

- 11** *Annette Geiger*  
Die Klugheit des Schönen – Mode als Methode  
Zur Einführung
- Schönheitsbilder – imaginär und medial**
- 31** *Annette Bitsch*  
Schneeweißchen und Lippenrot.  
Die Farbe in der Kulturgeschichte der Kosmetik
- 53** *Laura Bieger*  
Schöne Körper, hungriges Selbst –  
Über die moderne Wunschökonomie der Anerkennung
- 63** *Cornelia Förster/Annette Geiger*  
Gesichter der Ambivalenz. Die Erotik in christlichen Heiligen-  
bildern und ihr Nachleben in der heutigen Modefotografie
- Urszenen der Schönheitspraxis**
- 91** *Luc Renaut*  
Die Tradition der weiblichen Tätowierung seit dem Altertum:  
Schönheit, Liebesspiel und soziale Wertschätzung
- 119** *Hermann Pfütze*  
Schönheit dreifach – als Mittel, Sinn und humane Konstante
- 127** *Árpád von Klimó*  
„Dürfen sich Nonnen eigentlich schminken?“  
Dekorative Kosmetik im katholischen Diskurs

## Schöne Körper in den Künsten

- 149** *Änne Söll*  
„An die Schönheit“ – Selbst, Männlichkeit und Moderne  
in Otto Dix' Selbstbildnis von 1922
- 167** *Stefanie Rinke*  
„Sie trägt eine schwarze Lederjacke und abgeschnittenes Haar.“  
Mode und Beruf in den Romanen von Marieluise Fleißer und  
Mela Hartwig
- 183** *Christian Janecke*  
Harte Schnitte – Vidal Sassoon und die späte Moderne
- 203** *Antje Krause-Wahl*  
The shape of things to come – Mode und Architektur  
als Style-Prinzip in Harper's Bazaar
- Rhetoriken der Kosmetik**
- 223** *Patricia Feise-Mahnkopp*  
Die Popularisierung männlicher Schönheit in der Werbung
- 241** *Andreas Pinczewski*  
Gesichter des Schreckens – Heavy Metal und die dunkle Seite der  
Schminke
- 257** *Beate Schmuck*  
„Was hässlich ist, muss operiert werden!“  
Schönheitshandeln bei prä- und frühadoleszenten Mädchen  
und Jungen
- 279** Zu den Autorinnen und Autoren
- 283** Abbildungsnachweise

## Schneeweißchen und Lippenrot. Die Farbe in der Kulturgeschichte der Kosmetik

Im Jahre 1722 erscheint in der französischen Zeitschrift *Mercur*e eine Liste des gängigen zeitgenössischen Kosmetiksortiments. Es heißt:

„In diesem Jahrhundert, in dem die Toilette im Leben der Frau eine so große Rolle spielt, gibt es, abgesehen vom Weiß oder Rouge, tausend Pasten, tausend Essenzen, alle Sorten von Wassern zur Verschönerung und Konservierung des Teints. Ich nenne den weißen Balsam; das Wasser, um die Gesichtshaut hochrot zu färben, das Wasser, um sie weiß zu machen, das Wasser für den rauen Teint, das Wasser zur Waschung und Pflege des zerbeizten Teints, das Wasser zum Bleichen, wenn man zu rot ist, das Fleischwasser, das auf die gelben und galligen Gesichter von wunderbarer Wirkung ist, das Wasser zur Erhaltung des feinen Teints der mageren Leute, endlich das Wasser, um das Gesicht zum Aussehen einer Zwanzigjährigen zu verjüngen.“<sup>1</sup>

Diesem Zitat können wir ein sehr einfaches Kriterium zur Einteilung der Schminke entnehmen. Die zwei dominanten Farben sind Rot und Weiß. Ich möchte diese Unterscheidung aufnehmen, um meinen Text über die Farbe in der Kosmetik zu strukturieren. Dabei werde ich die kosmetische Farbe zum einen in ihrer Materialität betrachten, also die farbigen Pasten, Cremes, Puder und Emulsionen, ihre Zusammensetzung sowie die Verfahren und Bedingungen zu ihrer Herstellung. Daneben wird dieser Aufsatz im Zuge einer Betrachtung des symbolischen Aspekts der Farbe durch die Frage nach der kulturellen und gesellschaftlichen Codierungsfunktion farbiger Kosmetik orientiert und sich in Folge der Beziehung zwischen dekorativer Kosmetikindustrie und Massenmedien zuwenden.

Die weiße Haut – ein unverzichtbares Element zahlreicher Schönheitsideale aus den unterschiedlichsten Epochen von der Antike über die Romantik bis hin zu den amerikanischen Filmstars der 1940er und 1950er Jahre: Hätte, bei aller Rehäugigkeit, Audrey Hepburn ihre Mädchenhaftigkeit ohne den makellosen Porzellanteint emanieren können? Wäre das Phantasma der

1953 bevorzugten Blondinen wie Jane Russell oder der temperamentvollen Glamour-Ikone Marilyn Monroe nicht kollabiert, hätte man die Farbe Weiß entzogen? Lasziv rote, halb geöffnete Lippen, gut nachgezogene, im Bogen betonte Augenbrauen und künstliche Wimpern und – eine Haut, die dem von Homer besungenen Schönheitsideal folgt, nach dem die Haut der Frauen weißer als Elfenbein sei. Und überdies hat Schneewittchens elfenbeinfarbene Haut von den Brüdern Grimm bis zu Disney nichts an Attraktivität verloren. Der weiß strahlende Teint holt nicht nur den Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika bei seinen Wünschen und Phantasien ab, er gehört seit der Zeit der Sumerer, Babylonier und Assyrer zum Grundbestand in der langen Serie der ständig und hinsichtlich gesellschaftlicher und medialer Determinanten variierten Schönheitsideale in der Geschichte der westlichen Kulturen.<sup>2</sup> Zwei Grundrezepte werden von der Kosmetik bis heute und oft in Kombination angewendet, um den zwischen Unschuld, Verheißung und Aristokratie irrisierenden Effekt zu erzielen: einmal indirekt durch Maßnahmen zur Erhaltung und Verstärkung einer von Natur aus hellen Haut und weiter direkt als Camouflage durch Puder und Pasten. Bereits das älteste bekannte Werk mit kosmetischen Rezepten, der *Papyrus Ebers*<sup>3</sup>, der 1874 in Luxor entdeckt wurde und etwa 1500 v. Chr. entstanden ist, verschreibt für die Aufhellung der Haut eine Salbe aus Alabastermehl, Natronmehl, Seesalz und Honig, weiter gegen Altersrunzeln in Quellwasser aufgelöstes Knochenmehl und schließlich eine tägliche Hautreinigungslotion aus Rindergalle, Öl, Brotteig, zerstoßenem Straußenei, Natronsalz und Harz, alles in frischer Milch zu einem Brei vermischt. Sommersprossen werden mit einer Komposition aus Ervenmehl, Runkelrübensaft, Eiweiß, Getreideschleim und der getrockneten Wurzel der Eselsgurke bekämpft.

Wie untrennbar die kosmetischen Künste in der Antike mit der Wissenschaft versäimt waren, belegen die zahlreichen kosmetischen Rezepte in den Werken des großen Hippokrates, Vater der Medizin. Auch Galen zieht zur Approximierung des Ideals weißer Haut alle Register von Salben, Extrakten, Destillaten, Tinkturen und Pflastern. Zur Verfeinerung des weißen Hautbildes und zur Glättung der Runzeln verreise man, so Hippokrates, Molybdän in einem steinernen Mörser, gieße Wasser darüber, das einen Monat lang gestanden hat und forme daraus Kügelchen; die getrockneten Kugeln lasse man in Olivenöl zergehen und verreise sie über die runzligen Stellen – das erste Hautpeeling debütiert in der Welt.

Und ohne hier die Diskussion eröffnen zu wollen, ob die Perfidien und Intelligen der Lucrezia Borgia, notorisch umtriebige und frivole Tochter des Pappes Alexander VI, historische Fakten oder von ihrem narzisstisch gekränkten

Exgatten Graf Sforza promulierte Schauergeschichten sind, soll auf keinen Fall ihre wissenschaftlich abgesicherte und in der Tat recht dekadente Verjüngungsmaske übergangen werden: Sie ließ eine Taube schlachten, aufschneiden, ausnehmen und legte sich deren frischen Leib als eine Maske auf das Gesicht, um sich nach dieser Prozedur in strahlender Schönheit und Brillanz wieder zu erheben.<sup>4</sup> Aber auch ihre vegetabilen Maßnahmen zur Polierung der Haut sind erwähnenswert: Packung aus Gurkenwasser, Zitronensaft, Schnecken Sirup, Quittensamen, Melonenkerne und Flohsamen (ein in der heutigen Alternativmedizin gängiges Abführmittel) zeigen, dass die Farbe Weiß in der Kosmetik – und dies lässt sich auf andere Farben übertragen – alle visuellen, der cartesischen Punktmetaphysik entsprechenden unkörperlichen Erfahrungen transzendiert.<sup>5</sup>

So hexenküchenduftig all diese Rezepturen zur indirekten Aufhellung des Teints klingen, so erfahren sie doch unter der Losung *Whitening Cosmetics* seit dem ausgehenden 20. Jahrhundert eine Reprise. Ein Beispiel unter vielen macht das „Cellular Intensive Anti-Wrinkle“-Programm und die dieses bildenden Produkte, die „Anti-Spot“ und „Anti-Pigmentation Cream“ sowie das „Cellular Anti-Spot Brightening Serum“ der Schweizer Kosmetikfirma La Prairie: Stabile Vitamin C-Derivate in Verbindung mit einem Hexapeptid und einem sogenannten Plant Brightening Complex, Matrix Boosters und Peptide sowie exfolierende Fruchtextakte sollen präventiv wie kurativ auf Hautverfärbungen und durch Reduktion der Melaninproduktion bedingte Altersflecken wirken. Aber auch wenn die in magische und religiöse Denkreise eingebundene Hexenküche zum atheistischen Chemielabor arriviert ist, so erfordert dieser erste Weg zur weißen Haut aufgrund seiner eingeschränkten Wirkkräftigkeit doch weiterhin den Einsatz jenes Salz der Kosmetik, das wir eng in unserer Assoziationskette zur Farbe Weiß mitführen: der Puder. Die erste Eloge an den Puder ergeht seitens einer Frau, die es wissen muss, hat sie doch nicht nur die römischen Herrscher Cäsar und Antonius, sondern über zahlreiche Schauspiele und Dramen noch im 20. Jahrhundert das Medium des Films magnetisiert. In ihrem um 25 v. Chr. verfassten Handbuch der Kosmetik empfiehlt Kleopatra – die übrigens bevorzugt in weißer Eselsmilch badete – die Veredelung bezwingender Hellhäutigkeit durch den pulverisierten Mist von Krokodilen.<sup>6</sup>

Elevierte die so – direkt oder indirekt – auf ein hoheitliches Weiß hin behandelte Haut bereits die Frauen (und in eingeschränkter Weise auch die Männer<sup>7</sup>) der Antike, so versinken die Jahrhunderte vom mittleren 17. Jahrhundert bis zur Industrialisierung in einer ganzen Puderwolke. Der Zusam-

menhang ist so naturgegeben wie evident: Die ganzjährig der Sonne und anderen klimatischen Bedingungen exponierte, infolgedessen stark gebräunte, oft lederartig verhornte, verwitterte, überfrüht gealterte Haut der auf dem Feld arbeitenden Bevölkerungsschichten stand im farblichen Kontrast zu den in tranquilen Hofsälen, prächtigen Salons und unter Sonnenschirmen aus Seidengeorgette kultivierten Teints der Hautevolée. Aus diesem naturgegebenen Faktum entwickelte sich eine kulturgebende Codierung der Farbe Weiß, die zum Diskriminieren zwischen einer distinguierten Sphäre, Mitglieder des Adels und reichen Bürgertums, und den unteren Rängen der Gesellschaft wurde und die im Gedächtnis der Kultur, auch wenn ihr mit der Importation des Proletariats in die Fabriken das bio-funktionale Fundament entzogen wurde, bis heute reaktualisierbar und zeichengebend bleibt.



1 Ein in eine Puderwolke eingehüllter Kanzleibevollmächtigter, der zum Schutz einen Pudermantel und eine Pudermaske trägt. Aquatinta-Radierung, Frankreich, 1778.

Es erhellt sich nun, warum die angesprochenen Jahrhunderte oben in eine metaphorische Puderwolke versetzt wurden, der eine ganz unmetaphorische Realität aus Reismehl, Irispulver, Talkum oder Gips korreliert. Wenn die Fragen nach Nobilitierung, gesellschaftlichem Status, Ansehen, nach dem Grad der Kultivierung, Feinnervigkeit, Veredelung im sittlichen wie physischen Sinn nicht zuletzt von der imaginären Wirksamkeit der Farbe Weiß abhingen, dann konnte der Puder nur kometenhaft zu einer Art Gesellschaftsdroge avancieren. Am Hof Ludwig XIV wurden nicht nur die Gesichter, sondern auch die Haare oder die Allongeperücken, uraltes Zeichen von Würde und Macht, gepudert, und zwar exzessiv und maßlos – die Frauen und Männer, Kinder und Großeltern der Adelsdynastien levitieren in den weißen Wehen der Erlauchten. All dies in eigens eingerichteten Puderkammern. (Abb. 1)

Graf Eutin und Baronin von Porz nehmen an fein getischlerten „Poudreusen“ Platz, und Zofen oder Kammerdiener bestäuben das Haar oder die Perücke

mit einem Puderblasebalg oder einem Puderbesen. Für die am Adel und der diesen signifizierenden Farbe Weiß orientierten Mitglieder der höheren bürgerlichen Schichten öffnete sich immerhin der sonntägliche Weg zum Perückenmacher: „Am Sonntagmorgen wird der Andrang der Leute, die sich ihr Haar verkleistern lassen wollen, jeweils derart heftig, dass der Meister nach Verstärkung Ausschau halten muss, [...] und in jeder dieser Buden schneien an die 60 Pfund des feinsten Stärkemehles auf die Scheitel der rundum wohnenden Handwerker hernieder und wirbeln wolkenweise auf die Strasse hinaus. Und die Quaste verwandelt die Gesichter ihrer Opfer in weiße Masken“, schrieb der Schriftsteller und Journalist Mercier 1788 in seiner Paris-Reportage über die Zweithaarspezialisten, deren „mit Puder und Pomade beschmierte Fenster [...] vom Tageslicht kaum einen Schimmer durchlassen“.<sup>8</sup>

Zum Schutz vor der Puderwolke hielt sich der Kunde eine große Papiermaske mit Glaseinsätzen für die Augen vor das Gesicht, durch eine Spitze konnte er Luft holen und so das Aroma des selbstredend parfümierten Weiß inhalieren – ein Weiß, das in dieser Ära durch seinen Duft sogar identifizierbar war. Zu den berühmtesten Parfum-Pudern seit dieser Luxusepoche zählt der „Poudre à la maréchale“, dessen Erfinderin die Duftexpertin und Marschallin d’Aumont war. Bis heute erkennen versierte und eingeschworene Dior-Kundinnen nicht nur den Kompaktpuder „Dior Detective Chic Pearl Reflection Mo. 002“, sondern auch den Dior-Lidschatten „980 Rose Spirit“ und das Rouge „Gel Cheeks“ an ihren speziellen, sehr sublimen, aber inkorrumpierbar und traditionsbewussten Aromen.

Kommen wir zurück zu Kleopatra. In ihrem Kosmetikbuch empfiehlt diese nicht nur den Puder, sondern privilegiert gerade für weiße Schminken auch das Bleiweiß, und das ruft Blaulichter hervor. Transportiert die weiße Haut seit der Antike Vorstellungen von echten Prinzessinnen und Eisprinzessinnen, bis ins Pneumatische hin überbelichteten Cinderellas und klavierspielenden Diplomantentöchtern, so konnotiert sie doch andererseits Letalität und Verhängnis – Bleiweiß ist hochgiftig.

Erinnert sei zum Beispiel an Elisabeth I von England (1533–1603), die „elfenbeinerne Weltregentin“ und Zeitgenossin von Shakespeare. Je mehr Blei ihre Haut kauterisierte und in ihre Blutbahnen gelangte, desto süchtiger wurde die rettlos im *circulus vitiosus* der Schönheitsdespotie gefangene royale Bleiweißfanatikerin: Immer häufiger und dicker musste die Paste aufgetragen werden, um die bleibedingten Entzündungen, Maserungen und Geschwüre noch zu überdecken. Noch kurz vor ihrem Tode durch Nierenversagen gab sie, inner-

lich wie äußerlich zerstört, Anweisung, sämtliche Spiegel im Palast zu entfernen, um dem eigenen Anblick zu entkommen. So weit kam es bei Kleopatra nicht; diese ließ sich, nachdem ihre farboperationalen Verführungskünste die Kapitulation Ägyptens vor dem römischen Imperium retardiert hatten, im Jahre 30 v. Chr. von einer Giftschlange einen tödlichen Biss zufügen, als ihre Reize bei dem nüchternen Oktavian versagten.

Wie immer auch, der Weg des Weiß innerhalb der Geschichte der Kosmetik ist von denaturierten Schminkopfern, vorzeitig ruinierten Königinnen und nach der Emanzipation des bürgerlichen Individuums auch Hausfrauen, die mittels Bleiweiß ein Königinnen-Stundenglück zu feiern suchten, schlimmstenfalls von Leichen gepflastert.<sup>9</sup>

Eine im Vergleich zum Gesamtschaden geringfügige Nebenwirkung der Bleiweiß-Schminke, Zauberformel für hieratische Anämie, ist die mit den Folgen der Botox-Injektionen vergleichbare Erfrierung der Mimik: Bleiweiß wurde zusammen mit Essig und Eiweiß zu Pasten und Pudern verarbeitet, diese wurden Schicht über Schicht auf Gesicht, Nacken und Brüste aufgetragen, und in Folge bereitete das Sprechen größte Schwierigkeiten. Was sich mit dem Ideal der Weiblichkeit, der Frau auf der Position des zum Transzendentsignifikat erhobenen *Objekt klein a*<sup>10</sup>, zumindest in der deutschen Klassik und Romantik ausgezeichnet fügte; dass aber nur noch künstlich und andeutungsweise ein Lächeln möglich war, war dem Charisma abträglicher. Schicksalhaft einschneidender die irreparablen Gesundheitsschäden des Bleiweiß: Der Zerfall der Haut, krankhafter und unausweichlicher als die durch die – aus gesellschaftspolitischen und nicht medizinischen Gründen – perhorreszierte Sonnenbestrahlung bedingte Hautalterung, hat bereits Erwähnung gefunden. Ein aus Italien bezogenes Weiß mit einem vielversprechenden und im nächsten Schritt deletär erhöhten Bleianteil führte zu Zahnausfall, und auch eine prozentuale Herabsetzung des Blei in dem mit Schlammkreide gestreckten britischen Bleiweiß konnte das qualvolle und hässliche Morendo, die Leidensgeschichte einer bis zur Manie gehenden Fernsteuerung durch ein kultur- und gesellschaftshistorisch bedingtes Ideal nur verzögern, nicht verhindern. Bis ins 18. Jahrhundert waren alle möglichen Alternativen zum Bleiweiß entweder nicht konkurrenzfähig oder vergleichsweise oder aber in noch dramatischerem Ausmaß giftig, so wie die berüchtigte Weisschminke „Lac mercuriel“, die „versüßtes“ Quecksilber enthielt.<sup>11</sup> Auch die indirekten Maßnahmen zur Beförderung des ätherischen Ideals forderten weitere Opfer: War die Blutarmut durch die Bleiweißvergiftung schon glücklich gegeben, so provozierten die Schönheiten der Renaissance zusätzlich durch den Verzehr von Kies, Asche, Kohlenstaub und Kerzen Erbrechen und Kreislaufzusam-



menbrüche, um sich in den Zustand einer anbetungswürdigen Ophelia-Blässe zu versetzen.

Dann, Ende des 18. Jahrhunderts, appellierte die unter den neuen Denkkategorien der deutschen Aufklärung stehende Medizin an die Regierungen, ein strenges und generelles Verbot jener toxischen Weiß-Schminken zu erlassen, die seit Jahrhunderten die Sucht nach Schönheit und Auserwähltheit mit zwingender und kompromissloser Ausschließlichkeit adressiert hatten. Aber nur langsam und zögerlich setzten sich Biomacht und Bohnenmehl gegen die verführerische und zudem verführerisch erschwingliche Giftigkeit von „Laird’s Bloom of Youth“ (so der Markenname einer auf dem europäischen Markt besonders lukrativen Bleiweiß-Schminke) durch.<sup>12</sup> Schließlich wird der von dem deutschen Arzt Christoph Wilhelm von Hufeland unternommene Aufklärungsfeldzug zur „Verlängerung des Lebens“, der neben der Warnung vor Bleiweiß auch eine Revolution der in der jahrhundertelangen Puderorgie vernachlässigten Hygiene predigte, erhört.<sup>13</sup> Die gewaschene und aufgeklärte Dame von Welt hält sich – im Bewusstsein ihrer Authentizität, Autonomie und Gesundheit<sup>14</sup> – an ein von den Drogisten offeriertes ungiftiges und schwitzfestes Weiß, bestehend aus pulverisiertem „Talc de Venise“, einer Art Speckstein, und gummiartigem „Traganth“. Dazu wird sie das zu der Zeit übliche, aus Schweineschmalz und rotem Sandelholz bestehende Lippenrot (möglichst dezent) aufgetragen haben. Einen Lippenstift hingegen wird sie – noch! – nicht benutzt geschweige denn gekannt haben.

Um auf den Lippenstift zu stoßen, müssen wir der geplanten Reiseroute ins 20. Jahrhundert folgen, wo sich folgende Szenerien vor unseren Augen entfalten werden: Miss Undercover mit „Dior Rouge Velvet 346“ auf den Lippen auf dem Weg zur Arbeit in die Marmeladenfabrik, eine Medizinstudentin in Visconti-Dekadenz und mit „Fetish Rose 09“ von Rubinstein, eine Hörgeräte-Akustikerin alias Catherine Deneuve mit „Moments of Glamour 78“ von Catrice, Fanny Ardant mit den Schering-Chefsekretariat-Unterlagen und „Rouge Personnel No 15“ von YSL in der Tasche, einige *working girls* und *filles fatales* mit Lara-Croft-Attitude: Vinyljacke, Mikroshorts und „City Lips 04“ von Guerlain – und viele weitere Frauen dieses unseren alltäglichen Lebens.

Der Lippenstift im besonderen und die moderne Kosmetik im allgemeinen werden determiniert durch die Koordinaten, die Walter Benjamin als zentrale Konstituenten der Moderne nennt: der Film als Medium der Serialität und Wiederholung; die Liquidierung der durch Einzigartigkeit ausgezeichneten Aura und der mit ihr verknüpften individuell-menschlichen Erinnerung in die Techniken der Reproduzierbarkeit und die transhumanen Speicher-

medien; weiter eine im Bezug auf die Masse hin ausgerichtete Wirklichkeit; und schließlich, damit verbunden, die zur Konkretisierung dieser durch die Masse – und nicht länger das Individuum – bestimmten Gesellschaft notwendige Massenproduktion und das ihr entsprechende Medium: die moderne Reklame.<sup>15</sup>

Im Folgenden möchte ich aufzeigen, dass wir der historischen Koinzidenz der Overtüre des Lippenstifts mit der Heraufkunft des Mediums Film ihre Zufälligkeit absprechen müssen. Zwar datieren die ersten, das Färben von Lippen dokumentierenden archäologischen Zeugnisse auf das Jahr 3500 vor Christus – bei Ausgrabungen in der sumerischen Stadt Ur entdeckten Forscher eine Art Lippensalbe.<sup>16</sup> Nofretete (um 1350 v. Chr.) demonstrierte ihren königlichen Status durch rostrote Lippen, im alten Japan wurden präziöse Mischungen aus Wachs, Honig und Pigmenten als Lippenfarbe verwendet. In der Antike wurde gefärbtes Wachs in dünnen Schilfrohren aufbewahrt, das 17. Jahrhundert verehrte ziselierter Behälter mit einem aus Schweineschmalz, Benzoe, Siam, rotem Sandelholz und einer Farbdistel bestehenden Lippenrot, im 18. und 19. Jahrhundert fiel die Wahl entweder auf eine gesundheitsunschädliche Lippenwachssalbe aus mit Ochsenzungenwurzeln gefärbten Schmelzmassen aus Fetten, Butter oder Pflanzenschleimen oder aber auf eine für die Erotik wie das Leben abgründigere Paste namens „chinesischer Zinnober“. Und zwar verfügte bereits Queen Elisabeth I. über eine Lippenfarbe in Stiftform, kurz bevor Queen Victoria 1860 dann im Einklang ihres puritanischen Zeitalters das Lippenrot prohibierte.

Aber vom eigentlichen Lippenstift sprechen wir erst seit 1883, seit einer Zeit, die im Bann der Erfindung der Brüder Lumière vibrierte. In diesem Jahr präsentierte ein Pariser Parfümhersteller unter dem Namen „Zauberstab des Eros“ einen mit Seidenpapier umwickelten Stift aus gefärbtem Rizinusöl, Hirschtalg und Bienenwachs auf der Weltausstellung in Amsterdam.<sup>17</sup> Rief dieses surreale Gerät zunächst Argwohn hervor, moralisch war es fragwürdig und im doppelten Wortsinn sündhaft teuer (umgerechnet etwa 100 Euro), so verschafften die vehement auf ihrem kirschroten Lippenstift insistierende Schauspielerinnen Sarah Bernhardt (Abb. 2) und im Anschluss daran die ersten Filmschauspielerinnen (Abb. 3) mit ihrem Air von Mondanität dem Lippenstift Durchbruch – auf seiner Route in die Masse. Ein weiterer Faktor für die Popularisierung des Lippenstiftes ist natürlich in der sich formierenden Frauenbewegung zu finden, deren Vertreterinnen ihre emanzipierte und unabhängige Grundhaltung provokativ durch rot geschminkte Lippen in der Öffentlichkeit demonstrierten.<sup>18</sup>



2 Nadar: Sarah Bernhardt, um 1860



3 Marlene Dietrich, 1942

In den 1920er Jahren kreierten die von amerikanischen Kosmetik- und Parfumbrikanten eigens zu diesem Zweck angestellten Designer die bekannte praktische Metallhülle mit Schiebemechanismus<sup>19</sup> (die Drehmechanik erreichte den deutschen Markt erst 1950), kurz darauf produzierten die Revlon-Brüder Charles und Joseph den ersten modernen, farblich auf den Lippenstift abgestimmten Nagellack. 1928 wird der „Rouge Baiser“, der „kussechte“ Lippenstift lanciert, ein Attribut, das bis heute für die lange Halt- und Haftbarkeit der Farbe auf den Lippen einsteht (natürlich ist bekannt, dass kein Lippenstift einen echten Kuss übersteht, dass ein kussechter Lippenstift es höchstens komplizierter macht, die Spuren des Küssens zu verwischen).

Als Mitte der 1930er Jahre Farbfilm und Farbfotographie erfunden wurden<sup>20</sup> und damit die photographischen Zeugnisse und Dokumente unserer Kindheit, unserer Geschichte erstmalig kolorierten ging der Lippenstift endgültig in die Massenproduktion. Lippenstifte, aber auch Lidschatten in Swimmingpool-Blau, Juwelengrün oder Fifties-Pastellen approximieren die Brillanz von Agfa-color-Bildern und später die Paletten von Adobe Photoshop. So erklärt Heidi

Morawetz, Make-up-Directrice von Chanel, auf die mit dem Puder „Lumières Magiques“ aus der „Création Exclusive Printemps 2006“ verbundene Botschaft hin befragt, dieser evoziere „die faszinierenden Lichteffekte, die man aus Film- und Fernsehstudios kennt: Kontraste, Technicolor, Ausleuchtung“<sup>21</sup>.

Ein weiterer Pfeiler, der die Massenproduktion dieser Artikel trägt, liegt natürlich in der modernen Kohlenstoffchemie.<sup>22</sup> Die synthetische Herstellbarkeit von Farben ist eine *conditio sine qua non* für die auf Massenabsatz ausgerichtete Kosmetikindustrie des 20. Jahrhunderts,<sup>23</sup> auch wenn gerade für Lippenstifte noch bevorzugt natürliche Pigmente eingesetzt werden, besonders das rote Blut der weißen Koschenille-Laus.<sup>24</sup> Setzen wir unsere Expedition fort in die Parfümerien und die Kosmetikabteilungen der Kaufhäuser, wo wir die oben festgestellte, dem massenmedialen Apriori der modernen Gesellschaft korrelative Vielheit und Vielfältigkeit des Lippenstifts erfahren. Das geht so weit, dass der Lippenstift uns in seinen Bezeichnungen indirekt seine geschichtliche Vernetzung mit dem Film verraten wird: die in zahlreichen Lippenstiftnamen enthaltenen Elemente wie *Star* und *Glamour* eröffnen einen cineastischen Assoziationsradius, der durch entsprechende Werbeanzeigen noch getriggert wird – siehe z. B. Monica Bellucci für Dior (Abb. 4) und noch buchstäblicher in der Anzeige für „Viva Glam“ (Abb. 5).



4 Monica Bellucci in einer Werbeanzeige für „Rouge Dior“



5 Lippenstiftwerbung der Firma MAC



6 Der Blick des ersten Hollywood-Vamps Theda Bara

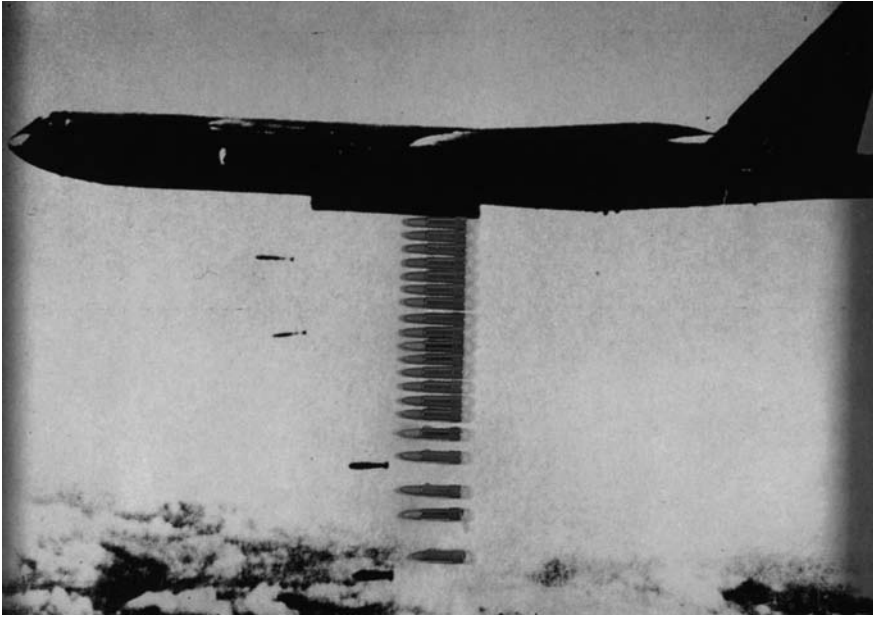
Zählten Lippen- und Wangenrot schon lange zum Bestand der Theatermaske, so stellte die kosmetische Präparierung von Filmschauspielern erstmals besondere Ansprüche an das Augen-Make-up; die Kamera postulierte spezielle Schminktechniken, die neben einer reinen und ebenen Haut und plakativ geschminkten Lippen eine besondere Akzentuierung der Augen betraf. Im Kontext des Films wurde ein altägyptisches Schönheitsideal repristinert: „Sprechende Augen“ galten in der Zeit der Pharaonen als erotische Verheißung. Nofretete hat ihre Wimpern vermutlich mit schwarzem Schwefelantimon, möglicherweise aber auch mit gut verkohltem Elfenbein oder Kienruß gefärbt. Ihre Lidspalten verlängerte sie durch einen feinen pechschwarzen Strich nach außen, auf die Lidwölbung wurde Malachitgrün aufgetragen.<sup>25</sup> Jahrtausende später komponierte Helena Rubinstein das moderne Augen-Make-up: William Fox, Gründer der Fox-Film-Gruppe, hatte Theodosia Goodman, alias Theda Bara, unter Vertrag genommen und beauftragte Mrs. Rubinstein, die Augen des Stummfilmstars im Timbre der expressionistisch-stroboskopischen Kontrastdramatik zu schminken (Abb. 6). Mondsüchtigweißer Teint, mit Kajal und anthrazitfarbenem Lidschatten umrandete Augen,

abgrundscharz getuschte Wimpern – der Vamp-Typ trat in die Welt und das Augen-Make-up kurz darauf in die Massenproduktion. Und wie beim Lippenstift lässt sich die historische und mediale Verklammerung von Film und Kosmetik in den prometheischen Benennungen des Augen-Make-ups entziffern: „Diorshow Black“ (Dior), „Maximum Glamour Mascara 01“ (Guerlain), „Moments of Glamour“ (Catrice), „Illusionist Intense“ (Estée Lauder), „Eyes Wide Open Mascara“ (Nivea Beauté).

Ist der Lippenstift indirekt über die frühe Filmgeschichte bereits in eine Assoziationskette zum Krieg eingebunden – denken wir an die Funktion der in die NS-Propaganda eingezogenen UFA-Stars oder an Marlene Dietrich, deren zweite Karriere als Chantreuse sich ohne den Krieg gar nicht ereignet hätte<sup>26</sup> – so manifestiert sich diese Verbindung direkt in der Tatsache, dass im Zweiten Weltkrieg Lippenstiftgehäusen von der amerikanischen wie deutschen Rüstungsindustrie zur Herstellung von Patronenhülsen zweckentfremdet wurden.<sup>27</sup> Übrigens führte dies zumindest in Amerika nicht zu Beschränkungen für die Kosmetikindustrie, sondern ganz im Gegenteil zu deren Aufschwung. Mit Lippenstiften namens „Patriot Red“ (Angelus) oder „Victory Red“ (Elizabeth Arden) werden auch die Frauen mit „weiblichen Waffen“ ausgestattet. „Beautyasduity“ ist der vorherrschende Tenor in Frauen- und Familienzeitschriften.<sup>28</sup> Und die Soldaten an der Front werden im Kampf für „American Beauty“ nur umso mehr stimuliert – erotisierte Patriotismus, potenzierte Patriotismus.<sup>29</sup> Die Fotomontage des Künstlers Wolff Vostell von 1968 spinnt den Faden treffen weiter: ein Bombenflugzeug, das Lippenstifte abwirft (Abb. 7).

Eine Patronenhülse, ein Lippenstift – zwei Phallussymbole.<sup>30</sup> Eine uralte, mit der Symbolfarbe Rot nur durch kontextuelle Rückbindung auflösbare Zweideutigkeit hat sich im Lippenstift materialisiert. Rot symbolisiert Liebe und Leidenschaft, aber – Farbe der Kaiser und der Päpste<sup>31</sup> – auch Macht und darüber hinaus Gefahr und nicht zuletzt Mord und Blutvergießen. Und hierin korrespondiert es einer unauflösbaren, für das Geschlechterverhältnis und die Rolle der Frau in der Kultur konstitutiven Ambiguität: Als Objekt des Begehrens wird die Frau zugleich idealisiert und gefürchtet. Rote Lippen aktivieren die beiden polar-ambivalenten Grundgefühle von Liebe und Aggression, Auratisierung und Bedrohlichkeit.<sup>32</sup> Imaginieren wir eine Fee im Spitzen-Babydoll mit tiefem Ausschnitt, darüber ein Wollmantel mit Lammfellkragen – würde sie ohne Lippen wie Rubine Glut entfachen, Phantasien erfüllen, Anbetung erfahren? Ein *china girl* im federnumwehten kleinen Schwarzen





7 Wolf Vostell: „B52“ Siebdruck mit Lippenstiften, 1968

und eine Vollblut-Lady im asymmetrisch dekolletierten großen Schwarzen aus Seidencrêpe, bodenlang und hauteng, mit hohem Gehschlitz – aber könnten beide die große Passion ohne tiefrote Lippen zu fiebrigen Eskalationen treiben? Und hätte Marilyn Monroe ohne diese roten Lippen *kat' exochen* den Präsidenten mit der Botschaft der höchsten Erotik beschenken können? Aber diese Glorifizierung, die süße, ambrosische Begierde ist instabil, sie droht stets, der Balance verlustig zu gehen und zu kippen in die Provokation, die die roten Lippen von Newton-Ladys mit Bügel-BH aus schwarzer Tüllspitze unter Kommissar-Maigret-Trenchcoat und mit „Rouge 007“ (YSL) aussenden. Deutlich manifestiert sich hier die Verbindung zwischen Lippenrot und der unter der Symbolfarbe Rot subsumierten Aggression: „Rot sehen“; das rote Tuch beim Stierkampf. In der Antike wurde der rote Planet mit dem Kriegsgott Mars assoziiert.<sup>33</sup> Und wenn filigrane Mädchen ihre Seidenkleider, die Reminiszenzen an Fünf-Uhr-Tee und gefühlvolle Parkspaziergänge hervorrufen, ablegen und zu *street-queens* mit spitzen, schwarzen Krokodillederstiefeln mutieren, dann verlieren ihre roten Lippen den Gestus sublimer Einladung und affrontieren mit der Macht des Phallus.

Es wundert nicht, dass laut einer Umfrage der Zeitschrift *Vanity Fair* aus dem Februar 2007 nur für 18 Prozent der Männer eine Frau mit Lippenstift erotische Anziehungskraft ausübt.<sup>34</sup> Lindsay Baker schreibt: „Die wirklichen

Königinnen des roten Lippenglanzes [...] stellten nicht nur die sexuelle Verlockung, sondern auch die List, das Drama und die subtile Macht der *femme fatale* dar.“<sup>35</sup>

Lassen wir uns noch einmal von den Lippen der Stummfilmstars magnetisieren – bzw. bleiben wir so objektiv, zu konstatieren: Diese Lippen sind überhaupt nicht rot, es handelt sich um Schwarz-Weiß-Bilder. Ist damit die Ambiguität der roten Lippen des Stummfilmstars gelöst und besteht also ein eindeutiger und bestimmbarer Unterschied zwischen der von Physikern und Experimentalphysiologen als bestimmte Schwingungsfrequenz objektivierten Farbe Rot und dem Schwarz der Lippen von Marlene Dietrich? Nicht nur das Begehren eines Farbenblinden würde hier massiven Protest einbringen, denn diese Lippen sind rot, rot wie das

Blut, äußerste Metapher für Tod und Leidenschaft. Sie sind rot, und sie sind schwarz, sie adressieren nicht die positivistische Wissenschaft (für die Farben nichts als Schwingungen eines bestimmten Wellenspektrums sind<sup>36</sup>), sondern die unaufhebbaren Paradoxien und uneinholbaren Tiefen des Begehrens.

Auch davon kündigt ein Lippenstift, ein Film: „*Rouge Noir*“ von Chanel, starring in *Pulp Fiction* mit Uma Thurman. Im Kontext dieser unauflöselichen Verschlungenheit von Farbe, Kosmetik und Begehren erfahren wir, dass die Farbe weder psychologisch noch materialistisch eindeutig bestimmbar, sondern vielmehr durch den irreduziblen Entzug des Objektcharakters und eine Kontingenz geprägt ist, die Thomas Macho wie folgt punktiert: „Die Farben sind ebenso konkret wie abstrakt. Ihre rätselhafte Kontingenz, ihre situative Evidenz, tritt offenbar nicht in Widerstreit mit höchster Allgemeinheit.“<sup>37</sup>

Um wieder zum Benjaminschen Zusammenhang von Masse und technischer Reproduzierbarkeit zu kommen: Die Entwicklung der modernen Kosmetik ist ein extrahumaner Prozess. Extrahuman ist das Tempo der von den Medien



8 Madonna als Evita Peron im Film *Evita*



prozessierten und einander in immer kürzeren Intervallen ablösenden Bilder und Schönheitsideale.

Diese informieren die Kosmetikindustrie, die in Folge die zur Kopie der jeweils aktuellen Schönheitsideale erforderlichen Saisonlooks arrangiert, bestehend aus einem Set aus Lippenstiften, Rouge, Eyeshadow, nicht selten unter dem Namen eines Films oder dessen Protagonisten laufend, und schließlich – wir könnten die Werbemedien noch dazwischenschalten – werden diese Rezepturen zur Replizierung von Gilda, Mrs. Doolittle, Pamela Ewing und den *Desperate Housewives* an die Massen weitergeleitet und verteilt. 1996 spielte Madonna unter der Regie von Alan Parker die Rolle der Evita Pêron (Abb. 8). Im Anschluss an den von Disney produzierten Film richtete Bloomingdale's einen „Evita-Shop“ ein, Estée Lauder kreierte eine Kosmetikserie, darunter drei Lippenstifte: „Evita Rote Lippen“, „Evita Flammenlippen“ und „Evita Pflaumenlippen“.<sup>38</sup> Es läuft ein extrahumaner Prozess, jenseits des Individuums und seines Erinnerungsvermögens, denn das Gedächtnis ist in diesem Prozess von technischen Medien übernommen worden, die sich in ihrem akzelerierenden Takt durch keine menschliche Erinnerung mehr irritieren lassen. Die Lippenstifte kodifizieren die Geschichte des Films und erweisen sich darüber hinaus als Speichermedien berühmter Filmstars. So hat L'Oréal Paris mit seiner „Color Riche Star Secrets“-Serie das Prinzip initiiert, die jeweiligen Stifte von Hollywood-Stars signieren zu lassen. Beispielsweise hat sich im Sommer 2006 Scarlett Johansson für den Pfirsichton „No 714“ entschieden; Penélope Cruz' Wahl fiel auf ein Rot mit der Nummer 710 (Abb. 9).

Endlich soll die Aufmerksamkeit auf all die Ziffern gelenkt werden, die all die, fast möchte man schreiben: persönlich angesprochenen Lippenstifte und Make-up-Artikel inventarisieren. Ein seltsamer Gegensatz offenbart sich hier zwischen den nach Symphonie und Grandezza klingenden Namen und ihrer Verknüpfung mit aseptischen Nummern. Bei der Masse und Amassierung moderner Kosmetikartikel ist evident, dass die numerische Identifizierung



9 Penélope Cruz und der von ihr signierte L'Oréal-Lippenstift Nr. 710 (Fotocollage von Laura Goldenbaum, 2008)

für die Administration der zahllosen Lippenstifte unverzichtbar ist, wobei es wiederum technische, computerisierte Medien sind, die diese Verwaltungsarbeit leisten – auch die glanzvollen Traditionshäuser Dior, Guerlain, Elizabeth Arden brauchen im 20. Jahrhundert Datenbanken.

Am Ende will dieser Aufsatz den Versuch unternehmen, sich doch zu erinnern, doch noch einmal in ein lang entferntes Zeitalter zu expedieren, in dem kosmetische Farben sich nicht durch ihren Gebrauchswert, sondern durch ihren Kultwert auszeichneten. Betrachten wir diese kleine Rouge-dose von Versace (Abb. 10), ihre goldene Farbe und ihre nach der Antike gestalteten Verzierungen. Ja, sicherlich, das Gold und die Ziselierungen sind aus Plastik, ihre Kunstfertigkeit wird heute als Design bezeichnet, sie ist nicht mehr ein-



10 Rouge-Dose von Versace, 2008

gebunden in transzendent ausgerichtete Zeremonien, sondern in die Rituale des Alltags, und ihr Inhalt hat keine religiöse Weihe mehr erfahren. Aber vermag sich an ihr nicht vielleicht doch die Erinnerung zu entzünden an die

Zeit der alten Römer, Griechen und Ägypter. In dieser Zeit wurden die farbigen Pasten, Cremes, Puder und Emulsionen wie Kostbarkeiten verehrt. Das reflektiert sich in den Gefäßen, die zu ihrer Aufbewahrung dienten: Vasen und Tiegel aus Alabaster und Gläser aus Silber und Bergkristall, farbiges Glas, poliertes und gehämmertes Silber oder Gold, Ebenholz und Elfenbein. Und sie waren eingebunden in ein Ritual, das nun am Ende noch kurz vergegenwärtigt werden soll.

Die Rede ist von der religiösen Codierungsfunktion, die die Schminke in den Totenriten der alten Ägypter, einer am Jenseits und am Tod orientierten Kultur innehatte.<sup>39</sup> Die Ägypter wurden von dem Glauben getragen, dass im Tod keine endgültige Trennung von Geist und Körper stattfindet; nur vorübergehend ist die Seele, das *Ka*, aus dem Körper entwichen, in einen Vogel transformiert und entflohen<sup>40</sup>, um später aus diesem „Seelenvogel“ in den alten Körper zurückzukehren. Die Totenriten umfassten u. a. die Einbalsamierung und kosmetische Behandlung<sup>41</sup> des Toten - die „Kosmetiker“ schminkten das Gesicht der Leiche, färbten Nägel und Lippen, Handflächen und Fußsohlen. Diese erfüllten eine kulturell-religiöse Funktion: Nur wenn der Körper gepflegt, geehrt und erhalten wird, geht die Seele durch Rückverwandlung wieder in ihn ein, und nur dann findet die harmonische Wiedereinkehr des Verstorbenen in die durch das Ereignis des Todes erschütterte Gesellschaftsordnung statt. Bezeichnend ist es, dass das ägyptische Wort für Farbe gleichzeitig „Charakter“ und „Wesen“ bedeutet.<sup>42</sup> Natürlich denken wir bei diesem Ritus an den sich im Feuer verjüngenden Vogel Phönix, der in verschiedenen Kulturen vom Alten Ägypten über den christlichen Auferstehungsglauben bis China und Mittelamerika Unsterblichkeit symbolisiert.

Und nun, da es an der Zeit ist, die Rückreise anzutreten ins Jahr 2008, fragt sich dieser Text: Wo ist Phönix geblieben in unserer heutigen Kultur, die nicht mehr am Jenseits und am Tod ausgerichtet ist, sondern vielmehr umgekehrt durch die Verdrängung des Todes im innersten konstituiert ist? Wo ist Phönix geblieben in der Epoche von Ego Version 7.0, bestimmt durch die Geschwindigkeit seines Internet-Anschlusses, durch seine standardisierte Schönheit, Schlankheit, Dynamik, Faltenlosigkeit, Windschnittigkeit, durch seine ewige Jugend? Es ist nicht auszuschließen, dass wir, wenn wir in diesen Tagen die Fifth Avenue in New York oder auch die Friedrichstrasse in Berlin entlanggehen, auf ein Gebäude mit folgender Aufschrift stoßen: „Phönix-Center. Institut für Anti-Aging Medizin und Beauty Surgery“: Gesichtslifting, Botox-Injektionen, Fettabsaugen, Kollagenunterspritzung, Lunchtime-Beauty, Hormonersatztherapie und Lifestyleberatung. Schnell zu Chanel?

## Anmerkungen

- 1 Zit. nach: Renate Lohse-Jasper: Die Farben der Schönheit. Eine Kulturgeschichte der Schminkkunst. Hildesheim 2000. S. 60.
- 2 Finlay betont einerseits die für den okzidental Raum enge Assoziation von Weiß mit Reinheit und Unschuld, verweist daneben jedoch – und hierin zeigt sich eine für die Farbe Weiß im besonderen und Farben im allgemeinen charakteristische Widersprüchlichkeit – auf die völlig diskordante symbolische Besetzung des Weiß in fernöstlichen Kulturen: „Aber in vielen asiatischen Ländern, wie auch in China und Japan, symbolisiert Weiß Tod und Krankheit im Allgemeinen und Beerdigungen im Besonderen.“ Vgl. Victoria Finlay: Das Geheimnis der Farben. Eine Kulturgeschichte. Berlin 2005, S. 127f.
- 3 Der *Papyrus Ebers* umfasst eine große Anzahl von kosmetischen Rezepten, in der sich die große Bedeutung dokumentiert, die der Kosmetik in der Antike innewohnte. Vgl. Jean Pütz, Christine Niklas: Schminken, Masken, schönes Haar. Die sanfte Kosmetik. Köln 1987, S. 13.
- 4 Vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 52.
- 5 Vgl. Jacques Lacan, Das Seminar XI, Die vier Grundbegriffe der Psychoanalyse (1963–1964). Weinheim-Berlin 1978. S. 84–95 und S. 110f.
- 6 Vgl. J. R. Forbes: Cosmetics and perfumes in antiquity. In: Studies in ancient technology 3 (1955), S. 1–47, S. 40.
- 7 Bereits ab 2500 v. Chr. finden sich archäologische Nachweise, denen zufolge die Ägypter Salben und Öle zum Schutz vor intensiver Sonnenbestrahlung verwendeten. Vgl. Henrike Otterbach: Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift – Ein Blick in die Kosmetikgeschichte. In: Sabine Gieske (Hg.): Lippenstift: ein kulturhistorischer Streifzug über den Mund. Marburg 1996. S. 18–24, S. 18.
- 8 Zit. nach Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 70.
- 9 Vgl. Finlay, Geheimnis, S. 131–133.
- 10 Vgl. Friedrich A. Kittler: Aufschreibesysteme 1800–1900. München 1995, S. 35–38.
- 11 Vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 60.
- 12 Vgl. Finlay, Geheimnis, S. 131. In ihrer Geschichte des Make-ups entfaltet Maggie Angeloglous eine ausführliche Fallstudie über eine Hausfrau, die nach dem Gebrauch mehrerer Flaschen „Bloom of Youth“ 1877 an Bleivergiftung verendete. Vgl. Maggie Angeloglous: A History of Make-up. London 2004.
- 13 Vgl. Georges Vigarello: Wasser und Seifen, Puder und Parfüm. Geschichte der Körperhygiene seit dem Mittelalter. Frankfurt/M./New York 1988, S. 160.
- 14 Das mit der Aufklärung aufkommende, große Teile des 19. Jahrhunderts dominierende und noch im 20. Jahrhundert immer wieder repristinierende Ideal und Postulat der Natürlichkeit lässt im Kontext eines funktionalen Reduktionismus situieren, der „das Vorbild der Authentizität buchstäblich umzusetzen, d. h. die Falschheit der Form insbesondere durch das Weglassen des Ornaments bzw. der Kosmetik zu bekämpfen“ sucht. Vgl. Annette Geiger: Authentizität und Kosmetik seit Baudelaires „Lob der Schminke“. In: Christian Janecke (Hg.): Gesichter auftragen. Argumente zum Schminken. Marburg 2006. S. 57–76, hier S. 60–67.

- 15 Vgl. Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Ders. Gesammelte Werke, Bd. VII.1.
- 16 Vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 28. Zu den Inhaltsstoffen des Lippenrots vgl. auch Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 24: „Zur Herstellung roter Schminke wurden aber auch duftende Harz- und Pflanzenfarben, feines Mehl und Fette, verdickter Saft der Mutterharzpflanze, Gummi galbanum, eine Art Seegras oder ein Sud der Koschinille-Laue verwendet. Im 18. Jahrhundert machte die beginnende chemische Forschung auf die gefährliche Wirkung von Schminken mit metallischen Verbindungen aufmerksam. Es hieß, sie seien schädlich für Lungen und Augen. Dies führte dazu, dass allmählich wieder vermehrt auf unbedenkliche Rohstoffe wie Rizinusöl, Bienenwachs, Hirschtalg und ätherische Öle zur Lippenstiftproduktion zurückgegriffen wurde. Die Kosmetikindustrie schließlich ging dazu über, viele Inhaltsstoffe synthetisch herzustellen.“
- 17 Vgl. Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 22 und Pütz/Niklas, Schminken, Masken, schönes Haar, S. 16. Vgl. auch Andrea Maria Dusl, Sarah Bernhardts „Stylo d’amour“, In: Der Standard/Rondo, 1. 12. 2006.
- 18 Beide Punkte stehen, sofern Sarah Bernhardt in den 1920er Jahren zur Leitfigur der Emanzipation avancierte, in einem Interdependenzverhältnis. Vgl. Dusl, Sarah Bernhardts „Stylo d’amour“: „Sarah Bernhardt soll den kleinen, phallischen Begleiter ‚stylo d’amour‘ genannt haben. Die gefeierte Diva zählt zu den ersten modernen Bewunderinnen der erotisierenden Lippenkreide. Als emanzipierte Tochter einer holländischen Kurtisane und eines katholischen Pariser Jusstudenten wusste sie um den Stimulus des Glutmundes. [...] Im Gegensatz zur jungfräulichen Königin und den Pariser Parfümeuren war Sarah Bernhardt aber eine leibhaftige Bühnendiva, die sich ihrer Sexualität nicht nur bewusst war, sondern sie auch lebte. Wollen wir die exzentrische Schauspielerin getrost zur ersten modernen Feministin ausrufen und ihren kleinen Freund, den Lippenstift, als Zauberstab der Emanzipation.“
- 19 Vgl. Pütz/Niklas, Schminken, Masken, schönes Haar, S. 16 und Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 23.
- 20 Zur Geschichte und den Verfahren der Farbphotographie vgl. Brian Coe: Farbphotographie und ihre Verfahren. Die ersten hundert Jahre in natürlichen Farben 1840–1940. 1979/1986; vgl. auch Gert Koshofer: Farbphotografie (3 Bände). München 1981.
- 21 *German Vogue* (2/2006) S. 125.
- 22 Zur modernen Farbstoffsynthese vgl. H. Zollinger: Color Chemistry. Weinheim 2003. Vgl. auch Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 22: „Insgesamt kam es durch die aufblühende chemische Industrie zu einem anwachsenden Gebrauch von Kosmetika, für die stark geworben und die nun für breite Schichten als Massenware erschwänglich wurden.“
- 23 Vgl. auch Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 24.
- 24 Vgl. Finlay, Geheimnis, S. 160–185. Zu den zahlreichen natürlichen und chemischen Bestandteilen des modernen Lippenstifts vgl. Dörthe Meyer: Wer schön sein will, muss leiden? In: Gieske, Lippenstift, S. 63–67; Claus Führer: Naturkosmetik. In: Wilfried Umbach (Hg.): Kosmetik-Entwicklung, Herstellung und Anwendung kosmetischer

Mittel. Stuttgart/New York 1988. S. 325–331, hier S. 325; Lothar Motitschke: Dekorative Körperpflegemittel (Make-up). In: Umbach, Kosmetik, S. 95–111, hier S. 104; Ingke Brodersen (Hg.): Öko-Test Ratgeber Kosmetik (Bd. II). Reinbek bei Hamburg 1990, S. 33 und 37; Dieter Wundram: Kosmetik-Chemie auf Haut und Haaren. Hamburg 1988, S. 49 und Alexander Boeck/Benno Streschnak: Parfümierung kosmetischer Mittel. In: Umbach, Kosmetik, S. 332–342, hier S. 338.

- 25 Zu dieser auch mit *Khól* bezeichneten Augenfarbe vgl. Otterbach, Vom Schilfrohrzweig zum Lippenstift, S. 18. Königinnen hoben sich durch einen eigenen Stil ab; sie verlängerten den Lidstrich bis zu den Ohren. Vgl. Emmerich Paszthory: Salben, Schminken und Parfüme im Altertum. In: Antike Welt 21 (1992), S. 1–30, hier S. 9. Zur Geschichte des Augen-Make up vgl. auch Finlay, Geheimnis, S. 99: „Das Wort ‚Kajal‘ stammt von arabisch ‚kahala‘, was bedeutet ‚die Augen färben‘. In Europa wird Kajal heute zu dekorativen Zwecken genutzt, während es in Asien häufig als Schutz gegen böse Geister und als Heilmittel dient.“
- 26 Zur Lebensgeschichte Geschichte von der Offizierstochter aus Berlin, die nicht nur zur berühmtesten *femme fatale* des frühen Films avancierte, sondern auch als singende amerikanische Truppenbetreuerin bekannt wurde, vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 100–107.
- 27 Vgl. Sabine Manke: Lipstick War. Ein nationaler Feldzug über das weibliche Gesicht. In: Gieske, Lippenstift, S. 95–106, hier S. 100 f. und S. 105 f.: „Die britische Seeblockade hält Rohstoffe, die bis dahin unter anderem für die Produktion von Kosmetika importiert worden waren, von den USA fern. Zumal handelt es sich hierbei um Stoffe, die ebenso für die Herstellung von Waffen und Munitionsmaterial von entscheidender Bedeutung sind – z.B. Kalium und Natrium – und deshalb mit der Vorbereitung der kriegerischen Auseinandersetzung zunehmend von der Kriegsindustrie beansprucht werden. Die Kosmetikindustrie sieht sich somit schlagartig in eine Lage versetzt, in der sie sich für die Verwendung von ohnehin schon knappen Materialien rechtfertigen muss. Am 16. Januar 1942 wird durch einen Regierungsakt das ‚War Production Board‘ geschaffen, das durch das Ausstellen von Anordnungen in Bezug auf Materialverbrauch, Transport von Produkten, Zahl von Arbeitskräften etc. auf die gesamte industrielle Produktion der Vereinigten Staaten Einfluss nimmt, um ein reibungsloses Funktionieren der Kriegsindustrie zu garantieren.“ Auch in Deutschland wurden „die Maschinen, auf denen bis zum Zweiten Weltkrieg Lippenstiftgehäuse hergestellt worden waren, [...] zum Teil zur Herstellung von Patronenhülsen verwendet. Quasi ab dem Punkt der Machtergreifung hatten die Nationalsozialisten Einfluss auf die Chemische Industrie genommen, sie schrittweise unter die Kontrolle der Regierung gebracht und schon vor der Einführung des Vierjahresplans 1936 Interessenschwerpunkte bei der Produktion gesetzt. Es ist anzunehmen, dass diese Interessenschwerpunkte eindeutig im Bereich der Produktion von Munition und Waffen lagen.“ Vgl. auch Bernd Stübing: Der Lippenstift und das Phallische. In: Gieske, Lippenstift, S. 107–114, S. 112.
- 28 Manke, Lipstick War, S. 102.
- 29 Vgl. Manke, Lipstick War, S. 95 f. und 101 f.

- 30 Zur Interpretation des Lippenstifts als Phallussymbol vgl. Stübing, Lippenstift und das Phallische, S. 108–113. Zum Phallussymbol Lippenstift als „verschlüsselter Machtinsignie der Frau“ vgl. auch Waltraud Dumont du Voitel: Macht und Entmachtung der Frau. Eine ethnologisch-historische Analyse. Frankfurt a. M./New York 1994, S. 297ff. Zur symbolischen Deutung von Objekten im Kontext der Sexualität des Unbewussten und zu Gegenständen mit phallichem Symbolcharakter vgl. auch Sigmund Freud: Die Traumdeutung (1900). In: Ders.: Gesammelte Werke. Frankfurt/M. 1999. Bd. II/III. S. 234, 348 und 351. Vgl. Carl Gustav Jung: Psychologische Typen. In: Ders.: Gesammelte Werke. Zürich 1964. Bd. 6. S. 257 und Jung: Zwei Schriften über analytische Psychologie. In: Ders.: Gesammelte Werke. Zürich 1964. Bd. 6., S. 102 ff.
- 31 Vgl. Heller, Wie Farben wirken, S. 167.
- 32 Vgl. Jacques Lacan: Schriften I. Weinheim-Berlin 1973, S. 63–70; Jacques Lacan: Das Seminar I, Freuds technische Schriften (1953–1954). Weinheim-Berlin 1978, S. 217–226; Jacques Lacan: Das Seminar II, Das Ich in der Theorie Freuds und in der Technik der Psychoanalyse (1954–1955). Weinheim-Berlin 1980, S. 216 und Jacques Lacan: Das Seminar III, Die Psychosen (1955–1956). Hamburg 1990, S. 126–128.
- 33 Vgl. Finlay, Geheimnis, S. 172.
- 34 Zu der mit den roten Lippen vernetzten „Synthese der Ambivalenz von Verlockung und Bedrohung, von Lust und Gefahr“ vgl. Stübing, Lippenstift und das Phallische, S. 111–114. Vgl. auch Dusl, Sarah Bernhardts ‚Stylo d’amour‘: „Der Doublebind-Mechanismus, der dem Lippenstift magische Befreiungskräfte verleiht, funktioniert so einfach wie sicher. Rote, weibliche Lippen, physiologisch gesehen die Auswirkung guter Durchblutung, werden von Männern, unabhängig von der sexuellen Interessenlage ihrer Trägerin, als aufreizender Stimulus wahrgenommen. Die Doublebind-Falle, in die männliches Begehrpersonal tappt, ist das unausgesprochene ‚Nein‘, das mit jedem Lippenstiftstrich mitgemalt wird. Rote Lippen, die nicht von anderen Signalen von Fusionsabsicht begleitet werden, verstören das männliche Kleinhirn. Der Mund signalisiert Eros, während andere Körpersignale eine andere Sprache sprechen – Jetzt nicht‘ zum Beispiel. Optisch ist das Männergehirn nämlich auf verblüffend einfache Art manipulierbar. Es nimmt diese Melange aus widersprüchlichen Signalen zu Recht als weibliche Dominanz wahr.“
- 35 Vgl. Lindsay Baker: Kitschig, sexy, rot. Wende in der Kosmetikindustrie: Der purpurrote Lippenstift kommt zurück. Eine Kulturgeschichte. In: Wochenpost Nr. 23, 1.6.1994, S. 37.
- 36 Vgl. hierzu Finlay, Geheimnis, S. 12–14. Vgl. auch Heller, Wie Farben wirken, S. 145.
- 37 Thomas Macho: Politik der Farben. In: Bildwelten des Wissens. Kunsthistorisches Jahrbuch für Bildkritik. Band 4,1. Farbstrategien, Berlin (Akademie Verlag) 2006, 43–52. S. 52.
- 38 Vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 112–114.
- 39 In der Antike kamen aromatisierte Salben und Parfümöle nicht nur im profanen Bereich der Körperpflege oder Verschönerungskunst zur Anwendung, sondern waren auch in sakrale Riten eingebunden. Herodot zufolge bestrichen schon die Babylonier ihren Körper exzessiv mit Salbe, und im Alten Testament gibt es viele Hinweise auf

ihren Gebrauch. In Ägypten symbolisierten wohlriechende Düfte die Nähe des Göttlichen, denn wenn „die Menschen sich mit duftenden Salben einrieben, so wähten sie sich den Göttern ähnlich.“ So waren zur Zeit der Pharaonen auch nur die Priester zur Herstellung von Salben, duftenden Ölen und anderen Schminkmitteln autorisiert. Vgl. Paszthory, Salben, S. 1 und S. 10.

40 Vgl. Finlay, Geheimnis, S. 124.

41 In der sich je nach gesellschaftlichem Status über 30 bis hin zu 70 pharaonischen Tagen erstreckenden Einbalsamierung wurde der Körper, dem die Eingeweide entnommen waren, mit exquisiten Salben und teurem „mum“-Wachs ein (daher die Bezeichnung Mumie) eingerieben. Im Anschluss wurden die Leichen beiderlei Geschlechts rasiert, mit Aufwand und Akribie geschminkt und mumifiziert, in unzähligen Meter feinstes Linnen gewickelt und mit einer Harzlösung überstrichen. Reiche Verstorbene wurden mit Gold und Edelsteinen geschmückt. So fand man in den Gräbern kostbare Amulette, Goldringe, kunstvoll eingelegte Goldvögel, getriebene Goldfiguren, schöne Statuetten aus Lapislazuli, Amulette aus Beryll und Karneol sowie einen enormen Reichtum an Talismanen. Vgl. Lohse-Jasper, Farben der Schönheit, S. 22 f.

42 Vgl. Bruns, Rätsel Farbe, S. 14.