

Christian Dior: Designer of Dreams

Victoria and Albert Museum, London

> 02.02. – 14.07. 2019

Die Retrospektive im *Victoria and Albert Museum* ist als Hommage an den Modeschöpfer und sein Haus konzipiert. Bereits der Titel „Christian Dior: Designer of Dreams“ verspricht Eskapismus. Zu sehen sind 200 wunderschöne Haute-Couture-Kreationen aus Chiffon, Seide, Spitze, feinsten Stickereien und Swarovski-Kristallen, alles meisterlich verarbeitet und in einer großartigen Kulisse arrangiert. Außer den Kleidern sind rund 300 weitere Objekte ausgestellt, darunter Accessoires, Miniatur-Haute-Couture-Modelle und Parfüm-Flakons sowie Fotografien, die Christian Diors (1905-1957) Lebensstationen dokumentieren. Beherrscht wird die Szenerie von seinen Original-Modellen. Alle seine Modelinien von 1947 bis 1957 sind vertreten. Sie dienen den Dior nachfolgenden Kreativ-Direktoren – sechs bis heute – als Quelle der Erleuchtung und als Verpflichtung für die Weiterentwicklung des Erbes.

Die Ausstellung ist eine Übernahme vom Pariser *Musée des Arts Décoratifs*, das 2017 damit an den 70. Jahrestag des „New Look“ erinnerte. Die meisten Exponate stammen aus der *Dior Héritage collection* des Luxuskonzerns *Moët Hennessy Louis Vuitton*, dem das Modehaus heute gehört. Gegenüber der Pariser Schau kommt im *Victoria and Albert* zusätzlich ein Kapitel über Christian Diors Beziehung zum Vereinigten Königreich hinzu.

Den Auftakt macht das „Bar“-Kostüm – gedacht für den vorabendlichen Cocktail an der Hotelbar. Es ist das bekannteste Modell aus Diors Debüt-Kollektion, die im Februar 1947 wie ein Meteorit in die Nachkriegs-Modewelt einschlug. Die Jacke ist aus elfenbeinfarbener Shantung-Seide, der weitschwingende Rock aus vier Metern schwarzem, plissiertem Wollstoff reicht fast bis zum Knöchel.



1 Christian Diors „Bar“-Kostüm, 1947, aus der Sammlung des Victoria and Albert Museums, sowie Re-Interpretationen durch seine Nachfolger aus der Dior Héritage collection, Paris. Foto © Rose Wagner

Mit dem „New Look“, wie Diors Stil fortan hieß, wurde der sparsame und praktische Modestil der Kriegszeit mit seinen geschlechtsneutralisierenden Tendenzen und Anklängen an Uniformen verabschiedet. Das „Bar“-Ensemble wurde zum Inbegriff des „New Look“, dessen Kennzeichen sanft abfallende Schultern, runder Busen, Wespentaille und gepolsterte Hüften waren. Er war hyperfeminin und verlangte nach einem Korsett sowie weiteren stützenden Unterbauten. Hosen waren im „New Look“ nicht vorgesehen.

Die augenfällige Herausstellung des „Bar“-Kostüms in der Ausstellung geht nicht mit einer Einordnung in die sozial-kulturellen Gegebenheiten seiner Entstehungszeit einher. Sie würde die Aufregung über den „New Look“ überhaupt erst verständlich machen. Die Befreiung von Paris lag gerade drei Jahre zurück, das Kriegsende kaum zwei Jahre. Noch immer bestimmten Mangel, Entbehrung und Unsicherheit über die Zukunft den Alltag, die Stimmung war gedrückt, die politischen Gräben in Frankreich tief. Weil die Drucker streikten, blieb die französische Presse im Februar 1947 weitgehend stumm. Die englische Presse hielt sich wegen anhaltender Rationierung im Textilbereich mit der Berichterstattung über den „New Look“ zurück, um nicht unerfüllbare Wünsche zu wecken. Das war die Stunde der amerikanischen Modemagazine *Harper's Bazaar* und *Vogue*, die begeistert über Diors Kollektion berichteten, obwohl in den USA die Designerin Claire McCardell (1905-1958) mit einer unkomplizierten, bewegungsfreundlichen Mode Erfolge feierte. Doch ihr fehlte der Paris-Nimbus; McCardell produzierte ausschließlich erschwingliche Ready-to-wear-Mode.

Mit Diors Debüt-Kollektion war Paris zurück im Zentrum der internationalen Modewelt. Über den Initiator und Finanzier von Diors Geschäftseröffnung, den Textilfabrikanten Marcel Boussac, wird in der Ausstellung nicht berichtet.

Dass der „New Look“ nicht auf ungeteilte Begeisterung traf, wird einzig durch ein kleines Foto dokumentiert, das in einer Vitrine mit ansonsten ausschließlich positiven Äußerungen zum „New Look“ kaum auffällt. Ende des Jahres 1947 sah sich Christian Dior in Chicago einer Gruppe Frauen gegenüber, die Schilder mit der Aufschrift „Mr. Dior, we abhor dresses to the floor“ hochhielten und den immensen Stoffverbrauch sowie die unpraktischen langen Röcke kritisierten. Auch in Frankreich wurde das in Diors Mode zum Ausdruck kommende Frauenbild abgelehnt, Widerspruch kam von Frauen aus der Arbeiterklasse und Intellektuellen wie Simone de Beauvoir. Sie gehörten jedoch nicht zu Diors Zielgruppe, und der „New Look“ setzte sich letztlich durch.

In den 1950er Jahren war Großbritannien nach den USA und Frankreich der drittgrößte Absatzmarkt für das Modehaus. Den Damen der britischen High Society zeigte Dior seine Kollektionen bei privaten Modenschauen in traditionsreichen Landsitzen wie dem *Blenheim Palace* – Geburtsort von Winston Churchill –, wo auch Prinzessin Margaret Vorführungen beiwohnte. Für die Ausstellung wurde ein Salon dieses Palais` nachgebildet, einschließlich Säulen, Bodenfliesen und Fototapeten-Ausblick auf den Park. Die meisten Kleider in diesem Abschnitt stammen aus den Sammlungen britischer Museen.

Glanzpunkt des britischen Teils ist das Ballkleid zu Prinzessin Margarets 21. Geburtstag. Im Vergleich zu Cecil Beaton's (1904-1980) fotografischer Inszenierung im Palast-Ambiente mit der erwartungsvoll in die Zukunft blickenden Prinzessin, wirkt das reale Ballkleid unspektakulär.



2 Ballrobe, Christian Dior, Spezialanfertigung für Prinzessin Margaret 1951, Victoria and Albert Museum sowie Museum of London. Foto © Rose Wagner

In Sälen mit Titeln wie „Historizismus“, „Reisen“ oder „Gärten“ geht es um Christian Diors Inspirationsquellen. Hier stehen seine Modelle neben denen seiner Nachfolger. Auf einen Blick lässt sich erkennen, was sie miteinander verbindet, worin sie sich unterscheiden, wie sie auf den jeweiligen Zeitgeist reagierten.



3 Themensaal „Gärten“, von links nach rechts Christian Dior, Marc Bohan, John Galliano, Yves Saint Laurent, alle aus Dior Héritage collection, Paris. Foto © Rose Wagner

Für Dior war die Belle Époque die wichtigste stilprägende Epoche, eine Zeit der Opulenz und stabiler, eindeutig definierter Geschlechterverhältnisse. Von Diors Nachfolgern spielte vor allem John Galliano (1997-2011) mit Stil-Elementen dieser Ära.



4 Themensaal „Historizismus“, John Galliano für Dior, Frühjahr/Sommer 2005, Dior Héritage collection, Paris. Foto © Rose Wagner

Den sechs Chef-Designern wird zusätzlich jeweils ein eigener Abschnitt gewidmet, in dem vor überdimensionierten Porträt-Fotos typische Entwürfe arrangiert sind. John Galliano übertrönt mit schrägen, operettenhaften und manchmal grotesken Kostümen alle anderen. Sein Rauswurf bei Dior wegen anti-semitischer Ausfälle wird auf einer Informationstafel euphemistisch als „Kontroverse“ abgetan, die zur Trennung geführt habe.



5 Modelle von John Galliano für Dior, alle aus Dior Héritage collection; Kopfbedeckungen von Stephen Jones. Foto © Rose Wagner

Nachfolger Gallianos wurde Raf Simons (2012-2015), dessen klarer, schnörkelloser Stil an Marc Bohan (1961-1989) erinnert. Größere Gegensätze als Galliano und Simons sind schwer vorstellbar. Man hätte gern etwas über die Überlegungen erfahren, die den Konzern bewogen, nach dem exaltierten Briten den zurückhaltenden Belgier Simons zu engagieren. Als Simons nach drei Jahren das Haus Dior auf eigenen Wunsch verließ, übte er Kritik an

überzogenen Erwartungen des Konzerns über die Anzahl der Kollektionen pro Jahr. Auf einer Informationstafel heißt es lediglich, Simons habe sich auf seine eigene Modelinie konzentrieren wollen.



6 Raf Simons für Dior, Herbst/Winter 2012. Foto © Laziz Hamani / Dior Héritage collection, Paris

Seit 2016 ist Maria Grazia Chiuri Chef-Designerin bei Dior und liefert eine als feministisch deklarierte Mode. Sie schickte Models in T-Shirts mit der Aufschrift „We should all be feminists“ auf den Laufsteg; ihre Kollektion für Frühjahr/Sommer 2019 steht unter dem Motto „Sisterhood is global“. Diese Slogans finden sich auf den in der Ausstellung gezeigten Modellen nicht, stattdessen große Logos, Mode für eine markenbewusste Klientel.



7 Maria Grazia Chiuri für Dior, Frühjahr/Sommer 2018. Foto © Laziz Hamani / Dior Héritage collection, Paris

Der Höhepunkt der Ausstellung ist der Ballsaal mit Drehbühne, Klang-Teppich und einer Lichtregie, die die Abendroben in wechselnde Farben taucht. Auf einer Seitenbühne sind Roben aufgereiht, die von Auftritten auf Roten Teppichen bekannt sind. Hier ist das Gedränge der Ausstellungsbesucher besonders groß.



8 Roben für Hollywood-Stars, Dior Héritage collection, Paris. Foto © Rose Wagner

Die Ausstellung könnte vom Luxus-Konzern *Moët Hennessy Louis Vuitton* selbst konzipiert worden sein. Der kuratorische Anteil des *Victoria and Albert Museums*, immerhin eines der wichtigsten Kunstgewerbemuseen der Welt, wird nicht deutlich genug. Es fehlt die Einordnung in einen Kontext. Gerade am Beispiel des Modehauses Dior drängt sich die Frage auf, welche Abhängigkeiten bestehen und wie es um die kreative Autonomie von Chef-Designern bestellt ist.

Bereits zwei Wochen nach Eröffnung waren die Online-Tickets ausgebucht. Die Ausstellung ist ein Publikumserfolg, doch über eine perfekt inszenierte Unterhaltungsschau geht sie nicht hinaus. Für ein Museum mit dem Renommee des *Victoria and Albert* reicht es nicht, ausschließlich die schöne Seite der Mode zu inszenieren, ohne einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Im *Musée des Arts Décoratifs* in Paris waren Olivier Gabet und Florence Miller für das Konzept zuständig, im *Victoria and Albert* Oriole Cullen, die Szenografie stammt von Nathalie Crinière. Swarovski ist Sponsor.

Text: © Rose Wagner

Fotos: © Rose Wagner sowie Laziz Hamani, Musée des Arts Décoratifs und Dior Héritage collection, Paris

Rose Wagner für *netzwerk mode textil e. V.* (online: 30.04.2019)