

Mittelbayerische

Samstag, 25. / Sonntag, 26. November 2006

Sonntagsmagazin

Menschen von der Streckbank

Schaufensterfiguren-Fabrik wird 100 / Sie sehen perfekt aus, aber aus Fleisch und Blut wären die Puppen nicht lebensfähig



Von Christoph Driessen, DPA

Die abwaschbaren Leichtgewichte waren nicht immer so dünn. Anfang der 50er Jahre schoben sie einen richtigen Bauch vor sich her und trugen zur Echthaarperücke mit Schmalztolle stolz ein. Wenn Josef Moch, Schöpfer von Idealmenschen, die Tür zu seiner Kellerwerkstatt öffnet, fällt der Blick sofort auf eine Nackte mit frischen Spachtel Spuren. „Da tüfteln wir schon seit Tagen an den Brüsten herum“, erläutert Mochs Designerin Gaby Szymkowiak (28). „Aber die sitzen irgendwie noch nicht.“ Bis zur Lösung dieses Problems wird die Menschwerdung nicht abgeschlossen sein. Denn der Name Moch steht seit drei Generationen für den perfekten Menschen:

Im nächsten Jahr wird die Schaufensterfiguren-Fabrik am Stadtrand von Köln 100 Jahre alt. Es ist die älteste Europas, vielleicht sogar der Welt.

Es riecht nach Harz. Ein Modellierer hält einen Kopf zwischen den Knien und pult hochkonzentriert mit einer Fräse in der rechten Ohrmuschel herum. Ein Dutzend junger, hoch gewachsener Frauen schaut ihm über die Schulter - aber der Blick geht ins Leere. Dahinter stapeln sich Männer-, Frauen- und Kinderarme. An der Decke hängen Beine am Fleischerhaken. Wenn jemand die Tür öffnet, bewegen sie sich leicht im Luftzug.

Wer hier in Serie geht, hat keinen Bauchansatz und kein Doppelkinn, keine Hakennase und keine Falten. Kleinste Fehler reichen aus, um den Unwillen von Doktor Moch (53) zu erregen. Ein Mann, der auf einem Schild um den Hals die Aufschrift „sitting man` trägt, guckt ihm zum Beispiel zu melancholisch - mit diesem Fremdmodell aus einer anderen Werkstatt will er nicht in Verbindung gebracht werden.

Ein Modellierer mit einem buschigen Schnauzbart schüttelt eine Gussform für einen Kopf. „Fühlen Sie mal“, sagt er mit breitem Grinsen. Wenn man durch den offenen Hals in den Kopf fasst, spürt man eine warme, weiche Masse. „Gleich ist das schon ausgehärtet“, verspricht der Schädelchüttler. Firmeninhaber Moch tritt hinzu. „Da, sehen Sie, diese Köpfe da sind gerade fertig geworden.“ Er zeigt auf eine Reihe edler Häupter, alle mit gerade richtig hoher Stirn und vorstehenden Backenknochen. Dahinter an der Wand ist das Schädelmagazin mit den Gussformen. Fein säuberlich sind sie im Regal aufgereiht: Jeanette und Nicole, Nils und Daniel. Die Namen stehen in schwarzer Schrift auf den Hinterköpfen.

Wortlos lassen sich zwei leichenblasse Herren in einem Karton verstauen. „Bitte mal zur Seite treten, die müssen heute noch raus“, sagt ein Mann im Arbeitskittel. Einer seiner Kollegen entkleidet gerade eine Dame - tiefe Risse im Dekollete werden sichtbar. „Die frischen wir hier wieder auf“, sagt Moch nach einem flüchtigen Blick. Das ist wesentlich billiger, als etwa 600 Euro für eine neue Figur auszugeben. Große Kaufhäuser gehen mit ihren Schaufensterfiguren häufig nicht zimperlich um und reißen ihnen Arme und Beine ab. „Dagegen haben viele kleine Boutiquenbesitzer ein fast zärtliches Verhältnis zu ihren zwei, drei Figuren.“

Die Designerin Joanna Urbanowicz (45) zückt die Airbrush-Pistole und sprüht einem Alabastergesicht die Pupillen auf. „Ich muss immer schauen, ob die nicht schielen, das ist ganz wichtig.“ Auf ihrer Arbeitsplatte stehen Farbfläschchen und Sprühdosen, Pinsel und Wattestäbchen liegen herum. Jedes Jahr bemalt sie etwa 1500 Gesichter. Ende der 90er Jahre hatte sie mal eine Flaute - damals waren Schaufensterpuppen ohne Köpfe in Mode. „Jetzt sind sie zum Glück wieder mit Kopf.“

Obwohl es beim Preis keinen Unterschied gibt, sind Männerköpfe schneller bemalt. „Die müssen ja nicht schön sein“, sagt Urbanowicz. Natürlich ist das ein Scherz: Auch die Männer sind hier schön - unnatürlich schön. Da kann es schon mal vorkommen, dass ein in die Seite gestemmter Arm extra kurz ist, damit der Jackettärmel trotzdem bis zum Handgelenk reicht und nicht zu weit hochrutscht.

Verkürzen ist allerdings eher die Ausnahme - die meisten Kunstharzgeschöpfe, Herren wie Damen, kommen auf die Streckbank, bis sie so lang und dünn sind, dass „keine normalen Körperfunktionen mehr möglich wären“, wie eine Studie ergab. Das heißt: Als Menschen aus Fleisch und Blut wären sie nicht lebensfähig.

„Aber Schaufensterpuppen können ja auch nicht den Bauch einziehen“, meint Gaby Szymkowiak entschuldigend. „Im übrigen machen wir das, was verlangt wird. Andere produzieren noch viel dünnere Puppen.“ Moch betont: „Es ist ein überzogenes Kunstobjekt. Und ich glaube, letztlich will niemand so aussehen wie eine Schaufensterpuppe.“ Doppelkinn und dicke Backen zur Schau. Damals, während der „Fresswelle“ zu Beginn des Wirtschaftswunders, bestand Coolness darin, wieder was auf dem Tisch zu haben. „Aber Schaufensterpuppen können ja auch nicht den Bauch einziehen“, meint Gaby Szymkowiak entschuldigend. „Im übrigen machen wir das, was verlangt wird. Andere

produzieren noch viel dünnere Puppen." Moch betont: „Es ist ein überzogenes Kunstobjekt. Und ich glaube, letztlich will niemand so aussehen wie eine Schaufensterpuppe.“

Die abwaschbaren Leichtgewichte waren nicht immer so dünn. Anfang der 50er Jahre schoben sie einen richtigen Bauch vor sich her und trugen zur Echthaarperücke mit Schmalztolle stolz ein Doppelkinn und dicke Backen zur Schau. Damals, während der „Fresswelle“ zu Beginn des Wirtschaftswunders, bestand Coolness darin, wieder was auf dem Tisch zu haben. „Körperliche Fülligkeit war damals ein Karrieresymbol“, so Moch. In jenen Tagen lächelten die Figuren auch noch - aber das haben ihnen ihre Schöpfer dann abgewöhnt. „Das wirkt schnell naiv.“

In den Swinging Sixties nahmen die Figuren verdrehte Posen an wie in der Disco. In den 80er Jahren verkaufte sich eine Figur umso besser, je aggressiver sie dreinblickte. Die Frauen sahen alle ein bisschen aus wie Joan Collins - so wie sie in den 30er Jahren an Greta Garbo erinnerten, in den 50ern an Brigitte Bardot und in den 60ern an das Fotomodell Twiggy.

Bei Moch kaufen auch Museen und Theater, Polizei und Feuerwehr, das Bundeskriminalamt und sogar der Verfassungsschutz - zu welchem Zweck, bleibt sein Geheimnis. Die Hauptabnehmer sind natürlich Modegeschäfte. Während Kaufhäuser meist wenig auffällige Figuren bevorzugen, wollen Jeans-Läden für ein sehr junges Publikum extreme, provozierende Puppen mit lässiger Haltung und wilder Frisur. Männliche Puppen sind extrem breitschultrig, sobald die Mode auf Teenager abzielt. Der Bildhauer, der Moch die Gesichtsvorlagen liefert, lässt sich schon mal aus der „Bravo“ inspirieren. Auch eine langbeinige Auszubildende bei Moch stand vor einigen Jahren mehrfach Modell.

Keiner verdient sich eine goldene Nase“, sagt Moch. „Aber immerhin gibt es uns noch.“ Die anderen zwölf Familienbetriebe, die in den 60er Jahren in Deutschland existierten, haben schon lange geschlossen. Heute dominieren ausländische Firmen mit Massenproduktion den Markt. Auch Moch lässt die Körper seiner Figuren seit dreißig Jahren in Asien herstellen, doch die charakteristischen Kopfmodelle werden weiterhin nur am Heimatsitz gefertigt.