

SWR2 Zeitwort

**17.12.1892:**

In New York erscheint die erste Ausgabe der Vogue

Von Antje Passenheim

Sendung: 17.12.2022

Redaktion: Susanne Schmaltz

Produktion: SWR 2019

SWR2 Zeitwort können Sie auch im **SWR2 Webradio** unter [www.SWR2.de](http://www.SWR2.de) und auf Mobilgeräten in der **SWR2 App** hören – oder als **Podcast** nachhören:  
<https://www.swr.de/~podcast/swr2/programm/swr2-zeitwort-podcast-100.xml>

---

**Bitte beachten Sie:**

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

---

**Die SWR2 App für Android und iOS**

Hören Sie das SWR2 Programm, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR2 App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: [www.swr2.de/app](http://www.swr2.de/app)

**Autorin:**

Respekt bitte! Es ist die Vogue! Sex and the City im Hochglanz-Format. Die Königin aller Modezeitschriften. Illusion in Glamour gegossen. Olymp für Models, Designer, Fotografen. Marken. Das sah noch anders aus, als das erste Heft am 17. Dezember 1892 auf den Markt kam, weiß Lynda Johnson, Professorin am New Yorker Institut für Mode-Technologie:

**O-Ton von Lynda Johnson:**

Da war noch viel Text, es hatte Illustrationen – keine Fotos. Die Leute waren neugierig. Es gab die Gesellschaft, die einfach wissen wollte, was angesagt war.

**Autorin:**

Und nicht nur in der Mode.

Auch Politik hat in den ersten Jahren Platz darin. Gründer Arthur Baldwin Turnure kreiert ein Kampfblatt der New Yorker Society. Er gehört selbst dazu. Hat die nötigen Kontakte, um über Partys in Herrenhäusern und Golfclubs zu berichten. Die eingesessene New Yorker Gesellschaft nutzt die Vogue, um die zugezogenen Neureichen in die Schranken zu weisen. So sind die ersten Hefte voll mit Infos zur Etikette.

**O-Ton von Lynda Johnson:**

Sie war eine Wochenzeitschrift, die Frauen und Männer dieser Gesellschaft lasen. Und als die sich gewandelt hat, tat die Vogue es auch.

**Autorin:**

Als 1909 der junge Verleger Condé Montrose Nast das Heft aufkauft, wird es zum führenden Mode-Magazin Amerikas. Das Bilderbuch des Zeitgeists erscheint heute in 21 Ländern. Durch gute wie schlechte Zeiten führen die Gegenwelten makelloser Schönheit und Begehrlichkeit - die Fotografen wie Irving Penn, Helmut Newton oder Richard Avedon schaffen.

Die Vogue formen vor allem starke Frauen an der Spitze. Stylish, genialisch, aber auch schwierig.

Ein Image, das wohl keine Vogue-Chefin derart verkörpert wie Anna Wintour. Die Teufelin, die Prada trägt. Und die Modebibel seit 1988 diktiert

**O-Ton von Anna Wintour:**

Ich bin sehr entschieden und gebe den Leuten, mit denen ich arbeite, klare Ansagen. Manchmal hören sie nicht das, was sie gerne hören würden.

**Autorin:**

Viele sagen, Anna Wintour ist für die Vogue, was Steve Jobs für Apple war. Die Marke hinter der Marke: Mit akkuratem Bob und großer dunkler Sonnenbrille. 38 ist die Britin als sie das Flaggschiff, die US-Vogue, übernimmt.

**O-Ton von Lynda Johnson:**

Das Magazin wurde revolutioniert: Auf dem Cover ihrer ersten Ausgabe war ein Model in Guess-Jeans zu sehen – dazu eine teure Jacke von Christian Lacroix. Das war herausragend.

**Autorin:**

Wenn die überzeugte Pelzträgerin mit der Apple Watch heute im 28. Stock ihres gläsernen Büros im "One World Trade Center" thront, dann ist sie mehr als Chefredakteurin. Wintour bildet nicht nur ab, was über den Laufsteg geht. Sie nimmt direkten Einfluss darauf. John Galliano hat sie zu Dior gebracht, Marc Jacobs zu Louis Vuitton. Die Vogue hat mit den Jahren auch immer mehr politische Haltung bezogen. Wintour brachte Hillary Clinton aufs Cover. Michelle Obama und Angela Merkel.

**O-Ton von Lynda Johnson:**

Du siehst schon mehr reale Frauen in der Vogue,

**Autorin:**

meint Modejournalismus-Fachfrau Lynda Johnson. Nur so könne die Vogue auch weiter junge Leserinnen anziehen. Gegen die Konkurrenz von Sozialen Medien und Influencern. Doch Anna Wintour ist sich sicher: Gegen das Gefühl von Hochglanz in der Hand, kann kein Smartphone oder Tablet etwas ausrichten:

**O-Ton von Anna Wintour:**

Das ist einfach nicht dieselbe Erfahrung – als wenn du mit einem schönen dicken, glänzenden Heft irgendwo sitzt und in den Luxus eintauchst.