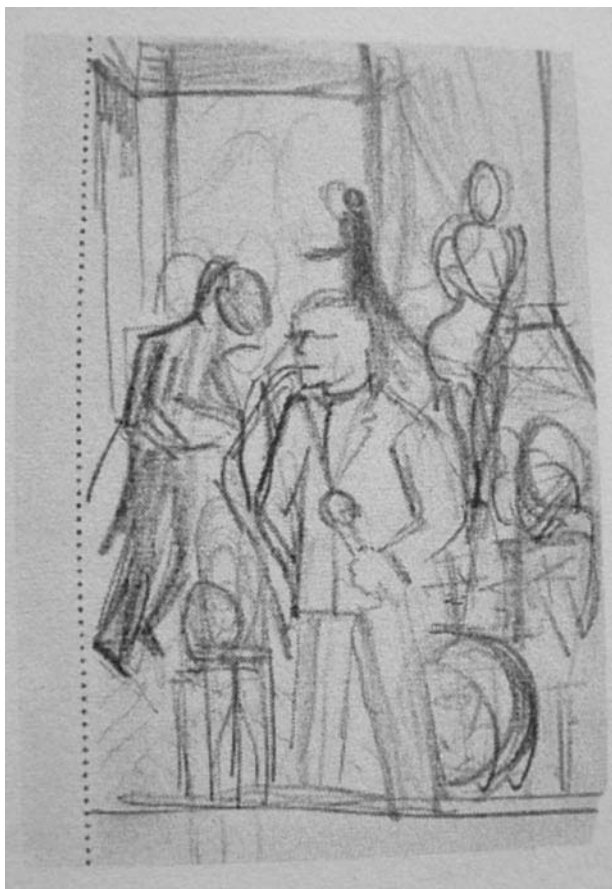
So herrschen in Dix' Selbstbildnis für die Geschlechter doch noch unterschiedliche Schönheitsgesetze. Mode und Kosmetik werden für die Inszenierung eines Mannes instrumentalisiert, der die Moderne fest im Griff hat und nicht umgekehrt. Ob dieser souveräne Zugriff von Dauer ist, lässt auch Dix' Inszenierung offen. Die offensichtliche Anstrengung, mit der diese Selbstinszenierung von statten geht, ist es auch, die dem Gemälde eine enorme Spannung verleiht; eine Spannung, die, würde hier auch nur der Funken von Unsicherheit spürbar, die Blase zum Platzen brächte.

Raum, Öffentlichkeit und Selbstdarstellung

Wie im Vergleich mit Klingers Radierung schon deutlich geworden ist, inszeniert sich Dix in einem dunklen, hohen Innenraum. Man vermutet ein Tanzcafé, das, mit korinthischen Säulen und hohen Kassettendecken ausgestattet, von rechts erleuchtet wird. Dix steht, vom Bild am Knie abgeschnitten³³, dicht am vorderen Bildrand; eine Position, die den Anschein erweckt, Künstler und Betrachter teilten sich den gleichen Bild-Raum. Dix' direkter Blick in unsere Richtung und sein fester Griff um das Telefon lassen ihn extrem präsent, ja gegenwärtig erscheinen. Zusätzlich erweckt die Parallelisierung von Büste und Künstlerkörper den Eindruck, als teile sich Dix quasi ein „Schaufenster“ mit ihr, als stehe er wie sie auf einem „Präsentierteller“. Seine Position schräg vor dem Schlagzeuger und der ähnliche Anzug könnten auch darauf hindeuten, dass sich Dix als Teil der Jazzband darstellen wollte. Hinweis darauf ist auch eine Zeichnung mit dem Titel „Selbstporträt in der Tanzbar“. (Abb. 7) Dix hält in dieser Zeichnung etwas in der Hand, was nicht nur ein Telefonhörer sondern auch ein Mikrofon sein könnte, womit er in diesem Fall zum Sänger der Band avancierte. Tanzcafé, Schaufenster oder Bandleader: Durch

alle drei Assoziationen werden der Aufführungscharakter und der explizit szenische, bühnenhafte Charakter des Selbstbildnisses deutlich. Denkt man zudem an das Entstehungsjahr des Bildes, in dem Dix durch seine Gerichtsprozesse zunehmend ins Licht der Öffentlichkeit geriet, so kann das Bild im Kontext von Dix' Suche nach einer individuellen „öffentlichen“ Künstlerperson gesehen werden. So ist dieses Selbstbildnis Teil seines Versuchs, durch „Image und Bildproduktion“ eine „*corporate identity*“ auf dem Kunstmarkt einer Kulturszene der zwanziger Jahre“ aufzubauen, die, wie Andreas Strobl es formuliert, „Boxchampions neben Cezanne-Aquarellen reproduzierte“.³⁴

Dix' künstlerisches Selbstverständnis transportiert sich in diesem Fall nicht durch künstlerisches Können (z.B. durch die Darstellung an der Staffelei), sondern durch eine soziale Situation, in der der Pinsel durch das Telefon ersetzt wird, dessen Kabel wie eine Nabelschnur aus dem Bildraum heraus-



7 Otto Dix: Selbstporträt in der Tanzbar, Kompositionsskizze zu „An die Schönheit“, 1920/1

führt und dadurch eine Verbindung mit dem Betrachterraum herstellt. Das Telefon fungiert hier als mehrdeutiges Zeichen. Einerseits steht es im Kontext des Nachtclubs, in dem Tischtelefone zur Kontaktaufnahme der Clubbesucher dienten, die dadurch gleichzeitig Distanz wahrten. In seinem Aquarell von 1923 mit dem Titel „Börsenspekulanten“ wird das Telefon andererseits zum

männlichen Accessoire einer dynamischen, jedoch destabilisierten Welt der Manager.³⁵ So steht das Telefon als Zeichen für schnelle, anonyme, gleichzeitig prekäre und damit moderne Kommunikation, die im Falle des Selbstporträts ähnlich wie im Aquarell „Börsenspekulanten“ männlich konnotiert ist.³⁶ So zeigt Dix' fester Griff um den Telefonhörer auch an, dass er nicht „Opfer“ sondern „Macher“ dieser Kommunikation ist und sich nichts aus der Hand nehmen lassen wird.

Dix erscheint als der „Star“ eines Nachtlebens, das durch Typen und Schablonen bevölkert wird. Dabei entsteht im Abgleich mit eben diesen Typen und Schablonen eine ambivalente Mischung aus Individualität auf der einen Seite und Anpassung an das neue Ideal einer aktiven Selbststilisierung durch „künstliche Mittel“ wie Kosmetik und Mode auf der anderen Seite. Dix strebt hier nicht vorrangig eine „künstlerische Autorität“ an, die, wie Irit Rogoff es formuliert, traditioneller Weise auf „privilegiertem Wissen und der Aura der Einzigartigkeit, die dem Künstler durch den kreativen Prozess scheinbar zukommt“³⁷, basiert. Vielmehr zielt das Selbstbildnis vorrangig auf die Beherrschung einer sozialen Situation, die durch die eigene, dominante Positionierung im Raum, die im Vergleich zur Büste modische Inszenierung als explizit moderner Mann, und – last but not least – das Wissen um die Künstlichkeit der eigenen Rolle im sozialen Gefüge erreicht wird. Dieses durch das bewusste Schminken und das ostentative Modische der Kleidung explizit gemachte Wissen ermöglicht Dix eine privilegierte Position, denn auch hier kommen „Autorität, Kraft der Vision und Männlichkeit in einer Weise zusammen, die diesen Künstlern Zugang verschafft zu einem öffentlichen Diskurs, in dem sie zwischen privater Phantasie und öffentlicher Erfahrung vermitteln.“³⁸ Das von Dix selbst erschaffene Szenario, in dem er sich inmitten schablonenhaften „Anderen“ verortet, ermöglicht es ihm, sich im Jahr seines künstlerischen Durchbruchs als Künstler zu imaginieren, der durch die Beherrschung seiner Selbststilisierung auch die (soziale) Szene beherrscht und dadurch autonom bleibt. So ist die von anderen vermerkte ironische Distanz im Selbstbildnis meiner Meinung nach nicht der bestimmende Faktor.³⁹ Obwohl der Auführungscharakter des Bildes und damit die männliche „Rolle“ von Dix als solche zu erkennen gegeben werden, geht die eigene, männliche Identität in Auseinandersetzung mit den sich verändernden weiblichen Schönheitsidealen gestärkt hervor. Als Selbstinszenierung ernst genommen, geht es im Bild nicht in erster Linie um Distanzierung vom sozialen Geschehen, sondern um eine Positionsbestimmung innerhalb einer Gesellschaft, in der das Verhältnis von Geschlecht und Modernität neu verhandelt werden muss.

Anmerkungen

- 1 Andreas Strobl: Otto Dix. Eine Malerkarriere der zwanziger Jahre. Berlin 1996, S. 63f. und S. 79.
- 2 Andrea Hollmann, Ralph Keuning: Berühmt oder berüchtigt. Otto Dix 1891–1969. In: Otto Dix. Zum 100. Geburtstag. Ausst. Kat. Stuttgart 1991, S. 11–28, hier 17–19.
- 3 Strobl, Otto Dix, S. 17–19. Andreas Strobl weist darauf hin, dass Dix' „proletarische Attitüde“ Teil von Dix Selbststilisierung war. Nichtsdestotrotz bedeutete die Heirat mit der Bankierstochter Martha Koch geb. Lindner einen gesellschaftlichen Aufstieg für Dix. Siehe dazu Ebd., S. 101.
- 4 Anna Klapheck: Mutter Ey. Eine Düsseldorfer Künstlerlegende. Düsseldorf 1958, S. 29.
- 5 Überblickartig zu den Selbstbildnissen von Otto Dix siehe die in der DDR erschienene Monographie von Diether Schmidt: Otto Dix im Selbstbildnis. Berlin 1981. Bis dato stellt die Untersuchung der Dixschen Selbstporträts als Bearbeitung eines Genre ein wissenschaftliches Desiderat da. Zu Aspekten der frühen Selbstporträts als „experimentelle Aneignung der Kunstgeschichte“ siehe Strobl, Otto Dix, S. 205–208.
- 6 Katharina von Ankum: Karriere – Konsum – Kosmetik. Zur Ästhetik des weiblichen Gesichts. In: Claudia Schmolders und Sander Gilman (Hg.): Gesichter der Weimarer Republik. Eine physiognomische Kulturgeschichte. Köln 2000, S. 175–190, hier S. 177.
- 7 Ebd., S. 181.
- 8 Ebd., S. 183.
- 9 Ebd., S. 179–180.
- 10 Alexander Schug: ‚Immer frisch frisiert‘. Das Gestaltete Kopfhair als Requisite moderner Selbstinszenierung in der Weimarer Republik. In: Christian Janecke (Hg.): Haar Tragen. Eine kulturwissenschaftliche Annäherung. Köln 2004, S. 83–98, hier S. 84. Zum Körperkult, Hygiene und Gesundheit in der Weimarer Republik siehe Michael Hau: The Cult of Health and Beauty in Germany. A social history 1890–1930. Chicago 2003. Obwohl Hau „Schönheit“ im Titel führt, geht es in seinem Buch hauptsächlich um Diskurse der Medizin und der Hygiene, nicht um „Schönheit“ oder Konzepte von Schönheit an sich.
- 11 Günter Aust (Hg.): Von der Heydt-Museum. Kunst und Museums Verein Wuppertal. Wuppertal 1977 (Jahresbericht 1977), o. S.
- 12 Jo-Anne Biernie Danzker, Tilman Falk (Hg.): Max Klinger. Zeichnungen, Zustandsdrucke, Zyklen. Ausst. Kat. München 1996, S. 155. Die Idee, dass der Titel des Bildes von Dix Lieblingslokal in Dresden stammen könnte, hat sich nicht bewahrheitet, vgl. Sabine Rewald (Hg.), Glitter and Doom. German Portraits of the 1920s, Ausst. Kat. Metropolitan Museum of Art New York, New Haven 2006, S. 49.
- 13 Dieter Gleisberg (Hg.): Max Klinger 1857–192. Ausst. Kat. Frankfurt/Wuppertal 1992, Kat. Nr. 69, S. 292.
- 14 Vgl. dazu Aust, Von der Heydt-Museum, o. S.
- 15 Friedrich Kleinhempel, Hans-Ulrich Soschinka: Bader, Barbieri und Friseure. Geschichte und Geschichten aus uraltem Handwerk. Frankfurt 1996, S. 164ff.

- 16 Siehe den Artikel von Willi Hartmann: Über das Reinigen und Frisieren der Büsten. in Deutsche Allgemeine Friseur Zeitung, Berlin 16. Oktober 1922, o. S. Der Autor hält fest, dass „[die] Büsten immer noch der schönste und vornehmste Schmuck unserer Schau- fenster [sind]. Sie zeigen dem Damenpublikum unsere Kunst am auffälligsten und sollten sich daher stets der besonderen Fürsorge erfreuen. Das Aufschminken, Kleiden und Frisieren einer Büste verlangt Geschicklichkeit; vor allem viel Geschmack.“ Ein Frisurvorschlag, der der Dixschen Büste am nächsten kommt findet man in der April Ausgabe derselben Zeitschrift im gleichen Jahr.
- 17 Zur Entwicklung des Bubikopfes siehe Sabine Hake: Im Spiegel der Mode, in: Katharina von Ankum (Hg.), Gretchen, Girl, Garçonne, Frauen in der Großstadt. Herausforderung der Moderne? Dortmund 1999, S. 192–213, hier S. 194–195. Laut Hake kommt der Bubikopf über Coco Chanel und Isadora Duncan Anfang der 20er Jahre nach Deutschland und verbreitet sich dann schnell. Nach meinen Recherchen in der *Deutsche Allgemeine Friseur Zeitung* muss es jedoch mindestens bis 1924 gedauert haben, bis der Bubikopf sich wirklich verbreitete. Erst zu diesem Zeitpunkt wird in der Frisörzeitschrift das Schneiden und Frisieren dieses Haarschnitts diskutiert. Siehe z.B. den Artikel von Willie Ring, Bubenkopf-Haarschnitte, in: Deutsche Allgemeine Friseur Zeitung, Juni 1924, S. 255. In der Ausgabe der *Deutschen Allgemeinen Friseur Zeitung* von 1927 dominiert der Bubikopf dann in unterschiedlichsten Variationen, die Frisurvorschläge für langes Haar treten in den Hintergrund. In den Artikeln der Friseurzeitschrift wird entgegen Hakes Behauptungen festgestellt, dass die Frisur aus den USA importiert wurde, nicht aus Paris. Vgl. dazu auch Sabine Rewald (Hg.), *Glitter and Doom. German Portraits of the 1920s*, Ausstellungskatalog Metropolitan Museum of Art New York, New Haven 2006, S. 48-9. Im Katalogeintrag zu Dix' Gemälde wird auch darauf hingewiesen, dass die Frisur der Büste vor dem Ersten Weltkrieg „modern“ war.
- 18 Meine Beobachtungen stützen sich auf die Durchsicht der *Deutsche Allgemeine Friseur Zeitung* von 1922.
- 19 Dazu Katharina Sykora: Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre. In: dies. (Hg.), *Die Neue Frau. Herausforderung für die Bildmedien der Zwanziger Jahre*. Marburg 1993.
- 20 Dazu Strobl, *Otto Dix*, S. 189–193.
- 21 Schmidt, *Otto Dix*, S. 86.
- 22 Aust, *Von der Heydt-Museum*, o. S.
- 23 Im Gemälde „Lustmöder“ (Selbstbildnis) von 1920/21 präsentiert sich Dix ebenfalls in diesen Anzugsstil. Hier sind auch die dazu passenden kurzen Hosen mit Aufschlag zu sehen.
- 24 Farid Chenoune: *A History of Men's Fashion*. Paris 1993, S. 136. Auch in Deutschland galt diese Herrenmode als „up-to-date“, siehe z.B. den Artikel: Ein Kapitel der Herrenmode. In: *Elegante Welt*, Nr. 26, 1922, Dezember, S. 32.
- 25 Chenoune, *Men's Fashion*, S. 136.
- 26 Ebd. Auch Dix' Frisur entspricht diesem Stil. Siehe Zeichnung aus *Monsieur*, Januar 1920, abgebildet in Chenoune, *Men's Fashion*, S. 144. Die straff zurückgekämmten Haare und mit Pomade behandelten Haare nannte man „aviator style.“

- 27 Sabina Brändl: „Der herrlich biedere Mann“ Vom Siegeszug des bürgerlichen Herrenanzugs im 19. Jahrhundert. Zürich 1998, S. 263.
- 28 Dix kann es wohl kaum möglich gewesen sein, einen schwarzen Schlagzeuger selbst gesehen zu haben, da amerikanische Jazz-Bands erst nach 1924 nach Deutschland kamen. Dazu Eckhard Jost: Jazz in Deutschland. Von der Weimarer Republik zur Adenauer Ära. In: ders. (Hg.): That's Jazz. Der Sound der 20er Jahre, Ausst. Kat. Darmstadt 1988, S. 357–378, hier S. 359. Dix hat vermutlich eine fotografische Vorlage verwendet. Zu diesem Ergebnis kommt auch der Autor des Katalogeintrag in: Sabine Rewald (Hg.), Glitter and Doom. German Portraits of the 1920s, Ausstellungskatalog Metropolitan Museum of Art New York, New Haven 2006, S. 48–9.
- 29 Das gleiche gilt für den Indianerkopf, der nur den Stereotyp eines Indianers vermittelt und als Symbol für eine Schlagzeugmarke genutzt wird.
- 30 Sabine Hake: Im Spiegel der Mode. In: Katharina von Ankum (Hg.), Frauen in der Großstadt. Herausforderung der Moderne? Dortmund 1997, S. 192–213, hier S. 208.
- 31 Doris Kolesch: Mode, Moderne und Kulturtheorie – eine schwierige Beziehung. Überlegungen zu Baudelaire, Simmel, Benjamin und Adorno. In: Gertrud Lehnert (Hg.): Mode, Weiblichkeit und Modernität. Dortmund 1998, S. 20–46, hier S. 30.
- 32 Albrecht Koschorke: Die Männer und die Moderne. In: Wolfgang Asholt, Walter Fähnders (Hg.): Der Blick vom Wolkenkratzer. Avantgarde – Avantgardekritik – Avantgardeforschung. Amsterdam 2000, S. 141–162, hier S. 153. Koschorke geht davon aus, dass die Geschlechterrhetorik der Zeit als eine Metapher für andere, tiefer liegende Krisen erhalten muss und das „Weibliche“ als Symbol für eine generelle Entdifferenzierung instrumentalisiert wird. Dagegen ist einzuwenden, dass die Geschlechterordnung selbst ein grundsätzliches, gesellschaftlich strukturierendes Element ist und deswegen eine Verunsicherung dieser Ordnung ebenso einer tieferen gesellschaftlichen Krise gleichkommt.
- 33 Das Selbstporträt wird deshalb auch mit dem kunsthistorischen Terminus „Kniestück“ beschrieben.
- 34 Strobl, Dix, S. 187.
- 35 Auch für Frauen hatte die Verbreitung des Fernsprechers Auswirkungen. Das „Fräulein von Amt“ war für Frauen eine mögliche Verdienquelle. Dort hatten Frauen jedoch nicht den „Hörer im Griff“ wie Dix in unserem Beispiel, sondern spielten eine klassisch „weibliche“, buchstäbliche Vermittlerinnenrolle.
- 36 Dass Telefonieren in den 20er Jahren (noch) „Männersache“ war, beweist die hauptsächliche Verwendung des Telefons für den Geschäftsverkehr. Siehe Frank Thomas: Telefonieren in Deutschland. Organisatorische, technische und räumliche Entwicklung eines großtechnischen Systems, Frankfurt 1995, S. 204. Dix' angestrengte Haltung könnte auch auf das Halten eines Feldtelefons hinweisen. Der Erste Weltkrieg wurde wegen der verstärkten Nutzung der Telegrafie und des Telefons für die Kriegsführung „von Zeitgenossen als der ‚Telefonkrieg‘ bezeichnet“ Ebd., S. 174.
- 37 Irit Rogoff: Er selbst – Konfigurationen von Männlichkeit und Autorität in der Deutschen Moderne. In: Ines Lindner u. a. (Hg.): Blick-Wechsel. Konstruktionen von Männlichkeit und Weiblichkeit in Kunst und Kunstgeschichte. Berlin 1989, S.21–40, hier S. 25.

38 Ebd., S. 24.

39 Marieke von Bernstorff: Otto Dix. An die Schönheit. In: Ulrich Pfisterer, Valeska von Rosen (Hg.): Der Künstler als Kunstwerk. Selbstporträts vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Stuttgart 2005, S. 156.