

IN ALTEN ANZEIGEN WIRD GETANZT ...

KATHRIN BONACKER

Der rasante Wechsel von populären Musikstilen im 20. Jahrhundert ging einher mit einem stetigen Wandel in den Tanzformen. Jede Generation hatte eine neue Auswahl an Tänzen und Schrittfolgen zu entdecken und übte sie in den jeweils passenden Räumlichkeiten aus: Der Ball- oder Festsaal wurde durch Diskotheken und private Partykeller ergänzt, und auch die Garderobe der Tanzenden wandelte sich so, dass die jungen Damen von einst heute im Angesicht ihrer Enkelinnen die Hände über dem Kopf zusammenschlagen. Wer aber die Tänze in zeitgenössischer Reklame Revue passieren lässt, wird feststellen, dass der Walzer unter mütterlicher Aufsicht vom Beginn des Jahrhunderts noch viel mit der Salsa in schummeriger Disco von heute zu tun hat. Es ist ein Paarvergnügen – mit allem, was dazu gehört.

Gesellschaftstanz

Reklame für Tanz selbst gibt es nur in der Werbung für die ortsansässigen Tanzschulen, Veranstaltungen oder Tanzlehrbücher. Anfang der 1970er-Jahre gehörte er allerdings auch zur „Trimm-Dich“-Kampagne des Deutschen Sportbundes, der dazu aufrief, sich im Interesse der Gesundheit wieder mehr zu bewegen. Vom Tanzsport soll hier aber nicht weiter die Rede sein – der Gesellschaftstanz zieht als Freizeitvergnügen in Bann. Sammlerinnen und Sammler finden zwischen vergilbten Zeitschriftenblättern so manche Anzeige für Erfrischungsgetränke, Musikalien, Kosmetika oder Spirituosen, die Paare beim Tanzen zeigt: Die Tanzenden sind die Spiegelbilder derer, die die beworbenen Dinge brauchen, um schön zu sein oder zumindest beim Tanzen weniger zu schwitzen. Die ältesten Annoncen sind dabei in der Regel noch kleinformatige Schwarzweiß-Grafiken, nur wenige Firmen inserierten halb- oder gar ganzseitig. Das Reklameaufkommen wuchs zwar in den 1920er- und 1930er-Jahren enorm, wurde aber durch den Zweiten Weltkrieg stark zurückgeworfen. Auch veränderten sich – wie

SOMMER-SONNE-FROHE FARBEN

drei Begriffe,
die zusammengehören!
Bunte Kleider in leuchtenden Farben
sind Kennzeichen
sommerlicher Lebensfreude!
Schönheit von Dauer aber garantieren
INDANTHREN-geläbte und -bedruckte Textilien,
denn sie sind
unübertroffen waschecht, lichtecht, wetterecht!

Indanthren
Unübertroffen
waschecht
lichtecht
wetterecht

schon im Ersten Weltkrieg – die Bedürfnisse: Vergnügungen wie der Tanz standen zurück, das Wesentliche waren die Fürsorge für die Männer per

„Feldpost“ und die Ernährung der Bevölkerung angesichts der erschwerten Versorgungslage. Daher fanden sich in den Anzeigen danach oft die For-

mulierungen „in Vorkriegsqualität“ oder „es gibt wieder...“ – und dies in eher schlichten, unaufwändig gestalteten Zeichnungen. Nach dem Zweiten Weltkrieg und der Neuordnung Deutschlands gab es unter behördlicher Aufsicht der Alliierten diverse Neugründungen von illustrierten Zeitschriften, in denen sich dann die junge Blüte der Reklame parallel zum Wirtschaftswunder entfaltete. Während vorher *Die Woche* und *Die Gartenlaube* oder die *Berliner Illustrierte Zeitung* die schönsten Anzeigen enthielten, lohnt sich für die westdeutsche Nachkriegszeit der Blick in *Stern* (gegründet 1948), *Bunte* (als *Das Ufer* gegründet 1948), *Der Spiegel* (ab 1947) oder *Constanze* (gegründet 1948, später in *Brigitte* aufgegangen). Auch die VEB-Werbungen der DDR, wie sie sich beispielsweise in *Neues Leben* oder *Das Magazin* finden, sind spannend und die Unterschiede zwischen Ost- und West-Reklame – zumindest in den ersten beiden Jahrzehnten – oft gar nicht so groß. Erst in den 1950er-Jahren hatte sich der mehrfarbige Offsetdruck, der in den USA längst gang und gäbe war, so weit durchgesetzt, dass richtig bunte Bilder in der Werbung

Indanthren, Für Sie 10/1959



selbst noch in Schwarzweiß – vor Beginn der Nachkriegszeit nicht durchsetzen konnte. Gedruckte Farbfotos, wie sie uns heute geläufig sind, wurden in den End-Fünfzigern und 1960ern immer häufiger, aber sie beherrschen erst seit den 1970er-Jahren die Printmedien. Sie nutzen seither alle Effekte, die Farbe hervorrufen kann; in den Tanzbildern wird dies deutlich: Rosa und Blassblau unterstreichen – gerne auch in gewollter Unschärfe – romantische Aschenputtelgeschichten, Rot und Schwarz heben scharf konturiert und kontrastreich erotische Spannungen hervor, Gold und Weiß betonen die Kostbarkeit des „königlichen“ Auftritts auf dem Ball. Das Augenfälligste, was sich in der illustrierten Werbung findet, ist zwar immer das Produkt, um das es geht. Aber im Bild dahinter steckt verborgene Geschichte: In einer Art „Kulturkonzentrat“ erfahren die Betrachtenden hier etwas über die Sehnsüchte der Zeitgenossen, über die Vorlieben und Träume der Zeitschriftenleserinnen von damals. Gesellschaftstanz ist deshalb ein beliebter Stoff für diese Traumbilder der Reklame, weil bisher nicht vertraute Paare sich dabei für kurze Zeit unverbindlich näher kommen können als in jeder anderen Situation. Da gibt es zunächst die spannende Frage, wer einem begegnen könnte, dann die Auffregung des Aufforderns zum Tanz, danach den Tanz selbst. Wem ist nicht die von Audrey Hepburn verkörperte Eliza Doolittle des „My fair Lady“-Films von 1964 noch im Gedächtnis, die nach einem langen Abend singt: „Ich hätt' getanzt heut Nacht...“ Wie dieser Tanz, der so glücklich macht, in den zeitgenössischen Idealbildern aussieht, gesittet oder wild, fröhlich oder zart-romantisch, all das zeigen die Illustrationen der Anzeigen.



Wie Sie Erfolg auf einer Party haben, hängt von vielen Dingen ab. Auf jeden Fall ist es wichtig, sich nicht schwabbelnd und unklar zu fühlen. Und das bringt sehr von dem Eindruck ab, den Sie hinterlassen. Mit der morgigen Dose? Verwenden Sie es mit dem neuen Odorono-Deodorant. Auf diese Weise können Sie sich vollkommen zuversichtlich für mindestens 24 Stunden. Auch wenn Sie die ganze Nacht durchmachen.

odorono

das ideale Deodorant für beide in zwei frischen Duftvarianten



Gesellschaftstanz in der Werbung: Deinhard, Stern 42/1958. – Odorono, Das Beste aus Reader's Digest 5/1966. – Matheus Müller, Bunte Illustrierte 46/1966

vorherrschten; sie waren allerdings noch meistens gedruckte Gemälde. Die Fotografie wurde für Reklame zwar schon früher benutzt (1861 erschien bereits das erste Werbefoto), die Druckverfahren waren jedoch noch sehr teuer und aufwändig, so dass sie sich –

Klassisches Repertoire

Das standardisierte Tanzschulprogramm, wie es heute gelehrt wird, hat eine lange Vorgeschichte und wandelt sich beständig; die im internationalen World Dance Council organisierten Tanzlehrerverbände kuren inzwischen regelmäßig einen „Tanz des Jah-

Die seligen Träume



Geigt wie der Strauß-Schani, seufzt sie. Ja, Wien bleibt Wien, konstatiert er. Die schweben über's Parkett, beobachtet jemand. Und was tanzen Sie?

Rufen Sie 0130 2541. Tag und Nacht zum Nulltarif. Und Ihr Wiener Stern-Journal können gratis im Haus. Fragen Sie Ihr Reisebüro nach dem Wienerischer-Angebot mit American Airlines. **Wien**

Klassisches Repertoire: Wien, ZeitMagazin 48/1993

res“, dem dann besondere Aufmerksamkeit zuteil wird. 2005 war es Samba, 2006 Wiener Walzer, 2007 Cha-Cha-Cha, 2008 Swing, 2009 Salsa und dieses Jahr ist es Tango. Darüber hinaus gibt es auch immer wieder Revivals von längst vergessenen Tänzen – beispielsweise wenn sie, wie der Mambo aus „Dirty Dancing“, durch einen Kinofilm wieder in Mode geraten: Diese können Interessierte dann in Spezialkursen neu lernen. Als unverzichtbare Klassiker gelten heute aber neben den beliebten lateinamerikanischen Tänzen wie Rumba und Cha-Cha-Cha vor allem Walzer, Tango und Foxtrott. Tanzlehrer und Trendscout Markus Schöfl sagt, bei Tanzabenden, Bällen und Hochzeiten seien immer noch achtzig Prozent der gespielten Titel „Fox“, wobei natürlich inzwischen der „Discofox“ der Gewinner ist: Leicht zu lernen und fast immer irgendwie anzubringen. Aber bei jeder traditionellen deutschen Hochzeit eröffnet das Brautpaar den Tanz mit einem Walzer. Die Umstehenden verdrücken ihr Tränchen und reihen sich dann ein. Da wird geschwelgt in süßen Geigenklängen und gedreht, bis einem schwindelig wird... Der Walzer ist ein Kind des 18. Jahrhunderts und einem schönen Vampir vergleichbar: Er ist einfach nicht tot zu kriegen! Ein Großteil der Wiener Tourismusindustrie lebt davon. Oft lässt sich aber im Werbebild gar

nicht so eindeutig erkennen, was gerade getanzt wird, wichtig ist nur die Innigkeit des Paares oder die Ausgelassenheit der jungen Leute – die ganze Stimmung des Tanzerignisses eben.

Vor dem Zweiten Weltkrieg

Auf den älteren Anzeigenbildern drehen sich die Paare in geordneter Manier, festlich gekleidet im großzügigen Ambiente, die Kapelle spielt auf oder ein Grammophon übernimmt diese Aufgabe. Die Damen halten in der Edison-Werbung von 1905 sogar noch Fächer in der Hand, die Kleider sind lang, die Haare wohl frisiert hochgesteckt. Deutschland hatte zu dieser Zeit noch einen Kaiser, Adelstitel und militärischer Rang bestimmten

Tanz vor dem Zweiten Weltkrieg: Edison, Jugend 40/1905. – Kupferberg, Die Frau 14/1949





Zur Mode kurzer Röcke wird recht — BELLINDA-Ölparfüm ist Ihnen heute aus der neuen Mode — alle die Ihre Röcke wieder ganz in den Stilrahmen rücken — gehen sich merken: Das verblühende Sie und die neue Ausstrahlung von BELLINDA-Ölparfüm können jetzt auch besser zur Geltung kommen.

BELLINDA FEINSTOFFPARFUMFABRIK HATTE & PALM K.G.M., SCHWABEN/DDR.



Rock Around The Clock...

Ausproben sind diese jungen Menschen, manchmal sogar übermäßig? Warum nicht? Auch wenn sie bei und wieder einmal mehr oder weniger gewöhnlich nach ähnlichen Modellen zusammenhängen, sodass die meisten von ihnen doch „mit beiden Füßen auf der Erde“.

Wird jeder von ihnen bei Tag und in Beruf oder Schule etwas Orientierung gewinnen? Und inwieweit oder um wieviel werden sie von selbstbestimmten Anforderungen oder ganz gewöhnlichen Tagesaufgaben?

Die meisten gehen auf den Tanzplatz, die anderen ein Kino. Diese beiden Zerstreuungsorte kann man in der ersten Zeit — wenn Rock'n'Roll.

Was etwas bildet, was vorerst nicht, unvorstellbar bleibt selbst im Rahmen der Musik, sondern, was allem ist, ist die Chance zu haben, die ihre eigene soziale Verantwortung haben, die „erlaubt“ sich nicht bei handlichen Formen der Entspannung.

Der Weg, den unsere Jugend vor sich hat, führt — Freie Leistung und Ausdauer voraussetzt — zur weiteren Ausdehnung des Weltbildes. Das wird die Jugend von heute. Diese Richtung macht sie sichtbar und unbestreitbar und läßt sie auf ihre eigene Welt verweisen.

Unsere Soziale Marktwirtschaft ist eine gesunde Wirtschaft!

Tanzkleidung in den 1950ern:
Bellinda, Das Beste aus Reader's Digest 11/1957. — Die Waage, Stern 28/1959. — Khasana, Für Sie 3/1959

alle aus dem viel gepriesenen Land der großen Freiheit, den USA. Bill Haleys Musik hatte seit 1955 auch in Deutschland eine neue Ära eingeleitet. Der bekannte Musikjournalist und Jazz-Experte Joachim-Ernst Berendt schrieb bereits 1958 (in „Der Tanz in der modernen Gesellschaft“) über den Rock'n'Roll: „Vom Rock'n'Roll erfuhren die meisten Menschen auf unserer Seite des Atlantik zuerst durch die Melodie 'Rock around the clock' in dem Film 'Die Saat der Gewalt', und es ist nun auffällig, dass sie die Musik sofort akzeptierten. (...) Gemeinhin wird vermutet, dass es nur 'Halbstarke' seien, die sich diese Musik kauften. Aber so viele Halbstarke kann es gar nicht geben, wie 'Rock around the clock'-Schallplatten verkauft wurden.“ In der DDR scheiterte 1959 dann auch der Versuch, den amerikanischen Rock'n'Roll durch die Leipziger Alternative „Lip-si“ auszusteichen: Das Retortenbaby blieb erfolglos, keiner wollte den von der Obrigkeit verordneten Tanz lernen.

Tanzkleidung in den 50ern

Das Können der Schritte spielte in den Fünzigern beim Tanzen noch eine wichtige Rolle, und die Tanzstunde gehörte

In der Fasching mit

KHASANA

KHASANA-Lippenstift — in zwölf farfallenden Farben — verschleißt und weigert Ihre Lippen und macht die Lippenstift-DM 3,-, 2,-, Klempackung DM 1,-

KHASANA-Parfümflasken, passend zu den KHASANA-Lippenstiften, in hervorragender Qualität — DM 1,50, 2,- und 2,50

KHASANA-Waschseife — verleiht Ihren Gesicht im Nu ein köstliches, jugendliches Aussehen. — DM 1,- und 2,-

KHASANA-Lidschatten DM 1,50. — Augenbrauenstift DM 50

KHASANA-Deodorant — verhindert Körpergeruch — köstlich und leicht — aber bewirkt eine Duftwolke — LAVENDEL — EAU DE COLOGNE — KHASANA DM 2,25



zur Erziehung wie Kommunion oder Konfirmation. Dazu musste dann auch das erste Damenkleid für das junge Mädchen her — oft zu Hause selbst genäht oder bei der Schneiderin in Auftrag gegeben. Unter den Rock kam der Petticoat, damit sich das Kleid schön bauschte, alles wurde gestärkt und fixiert, Tanzrock und Pferdeschwanz durften gepflegt wippen. Als der Rock'n'Roll wildere Töne anschlug und die Bewegungen schwingvoller wurden, bedurfte es weiterer und später auch kürzerer Röcke, und weil die Säume hoch rutschten, bekamen auch die Strümpfe neue Bedeutung: Reißfestigkeit und Dehnbarkeit der begehrten Nylons machten sie gegenüber ihren seidenen Vorgängerinnen attraktiv. Die halterlose Strumpfhose schließlich, die in Hamburg bereits ab 1954 produziert wurde und sich zu Beginn der 1960er endlich durchgesetzt hatte, war ein notwendiger Schritt auf dem Weg zum Minirock. Ganz wagemutige junge Frauen trugen auch bereits lange Hosen, diese waren allerdings zum Teil noch bis in die 1960er-Jahre in manchen Mädchenschulen verboten und wurden erst Ende der 1960er gesellschaftlich überall akzeptiert.

Tanzmusik

Das Orchester oder die Kapelle wurden bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts von Grammophon und Radio ergänzt bzw. außerhalb von Ballhaus, Kirmeszelt und Festsaal ganz abgelöst. Das Grammophon ließ die selbst bestimmte Musikauswahl in Privaträumen zu, ohne dass Musiker engagiert werden mussten. Radiomusik war ab 1923 in Deutschland öffentlich zu empfangen. Wer es sich leisten konnte, hörte die regelmäßigen Sendungen des Rundfunks und hatte daneben die Grammophonplatten seiner Lieblingsinterpreten. Die 1925 gegründete Firma „Electrola“ bot von Beginn an auch Tanzmusik. Allerdings war das Grammophon noch recht unkomfortabel, die Platten wogen schwer und es war ein unhandliches Gerät. Beim Radio wiederum waren die Hörerinnen und Hörer von den festen Programmzeiten und der Auswahl der Moderatoren abhängig. Das erklärt die ungeheure Popularität der englischsprachigen Besetzungssender in der unmittelbaren Nachkriegszeit, die manch einer auch heimlich schon vorher gehört hatte: Hier wurde alles gespielt, was die Nazis verboten hatten. Nachdem sich die Bevölkerung also in den 1950er-Jahren wieder ans Sattwerden gewöhnt und im Alltag eingerichtet hatte, folgten dem Wirtschaftswunder dieser Jahre mehrere technische Errungenschaften, die das gesellschaftliche Leben und damit auch

Electrola, Die zweite Welt 40/1927

BESTE TANZMUSIK
 GESPIELT VON DEN ERSTEN
 TANZORCHESTERN DER WELT
 MAREK WEBER,
 JULIAN FUHS, PAUL WHITEMAN,
 JACK HYLTON u.a.m. DURCH
ELECTROLA
 VORSPIEL OHNE KAUFZWANG
ELECTROLA GES.M.B.H.
 BERLIN W.8 LEIPZIGERSTRASSE 23
 FRANKFURT A.M. GOETHESTRASSE 3
 WEITERE AUTORSIERTE VERKAUFSTELLEN WERDEN
 BEREITWILLIGST NACHGEWIESEN

Erlebene Schönheit in Form und Klang

Metz-Musikboxe und Vorräte stehen sich durch ihre aparte Formgebung in jedem Heim prächtig an. Besonders in der großen Klangfülle des Metzer DUAL-Systems bzw. der Einzelartikel-Lautsprecher. Mit dem hochwertigen UHW-Klaviersystem mit drehbarer Fernbedienung können Sie den „Weltmusik“-Schein Sie sich die prägnantesten Metzer-Tonfälle in revolutionären Holzarten im Fußgedrückt an.

MEZ

RADIO-FERNSEHEN-PHOTO-FÜRTH/BAY

Wenn Ihre Gäste sich bei Ihnen wie zu Hause fühlen, wenn Sie selbst trotz Überfüllung gelassen besser Laune sind, wenn die Party wie selbst geht – dann ist ein DUAL Mittelpunkt der guten Laune.

Nur der DUAL party 25 V – ein Verstärker mit eingebauter 3½ Watt Lautsprecheranlage und 4 Watt Lautsprecher-Schubfach für 12 Platten. Unschalldämmung für 116, 150 und 220 Volt.

Jeder Fachhändler führt Ihnen gern einen DUAL party vor oder wir schicken Ihnen auf Wunsch unseren 4-farbigen Prospekt.

Mein Tip - ein „Party“



Dual **Mittelpunkt der guten Laune**

DIE CHROM-DYNAMISCHEN

BASF CHROMDIOXID AUDIO

BASF 90

chromdioxid super II

BASF

CHROM-DYNAMISCH - DIE CHROM-RECHTEN DER BASF

die Tanzveranstaltungen stark beeinflussten. So ging zunächst der Plattenspieler auf einen beispiellosen Siegeszug. 1955 hieß es im „Tanzstundenbüchlein“ von Rosemarie Schittenhelm über die Organisation eines Festes im häuslichen Rahmen: „Tanzen

Tanzmusik: Metz, Stern 41/1954. – Dual, Stern 43/1958. – BASF, Der Spiegel 41/1983

ist die Hauptsache, und deshalb ist das Wichtigste gute Tanzmusik. Auf Radio kannst du dich für ein solches Fest nicht verlassen. Du brauchst einen Plattenspieler oder ein Grammophon und genügend Schallplatten – eigen oder geliehen –, und es lässt sich bestimmt das eine oder andere im Freundes- oder Verwandtenkreis auftreiben. Der Apparat sollte entweder von dir selbst oder von einem Gast, den du darum gebeten hast, ausschließlich bedient werden.“ Sonst drohe möglicherweise „Bruch, für den dann niemand verantwortlich sein will.“ Denn bei wilden Tanzereien bekam schon manche Platte einen Sprung oder zerbrach, weil sie nicht wieder in die Papphülle gesteckt worden war. Und das wurde beim Plattenwechseln auch schon mal vergessen. Die jungen Leute wurden jetzt als Käufer-schicht mit eigenem Budget entdeckt und so manche Anzeige richtet sich dezidiert an sie. Die Firma Metz entwickelte 1954 das erste Kofferradio mit Plattenspieler (unter dem Namen „Babyphon“) und besonders der Plattenspieler „Party“ der Firma Dual wurde für Teenager attraktiv in Szene gesetzt. Das Schallplattensammeln kam in Mode. Glücklicherweise waren diejenigen, die sich ein Gerät leisten konnten, das einen automatischen Wechsler bot, gleich der in den Milchbars populär gewordenen Music-Box, bei der die Teens und Twens nach Münzeinwurf per Knopfdruck einen Wunschtitel unter den Singles wählen konnten. Immer aber gab es hier noch die kleine Wechselpause zwischen den Platten. 1971 hieß es folgerichtig im „Knigge modern“ von Nina Alexander über eine private Party: „Philipps Vater hat sein Tonbandgerät gegeben, die beiden haben flotte Beat-Musik, Jazz und Soul aufgenommen, um nicht dauernd Platten wechseln zu müssen.“ Damit konnten die Gastgeberinnen im Vorfeld die Musikfolge zum Tanzen aufnehmen. Die umständliche Tonbandtechnik wurde anschließend von viel kleineren Kassettenrekordern abgelöst, mit denen schon Kinder ihre Lieblingsmusik aus

dem Radio aufnehmen konnten. Die CD als Datenträger folgte und mit der digitalen Minimalisierung, die Musik inzwischen im Hosentaschenformat überallhin transportierbar macht, scheint jetzt jeder Raum zum Tanzen erschließbar. Der erste Schritt war jedoch der günstig zu erwerbende und damit für junge Leute privat zu nutzende Plattenspieler, der Tanzvergnügen außerhalb von Großveranstaltungen und mit weniger gesellschaftlichem Reglement ermöglichte: Die „Halbstarken“ und wilden Rock'n'Roller der Endfünfziger nutzten jede Gelegenheit, sich von ihrer Eltern-generation abzusetzen. Eine sich emanzipierende Jugend wollte ihre eigene Musik hören.

Der Umbruch der 1960er

„Mit der Beat-Revolution“, so der Fachausschuss für Umgangsformen 1982 im Rückblick, „verband sich nach dem Zweiten Weltkrieg die Kritik an verstaubten Gesellschaftsregeln, lange bevor Studenten gegen Mief und Muff an den Universitäten auf die Barrikaden gingen.“ Diese Beat-Ge-

Der Umbruch der 1960er: Schwarzer Kater, Das Beste aus Reader's Digest 7/1963. – Pegulan, Constanze 9/1964

neration genoss auch auf der Tanzfläche eine wilde Phase, die in die Twist-Ära mündete. Der Titel „The Twist“ von Chubby Checker läutete sie 1960 ein. Entscheidend beim Twist ist die Eckigkeit der Bewegungen, deren Betonung auf Ellenbogen, Knien und Fersen liegt, die im schnellen Wechsel nach außen gedreht werden – jegliche Weichheit des Körpers steht im krassen Gegensatz dazu. Twist wurde dementsprechend ohne Anfassen, aber durchaus noch mit Bezug auf eine Partnerin oder einen Partner getanzt und war sehr schweißtreibend. Die Zeitschrift *Kristall* titelte 1962 einen medizinischen Ratgeberartikel „Wenn alte Knochen twisten...“. Der Autor, Dr. Horst Klein, beschrieb darin Bandscheibenvorfälle als die häu-

„Twen-Cocktail“

Heiße Musik auf Platten, feuchtes Feuer in Gläser, flotte Rhythmen – und SCHWARZER KATER, das ist die richtige Mischung, nicht nur für Bob und Bonchen. Zu einer „runden“ Party gehört überall!

SCHWARZER KATER

aus dem edlen Saft schwarzer Johannisbeeren. Einmalig und unübertroffen in seiner Art. Nur echt in den Originalflaschen. Spirituosenwerke Fritz Lehmann, Kiel, seit 1908



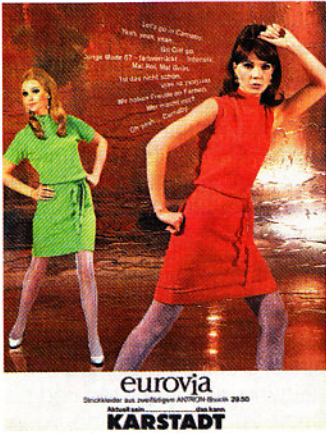
PEGULAN **Hält Ihr Fußboden Tanzpartys aus?**

der meistverkaufte Kunststoff-Bodenbelag

Pegulan-Bodenbelag – in bester Qualität – hält jede Tanz-Party und jeden Petzgrabsatz aus. Sie finden eine Abdrücke! Denn Pegulan ist unelastisch, ein Bodenbelag aus Kunststoff, Schalldämmend, feuerfest, isoliert in dem Farben Verrottungsfest auf die Dauer. Kein Einweichen, kein Bohren, in einem Arbeitsgang zu steuern und zu pflegen. Pegulan macht sich jahreszeitlich bewahrt!

Zu ihrer Auswahl: 10 verschiedene Qualitäten, über 100 Farben und Designs. Pegulan-Bodenbelag in Bahnen für Ihr bestes Zimmer. In marmorierten Platten für den Flur. In farbetreuen Fliesen für Küche und Bad. Geben Sie Ihrem Fußboden mit Pegulan die farberfrohe Eleganz, die lange Lebensdauer die Sie wünschen. Fragen Sie den Fachmann. Wenn Sie Pegulan mittags verlegen lassen, können Sie abends darauf tanzen!

farbenfroh • strapazierfähig • leicht zu pflegen



figste Twistverletzung und riet allen, denen dies zu riskant wurde: „Den heißen Twist nur lauwarm tanzen.“ In den Werbefildern findet sich der Twist auch nur von etwa 20-jährigen getanzt – die Älteren griffen bei Veranstaltungen zum Standardrepertoire mit Walzer und Foxtrott, wer es flotter wollte, tanzte den Quickstep, der als „Champagner unter den Tänzen“ gilt und Ende der 1950er populär genug war, einem Haarfärbemittel seinen Namen zu geben.

nannten „Swinging Sixties“ hatten London zum Trend-Zentrum ihrer Kultur erkoren: Die viel besungene Einkaufsstraße „Carnaby Street“, die Beatles und der Minirock gehörten zusammen. Die Karstadt-Anzeige von 1967 nutzt die magischen Worte „Carnaby“, „Yeah, yeah, yeah...“ und „Go Girl go“ in einer Art sinnfreiem Textmedley, das die Minikleidträgerinnen mit Schmolzmund von sich zu geben scheinen, um seine jugendliche Zielgruppe anzusprechen.

Imageverlust: Paartanz

Ende der 1960er jedoch begann eine Zeit der Tanzschul-Krise: Die jungen Leute lehnten das Althergebrachte, das sie nach dem Wunsch ihrer Eltern selbstverständlich hätten lernen sollen, zunehmend ab. Der Reihentanz „Madison“, der gleichzeitig mit dem Twist entstanden war, erschien vielen eine gute Alternative. 1968 listete das Tanzlehrer-Ehepaar Helga und Ernst Fern in einem Ratgeber Modetänze auf – unter den im Buch erklärten Tänzen ist jedoch kaum einer, der heute noch bekannt ist, geschweige denn in Tanzschulen gelehrt wird: Da gab es den „Pony-Jerk“ und den „Boo-Ga-Loo“, den „St. Bernhard“ oder die vom Tanzmusikpapst „Klarinetten-Hugo“ Strasser erfundene „Chapolka“. Viele dieser Tänze wurden wie der „Madison“ in der Gruppe, im Kreis oder nebeneinander getanzt. Die „sexuelle Revolution“ hatte den klassischen Paartanz mit dem Etikett des Konservativen, Spießigen versehen. Wer jemanden anfassen wollte, musste schon einen Schmuseblues abwarten. Die so ge-

Diskokultur

Die letzte Entwicklung im Tanzstil war dann schließlich das Vereinzeln. Zunächst gab es in der Hippieszene der End-Sechziger und 1970er den Barfuß-Tanz in weiten, bunten Kleidungsstücken (wie im Musical „Hair“ zu sehen), und dieses partnerlose Hingeben an die Musik gipfelte schließlich im selbstverliebten oder gänzlich kontaktlosen Singletanz auf der metallenen Tanzfläche eines meist gesprächsuntauglichen, abgedunkelten Raumes unter aufblitzenden Lichtfetzen – der Diskothek. Bereits in den 1940er-Jahren wurde in Paris die erste ihrer Art eröffnet. Diese Räume, die ihr Publikum durch eine große Sammlung Schallplatten begeistern können, gibt es seit den 1960er-Jahren auch in Deutschland (Aachen war hier ab 1959 der Vorreiter). Während die psychedelischen Klänge der 1970er jedoch noch sich selbstvergessen langsam drehende Langhaarige auf die Fläche lockten, rockten andere in der gleichen Zeit ihre Mähne schmeißend rhythmisch auf den Knien. In

Image-Verlust des Paartanzes: Karstadt, Constanze 9/1967. – Esslinger, Constanze Sonderheft Strickmode 1970/71

der Werbung taucht die Disko seit den 1970ern als dunkler Hintergrund tanzender junger Leute in engen Hosen auf. Darin finden sich seit den 1980ern und vor allem in der Techno-Szene der 1990er wild und bis zur Ekstase zuckende Körper, die viel Muskeln brauchen, um den physischen Anforderungen des Tanzens zu genügen. Der Soziologe Gerhard Schulze beschrieb es so: „Lautstärke, Geschwindigkeit, Hell-Dunkel-Kontraste und Farbefekte sind oft bis zu einer Intensität gesteigert, wo die bloße sinnliche Erfahrung schon die ganze Aufmerksamkeit beansprucht.“

Getränke

Diese körperlichen Vergnügungen gingen gelegentlich mit illegalem Drogenkonsum einher (weshalb sie unter ihren

Kritikern wiederum leichter verurteilt werden konnten). Afri-Cola machte unter der Regie des Werbekünstlers und Fotografen Charles Wilp 1968 daraus eine pffiffige und viel beachtete Anzeigenserie, die



Diskokultur: Canadian Pacific Hotel, Der Spiegel 39/1979. – Poly, Brigitte 25/1987. – Heuga, Der Spiegel 39/1970



den „Rausch“ zum Thema hatte, pries sich augenzwinkernd selbst als „Sexy-Mini-Super-Flower-Pop-Up-Cola“-Rauschmittel an und gilt heute noch als „Hippie-Brause“. Alkohol dagegen war als Mittel zur Lockerung der Stimmung schon immer sehr beliebt und wird daher auch oft mit Tanzbildern beworben: Ritualisiertes Anstoßen gehört bei Festlichkei-



Sommerliche Rheinfahrt

Ruhig gleitet das Schiff über den Strom, fröhliche Menschen an Bord. In den Gläsern funkelt der Wein – Sonne liegt auf den Türmen der alten, ewig jungen Stadt Köln. Dieses Bild, dessen heitere Schönheit seinesgleichen sucht, ist vieltausend Besuchern aus aller Welt ein unvergessliches Erlebnis. Ein liebenswerter Zweiklang... die schöne Domstadt am Rhein und die belebende Frische von 4711 ECHT KÖLNISCH WASSER.

4711. Immer dabei!



des Erotischen zugeordnete Erscheinung. Man wirbt im Tanz und wird verstoßen, man lockt und man versagt sich." Der Fachausschuss für Umgangsformen nennt daher – nicht ohne Vorbehalte – den Tanz einen charmanten „Kuppler zwischen den Menschen“, der italienische Psy-

chologenverband nannte sogar in den 1960er-Jahren den Twist die „Pantomime eines Sexualtraums“ und Tanzlehrer Markus Schöffl beschreibt die Lambada als Extrembeispiel: „In den Neunzigern hingen die wirklich ganz nah aneinander, das war also schon fast getanzt Sex.“ Grundsätzlich

4711, Brigitte 13/1963

brauche man, so der Fachmann, bei jedem Paartanz „eine gewisse Konzentration aufeinander, man muss miteinander spielen, man muss sich blind verstehen.“ Und daher bleiben die Tanzfläche und ihre Umgebung ein Anbahnungsterrain für Paarbeziehungen – ob sich nun die Tanzenden berühren oder der eine für die andere seinen Körper auf der Metallfläche der Disko in Szene setzt.

Während jedoch der Tanz vor hundert Jahren derart unter Kontrolle stand, dass es Vorschriften für die Themen der Ballgespräche gab, ist das Angebot an Tanzformen und -stilen, an Tanzorten und Clubs derart vielfältig, dass selbst diejenigen, die die Tanzschule in der Pubertät als spießigen Vorschlag der Eltern ablehnen, ihren Spaß bei der Salsa-Party mit Freunden haben oder in der Technodisko raven können. Lediglich noch zu bestimmten Ritualen im Lebenslauf, wie dem Abiturball oder der Hochzeit, gibt es klare Erwartungen an die Tanzenden – weshalb die Tanzschulen auch extra dazu vorbereitende Crash-Kurse anbieten. In den Reklamebildern zeigt sich auch, was dort als Erstes unterrichtet wird, um dem Anstand genüge zu tun: nämlich wo die Hände hingehören und wie nah sich die Tanzenden

kommen dürfen. In der Reklame ist das ganz eindeutig: Der mit Remington rasierte Mann darf seiner Holden ganz nahe sein, die Stoppeligen im Hintergrund dagegen müssen in Tanzhaltung bleiben (obwohl sie versuchen, ihren Tänzerinnen näher zu rücken). Und der Partner der mit Olorono erfrischten Frau wird für seine perfekten Führungskünste mit einem derart strahlenden Lächeln belohnt, dass er sicher immer wieder die korrekte Handhaltung nutzt, um Vertrauen zu erwecken.

Grundsätzlich gilt heute immer noch, was auf der Website des Allgemeinen Deutschen Tanzlehrerverbandes (ADTV) ein Teenager über die Notwendigkeit der Tanzstunde sagt: Zwar gäbe es manchmal abfällige Kommentare „von wegen altmodisch und so“, aber grundsätzlich verstummten diejenigen sofort, sobald sie die Reaktionen der Mädchen mitbekämen, denn die sagten „Wie toll, du tanzst?“ Damit kann man nämlich echt Eindruck machen.“ Wer als Mann die Träume der weiblichen Spezies, wie sie in der Reklame aufscheinen, genau studiert, weiß, dass zum Konsum der Romantik auch heute noch der Gesellschaftstanz gehört – ob in der zarten Nonchalance-Manier oder eher fröhlich-frech wie mit dem Javaanse-Jong ist dabei ganz egal: Das Paarvergnügen zählt!

Abbildungen: Alle Anzeigen entstammen dem Archiv der Autorin, www.kabinettstueckchen.de



Morgens ODO-RO-NO...



den ganzen Tag wie frisch gebadet!



DER MANN IST REMINGTON-RASIERT!



NONCHALANCE
BEFLÜGELT DIE SINNE...



JAVANSE JONGENS

Jeden Morgen nach dem Waschen ODO-RO-NO. Das ist für Millionen Menschen selbstverständliche Hygiene. Denn ODO-RO-NO schützt den ganzen Tag vor Körpergeruch und übermäßiger Transpiration. Es wirkt also auch die Kleidung. Und – ODO-RO-NO läßt Sie Ihre Frische selbst spüren. Sein beständig-carter Duftersichert Ihnen immer wieder. Sie wirken sympathisch-frisch.



Aercol-Spray
DM 4,80, DM 7,80
Spray DM 2,70 - Saab
DM 1,00, DM 1,60
Rollin/ft. DM 1,90
Crema DM 1,95, 3,00
Puder DM 1,00

ODO-RO-NO
den ganzen Tag wie frisch gebadet!