

## P R E S S E M I T T E I L U N G

### **Women on View. Eine Ästhetik des Begehrens in der Werbung**

**Eröffnung:** Freitag, 1. Februar 2019, 18.00 – 21.00 Uhr (nur auf Einladung)

**Laufzeit:** 2. Februar – 27. April 2019

**Ort:** Chaussee 36, Chausseestraße 36, 10115 Berlin



Hervé Plument, 2003, Campaign for Audi, courtesy + © Hervé Plument / Marino Parisotto, 1998, Campaign for La Perla, copyright + courtesy Marino Parisotto

Am **1. Februar 2019** eröffnet die Ausstellung **Women on View. Eine Ästhetik des Begehrens in der Werbung** in den Räumen der **Chaussee 36**, im Herzen von Berlin-Mitte.

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, sind aus der Werbebranche nicht wegzudenken.

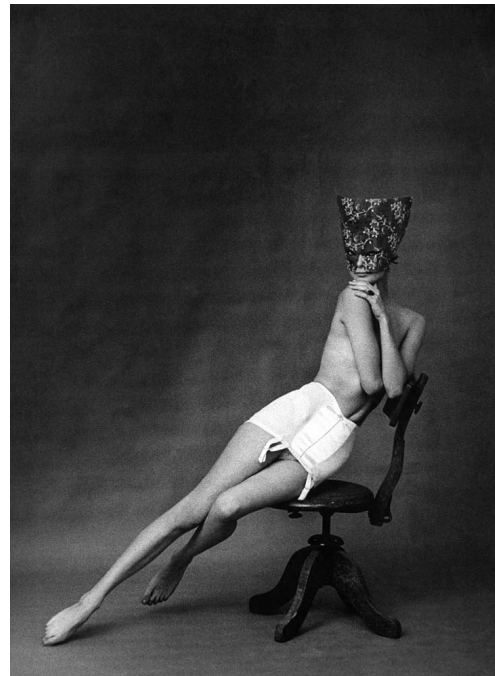
Von Anfang an inszenierte die Werbeindustrie den weiblichen Körper zur besseren Vermarktung von Produkten, während sie männliche Nacktheit noch bis ins späte 20. Jahrhundert kaum beachtet ließ. Modelle verkörpern demnach das Idealbild westlicher, weiblicher Schönheit. Und doch widersetzten sie sich über 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 **Horst P. Horst, Erwin Blumenfeld, Helmut Newton, Peter Lindbergh, Herb Ritts, Irving Penn** und **Jeanloup Sieff**, um nur einige zu nennen. 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. 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?



Ellen von Unwerth, From the Absolut Vodka Campaign, New York, 2009, copyright: Ellen von Unwerth



Frank Horvat, Model with mask, for Lingerie Chantelle, Paris 1958, copyright Frank Horvat, courtesy in camera Galerie

Anlässlich der Ausstellung 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.

#### **Ausstellungskontakt:**

Chaussee 36, Alice Le Campion, Chausseestraße 36, 10115 Berlin  
Tel: +49 (0)30 257 43 839 | Mi. – Sa., 13 – 18 Uhr und nach Vereinbarung; Eintritt: 5,00 EUR  
Am ersten Publikumstag, dem 2. Februar 2019, ist der Eintritt frei.  
Mehr Informationen unter [www.galerie36berlin.com](http://www.galerie36berlin.com)

#### **Pressekontakt:**

Nadine Dinter **PR** | Fasanenstraße 70, 10719 Berlin  
Tel: +49 (0)30/398 87 411 | Mobil: +49 (0)151/123 70 951  
E-Mail: [presse@nadine-dinter.de](mailto:presse@nadine-dinter.de) | [www.dinter-pr.de](http://www.dinter-pr.de)