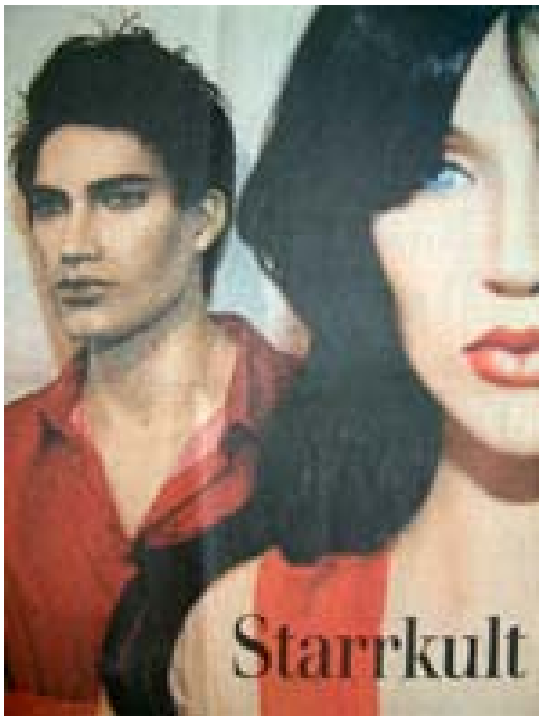


Starrkult

Nach dem Winter ist der Blick auf schlanke Körper im Schaufenster besonders entmutigend. Verantwortlich ist ein Deutscher: Der schafft die perfekte Menschenpuppe jährlich neu



VON BIANCA LANG

Das ist mal ein Empfang wie auf der Geburtstagsparty von Karl Lagerfeld! Diese loftgleiche Halle beherbergt ein Klassentreffen der Schönheitsideale: junge Männer mit schlanken Hälsen auf breiten Schultern, Frauen mit regungslosen Alabastergesichtern. In allen wohnt der immer gleiche unverbindliche Blick. Hier aus einem Paar perfekt getuschter Kulleraugen, dort aus zwei dunklen Schlitzen. Groß sind die Menschen und grazil, hübsch und lässig wie von MTV gecastet, mit ihren Zäpfchen und Ziegenbärtchen. Sie stehen da wie die Gäste einer Cocktailparty. Sie sind so cool, dass sie weder essen oder trinken noch miteinander reden. Sie sind eingefrorene Schönheit: Stehempfang der Schaufensterpuppen.

Inmitten seiner perfekten Schöpfungen wirkt Josef Moch ein wenig hässlicher, als er wirklich ist. Aber auch angenehm menschlich mit seinem dünnen Uli-Hoeneß-Haar auf der breiten Stirn, der spitzen Nase und dem grauen Anzug, der eher Peek & Cloppenburg ausstrahlt als Brioni. Er ist 51, im besten Vateralter für seine Puppen, die er in der Eingangshalle seiner Moch-Figuren GmbH aufgestellt hat. Mochs Großvater gründete das Unternehmen 1907. Heute ist es die älteste und letzte Manufaktur ihrer Art im Land von Schiffer und Klum.

Schaufensterpuppen sind die eigentlichen Supermodels. Was die Meisterschneider in Paris, Mailand, New York zusammennähen, des Schaufenster, jedes Geschäft von Alaska bis nach Neuseeland. Die Schiffers und Bündchens tragen die teuren Kleider in ein paar Sekunden ein paar Schritte und kassieren dafür mehr, als eine Schaufensterpuppe in ihren 40 Lebensjahren kostet. Dummerweise ziehen die Glamourgesichter der Supermodels heute mehr Aufmerksamkeit auf sich als die Stoffe, die sie eigentlich bewerben sollen. In den teuren Kleidern klaglos wochenlang eine gute Figur zu machen und Frauen ihr Idealmaß vor Augen zu führen, das ist Knochenjob von Josef Moch der Puppen.

Aber den wisse ja niemand zu schätzen, findet Josef Moch. „Wer eine Puppe mag, kauft auch die Mode, die sie präsentiert.“ Die „Talfahrt der Textilbranche“ liegt seiner Meinung nach auch einzig und allein an „den vielen

schlechten Puppen". Damit meint er die Importe aus Asien, industriell gefertigt und seelenlos wie Zinnsoldaten. Für Moch ist das Schaufenstersünde. „Die Puppen sind Spiegelbild der Gesellschaft, nicht nur Dekoration. Sie haben eine Persönlichkeit.“ Deshalb gibt er ihnen Namen und nicht bloß Seriennummern. „Dabei lasse ich mich inspirieren, je nachdem ob die Figur eine Wilde oder eher eine Ruhige ist.“

Er erzählt von seinen Puppengeschöpfen, als seien sie seine Kinder. Von den Modellen Karen und Anny mit ihren Girlie-Gesichtern und Fransenfrisuren. Da sie außer Moch kaum jemand kennt, schiebt er nach: „Typ Viva-Mädchen“, die Bestseller im Sortiment.

Im Jahr verkauft Moch etwa 3000 Körper, das Stück für 300 bis 600 € Nur fünf Prozent davon sind Sonderanfertigungen, etwa für Übergrößen-Geschäfte. Der große Rest sind perfekte Körper: Ein weibliches Standardmodell ist heute zwischen 1,73 und 1,84 Meter groß, etwa acht Kilogramm schwer, optisches Alter zwischen 16 und 40 Jahre, Körbchengröße B und Kleidergröße 34 bis 36. Ein männliches Modell ist im Schnitt fünf Zentimeter größer und trägt Konfektion 50 bis 52. Beine und Hals sind länger als noch vor einigen Jahren, Hüften und Fesseln schmaler, die Schultern athletischer. „Das verdanken wir dem Fitnessboom“, sagt Moch. „Die Puppen stehen für ein angepasstes Menschenbild.“ Das hat er diplomatisch ausgedrückt Denn anatomisch gesehen wären die Kunststoff-Grazien kranke Wesen. Eine Frau mit Schaufensterpuppen Figur hätte zu wenig Fett im Körper, um alle normalen Körperfunktionen zu ermöglichen. Nach einer finnischen Studie mit dem Titel „Können Schaufensterpuppen menstruieren?“ ist dieser rechnerisch ermittelte Körperfettanteil in den vergangenen 80 Jahren kontinuierlich und bedenklich gesunken.

Die Puppen sind erstarrte Schönheitsideale ihrer Epoche. In den 30er Jahren waren sie Schönheiten wie Greta Garbo oder dem Herzog von Windsor nachempfunden. Später sahen sie aus wie Brigitte Bardot oder Elvis Presley - die Figuren zeigten Lebensfreude in freundlicheren Gesichtern und runderen Formen. In den 60er Jahren löste die Bohnenstange den Wohlstandstypen ab. Für die Londoner Firma Adel Rootstein, deren exklusive Puppen heute die Schaufenster von Nobelkaufhäusern wie Harrod's in London oder Bergdorf Goodman in New York schmücken, standen erstmals lebende Vorbilder wie Audrey Hepburn und Twiggy Modell.

Die sexuelle Revolution erreichte auch die Schaufenster: Den Puppen wuchsen Brustwarzen, was öffentliche Empörung auslöste. In den 80ern beeinflussten die Diven aus TV-Serien wie „Denver Clan“ die Schaufensterdamen. Kim Cattrall verkörperte ein Fleisch gewordenes „Mannequin“ in dem gleichnamigen Film von Michael Gottlieb. Die Natürlichkeit von Stars wie Juliette Binoche bestimmte in den 90er Jahren den Look. Heute gibt es weltweit noch etwa 200 - 99 Hersteller von Schaufensterpuppen. Sie alle sind ständig auf der Suche nach dem nächsten Trend, auf der Spur von Zeitgeist, und gesellschaftlichen Veränderungen.

Viele von Mochs Puppen haben aktuell asiatische, südländische oder farbige Einschläge, wie das Modell „Marokkaner“. Oder sie orientieren sich bei Stil, Frisur und Styling an Personen der Zeitgeschichte, zum Beispiel Popstar Robbie Williams. Oder Katharina Poblitzki aus Köln. Die hat nämlich die ideale Figur für eine Schaufensterpuppe: schlank, lange Beine, 1,84 Meter groß. Moch war begeistert von der Freundin seiner Tochter und sprach sie an. Seit vier Jahren steht die 22-jährige Studentin gelegentlich Modell für Moch und seinen Bildhauer. Zwei bis drei Tage dauert es, bis er Katharinas Kopie aus Knetgummi modelliert hat, viele Stunden, in denen sie in Hotpants und Tanktop im Dachgeschoss der Firma stillsteht, damit die beiden Männer ihre Formen studieren können. Für Moch ist das harte Arbeit. „Das ist wie bei einer Automobilfirma“, sagt er, „Entwicklung und Design nehmen wir hier selbst in die Hand, das trauen wir keinem anderen zu.“ Die Blickfänger Bauch, Beine und Po sind eine leichte Übung für den Bildhauer. Länger tüftelt er an Händen, Füßen und Gesicht. Moch kommentiert: „Wir kümmern uns um Feinheiten, wir formen den Charakter. Hier entsteht ein Prototyp.“

So wird aus Katharina das Modell „Selection 435“. Es wird einen Ausfallschritt schritt nach links machen, die Hüfte schiebt sich nach rechts, was sexy aussieht und den Po betont. Die Arme sind leicht angewinkelt, die Finger berühren den Ansatz des Oberschenkels. Der Bauch ist flach, die Brüste sind straff und rund. Alles wie bei Katharina. Nur ihr Kopf fehlt. Was nicht daran liegt, dass er nicht schön anzusehen wäre. „Jede Haltung“, erklärt Moch, der studierte Chemiker, „kann mit jedem Kopf und Make-up kombiniert werden. Schließlich gehe es nicht darum, Personen nachzubilden, erklärt er, „sondern deren Aussage.“

Moch führt durch seine Traumfabrik im Industriegebiet von Köln-Rodenkirchen wie ein Kurator durch eine Ausstellung, mit pädagogischem Eifer. Er könnte jedes seiner Geschöpfe wahrscheinlich mit verbundenen Augen an ihrem kleinen Zeh wieder erkennen. Das Elternhaus, in dem Moch heute noch wohnt, liegt direkt neben dem Betrieb. Er lebt und arbeitet mit den Puppen. Etwa 200 hat er aktuell im Angebot, insgesamt hat die Moch Figuren GmbH bislang weit über 1000 entwickelt. Die meisten seiner Modelle bewahrt er auf. Die alten Vorkriegskörper sind noch aus Stoff statt Fiberglas und haben aufgemalte Frisuren statt Perücken. Sein Kabinett bevölkern Dicke und Dünne, Alte und Neue, Kindermodelle mit Zahnücke und Märchenfiguren wie Hänsel und Gretel. Irgendwo steht ein Ronald Reagan herum und andere Witzfiguren wie ein ewig glücklicher Smiley-Kopf. 40 Jahre lagerte der wie viele andere Köpfe auf Mochs Speicher, bis ein Jeansladen etwas Ausgefallenes suchte und der Chef ihn wieder belebte.

Moch beliefert Mode- und Kaufhäuser, aber auch Museen und Theater. 2 Mio. € Umsatz macht er etwa pro Jahr mit seinem, wie er nüchtern betont, „verrückten“ oder „skurrilen Betrieb“. Das ist Mochs Art, Witze zu machen. Er entwickelt auch ständig neue Ulkfiguren wie „Gustav“, der aussieht wie Alfred E. Neumann. Seine neueste Kreation ist eine Zombie-Puppe, mal nichts zum Verlieben. Sein Herz an eine seiner Puppen zu verlieren, das könnte er nicht, sagt Moch. So was kommt aber durchaus vor in der Branche.

Der Puppenmacher Lester Gaba fand 1936 seine Schöpfung Cynthia derart schön, dass er sich angeblich in sie verliebte und sie ihm fortan nicht mehr von der Seite wich. Sie begleitete den Amerikaner sogar zu offiziellen Anlässen. Und der Künstler Oscar Schlemmer bastelte sich eine ideale Gefährtin, nachdem Alma Mahler ihm den Laufpass gegeben hatte.

Moch mag nicht in seine Puppen verliebt sein, aber er vergisst niemals eine. „Wenn ich einen Schaufensterbummel mache, freue ich mich immer, alte Bekannte wieder zu treffen“, erzählt er. „Dann durchzuckt es mich wie ein Blitz, und ich hole sofort meine Kamera raus.“