

## Women on View

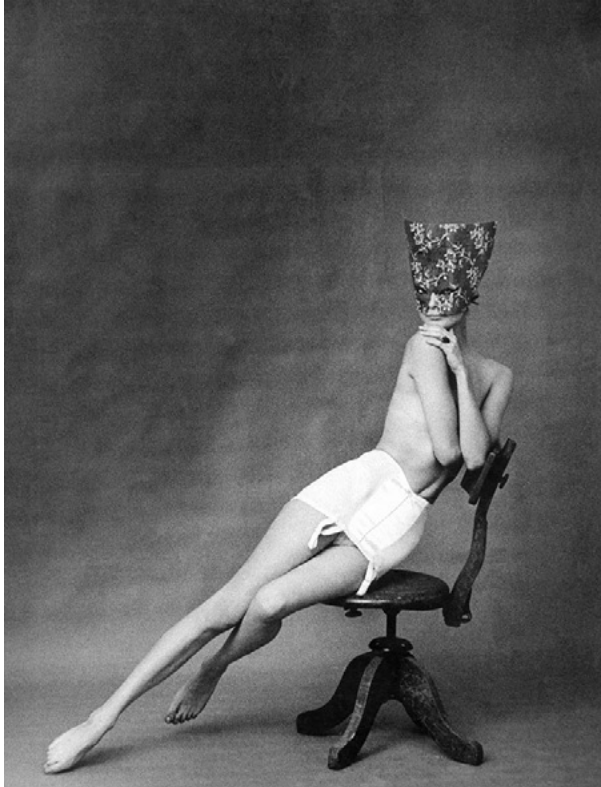
### Über die Ästhetik des Begehrens in der Werbung



Hervé Plumet. From Audi Campaign, 2003, Courtesy the artist

Die Abbildung des unbedeckten, idealen Menschen unterliegt in der westlichen Kunst einer langen Tradition. Doch erst die Moderne löste Nacktheit aus ihrem religiösen oder allegorischen Kontext heraus und zeigte sie offen und natürlich, auch in Verbindung mit Eros. Heute gehören nackte Körper, vor allem von Frauen, zur medialen Dauerware. Sie sind aus der Werbebranche nicht wegzudenken.

Die Galerie Chaussee 36 in Berlin zeigt noch bis zum 27. April 2019 die Fotoausstellung *Women on View* zum Thema der Ästhetik des Begehrens in der Werbung mit Bildern zahlreicher namhafter Fotografen.



Frank Horvat. From Chantelle Lingerie Campaign, Paris, 1958. Copyright Frank Horvat, Courtesy In Camera Galerie

Von Anfang an inszenierte die Werbeindustrie den weiblichen Körper zur besseren Vermarktung von Produkten, während sie männliche Nacktheit noch bis ins späte 20. Jahrhundert kaum beachtet ließ.

Modelle verkörpern demnach das Idealbild westlicher, weiblicher Schönheit.

Und doch widersetzten sie sich über Jahrzehnte hinweg einem einheitlichen Kanon, was auf die charakteristische Entwicklung der Präsentation von Frauenfiguren zurückzuführen ist.

Besonders in Bildern der Mode- und Werbefotografie kann ein Paradigmenwechsel vom Verkauf von Produkten bis hin zum Verkauf bestimmter Lifestyles konstatiert werden.

Die Gruppenausstellung *Women on View* thematisiert die Erotisierung des weiblichen Körpers in der Werbefotografie – angefangen bei der frühen Produktreklame der 1940er Jahre über die Ära der Hyper-Erotisierung der Frau

in den 1990er Jahren hin zu zeitgenössischen Positionen in der Werbefotografie.

Präsentiert werden legendäre Plakate und Fotografien von namhaften Künstlern wie Richard Avedon, Lillian Bassman, Guy Bourdin, Erwin Blumenfeld, Michel Comte, Patrick Demarchelier, Hans Feurer, Francis Giacobetti, Christophe Gilbert, Sarah Hardacre, Horst P. Horst, Frank Horvat, Paul Huf, Peter Lindbergh, Jean Daniel Lorieux, Bernard Matussièrre, Uwe Ommer, Onofrio Paccione, Marino Parisotto, Norman Parkinson, Irving Penn, Michel Perez, Hervé Plumet, Helmut Newton, John Rawlings, Regina Relang, Herb Ritts, Franco Rubartelli, Mark Shaw, Jeanloup Sieff, Melvin Sokolsky, Tono Stano, Bert Stern, Karin Szekessy, Ellen von Unwerth und Albert Watson.





li: Jean-Daniel Lorieux. Bridgeston Calender, Tunisia, 1985. Courtesy the artist | re: Ellen von Unwerth. From Happy Socks Campaign, Los Angeles, 2015. Courtesy the artist

Einerseits zeigt die Ausstellung verschiedene Darstellungsweisen der Frau in der Werbung auf. Andererseits hinterfragt sie die wechselseitigen Einflüsse der modischen und kommerziellen Fotografie bei der Schaffung ästhetischer Standards. Darüber hinaus verweist die Ausstellung auf den soziokulturellen Einfluss von Werbung. Diese ist ein Spiegelbild gesellschaftlicher Einstellungen und beeinflusst als Ab- und Vorbild gängige Rollenbilder und Vorstellungen von Schönheit.



Guy Bourdin From Charles Jourdan Campaign, French Vogue, January 1980. Copyright The Guy Bourdin Estate 2018, Courtesy Louise Alexander Gallery & Chaussee 36

In unserer gegenwärtig mediendominierten Welt wird die Verbreitung von genormten Attraktivitätsvorstellungen und Schönheitsidealen zunehmend begünstigt. So führte die Nutzung einer Bildsprache, in der weibliche Modelle signifikant aufreizend und provokativ gezeigt wurden, in der Vergangenheit zu einer zunehmenden Sexualisierung in der Öffentlichkeit.

Ist die Darstellung von Frauen heute immer noch ein Zeugnis der Begierde in unserem gesellschaftlichen Streben nach den Idealen menschlicher Vollkommenheit? Oder ist diese Form des Begehrens bereits im Wandel begriffen?





li: Christophe Gilbert. From Levi's, Campaign 2004. Courtesy the artist | re: Marino Parisotto. From La Perla Campaign, 1998. Courtesy the artist

## **Publikation**

Anlässlich der Ausstellung *Women on View* erscheint eine umfangreiche Publikation (dt.-engl.) mit einem Vorwort des Kurators der Helmut Newton Stiftung Matthias Harder, Texten der Soziologin Esther Loubradou sowie zahlreichen Abbildungen von historischen Werbefotografien.

## **Besucherinformationen**

### [Chaussee 36](#)

Alice Le Campion  
Chausseestraße 36, D-10115 Berlin  
Tel +49 (0)30 257 43 839



Ausstellungsdauer: bis 27. April 2019

Öffnungszeiten: Mi bis Sa 13-18 Uhr und nach Vereinbarung

Eintritt: 5 Euro

Bilder und Texte mit freundlicher Genehmigung von [Chaussee 36](#)

[Unsere chronologische Übersicht aktueller Fotoausstellungen im deutschsprachigen Raum.](#)