

Schüler schreiben: Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und des Bundesverbandes deutscher Banken

Was die Kleider drunter tragen Schaufensterfiguren gehen mit der Mode

Sie sind die am schlechtesten bezahlten Models der Welt und tragen doch die teuersten Designerstücke.

Schaufensterfiguren sind allgegenwärtig und dienen einem einzigen Zweck: Sie sollen den Kaufwillen der Schaufensterbummler wecken. Dies liegt im Interesse großer Kaufhäuser, aber auch einzelne Bekleidungsfirmen brauchen sie. Je nach Ausstellungsfläche benötigt ein Warenhaus zwischen 50 und 200 Figuren, da die Modelle je nach Saison und Aktion eingesetzt werden. So verfügt die Karstadt-Filiale auf der Frankfurter Zeil über 100 Schaufensterfiguren und 150 Torsi und zahlt für die Anschaffung 700 bis 1000 Euro je Stück. Die jährlichen Reparaturkosten belaufen sich nach Angaben des Leiters der Schauwerbeabteilung Horst van Ingelgom auf etwa 5000 Euro. In der größten Filiale der Galeria Kaufhof in der Kölner Hohe Straße stehen sich täglich laut Steffen Kern, Pressesprecher der Kaufhof Warenhaus AG, 240 der insgesamt 260 Figuren die Beine in den Bauch.

Die lebensgroßen Puppen sind nur noch selten handwerklich gefertigt. Sie werden mittlerweile fast ausschließlich als Massenprodukt hergestellt. Weltweit werden laut Walter Knapp, Präsident der European Display Organisation, jedes Jahr 1,4 bis 1,8 Millionen Königinnen der Schaufenster produziert. Mindestens 300 000 tragen derzeit in deutschen Verkaufsräumen zur Schau, was der Modemarkt hergibt.

Etwa ein Zehntel von ihnen stammt aus der Werkstatt der Moch Figuren GmbH. Das Familienunternehmen ist der letzte handwerkliche Hersteller von Schaufensterfiguren in Deutschland, der den Billigimporten aus Italien und Asien standhält. 1907 in Düsseldorf gegründet von Franz Moch, dem Großvater des heutigen Geschäftsführers Josef Moch, und damit nur wenige Jahre nach dem Beginn der fabrikmäßigen Produktion in Großstädten wie Paris, Brüssel und Berlin, hat der Betrieb seinen Sitz seit 1954 im Kölner Stadtteil



Figurenbetont, aber etwas bleich
Foto: ddp

Präsentationsraum, Werkstatt und Lager in einem ist, sind 15 Mitarbeiter beschäftigt, zu Modemessezeiten kommen einige Aushilfen hinzu. In Handarbeit entstehen die acht Kilogramm schweren, 300 bis 600 Euro teuren Figuren, die meist aus Fiberglas bestehen. Im Jahr verkauft Moch etwa 3000 komplette Figuren und 1000 Torsi an Geschäfte, Museen, Film, Theater und an Planungsbüros für Ladendesign.

Neben Standardmodellen werden auch Sonderanfertigungen für Übergrößen oder Kindermode in Auftrag gegeben. Hierbei schlagen sich einfache Modifikationen wie individuelles Make-up oder eine spezielle Hautfarbe kaum im Preis nieder.

bis zu 30 Jahren h
zu konstruieren, d
Ausdruck an Trenn
ihre Maße ändern
Finnische Forsch
Schaufensterfigure
Jahren und berech
den fünfziger Jahr
dem einer gesund
Heute ist er so nie
Körperfunktionen
Im Vergleich zur le
sind die Hüften 13
Oberschenkel etw
Schaufensterpupp
ihrer Zeit. In den d

Rodenkirchen. Moch kooperiert seit den siebziger Jahren mit Betrieben in Italien und Taiwan, wo er für Großaufträge einen Teil der Körper produzieren läßt - das ist etwa 60 Prozent günstiger als in Deutschland. Doch nicht nur die Kosten sind entscheidend. „Umweltauflagen und Arbeitsstandards machen eine Produktion hierzulande undenkbar“, sagt Moch. Es sei unmöglich, in Deutschland qualifizierte Kräfte zu finden, die solche Näharbeiten übernehmen, wie sie bei der Figurenfertigung nötig seien. Prototypen, Sonderanfertigungen und sämtliche Köpfe der Puppen läßt er allerdings in Köln anfertigen. In der Produktionshalle, die Büro,

Wünscht ein Kunde ein völlig neues Gesicht, werden dafür etwa 1500 Euro fällig; die Neuentwicklung einer kompletten Figur kostet rund 5000 Euro. Das geschieht allerdings selten. Die größte Nachfrage besteht nach Standardmodellen aus dem Programm. Die Modelle 422 und 433 kosten mit einem Kopf nach Wahl aus dem Sortiment 590 Euro. Sie werden ständig angepaßt. „Als im Sommer Stegsandalen im Trend lagen, mußte auf Kundenwunsch zwischen den Zehen einiger Figuren eine Lücke eingefügt werden, damit sie die Sandalen tragen konnten“, berichtet Moch.

Schaufensterfiguren sollen nicht nur den Charakter eines Unternehmens widerspiegeln, sie sind auch so vielfältig wie die Kulturen, denen sie entstammen. Während deutsche Figuren oft weiß sind oder eine natürliche Hautfarbe besitzen, fallen britischen Schaufensterbummlern häufig grell geschminkte Mannequins ins Auge. Südeuropäische Modelle wiederum sind meist blaß gräulich gepudert, berichtet Moch und schätzt das Verhältnis von weiblichen zu männlichen Figuren auf 60 zu 40. Da die Puppen eine Lebensdauer von

Garbo als Vorbild, waren Brigitte Bar Maß der Dinge. W Zweiten Weltkrieg modern, bevor ma wieder an schlank orientierte. „Senio wurden erstmals in Leitmesse für Han Euroshop, vorgest Moch übernimmt a Reparatur. Der Pr Grundrenovierung bewegt sich mit 12 Behandlung im Ko Zwei Millionen Eur Unternehmen jähr stagnierte der Um machen wirt nicht Großproduktion in in Köln nun stärker „Neben allem Kau uns Begriffe wie T Kulturgeschichte u großgeschrieben“.

ELENA NASS

Sie erhielt dafür einen ersten Preis, den sie im September dieses Jahres in Berlin entgegennahm.