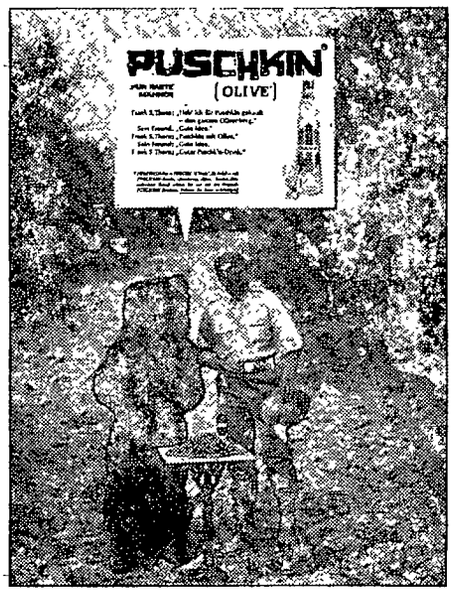
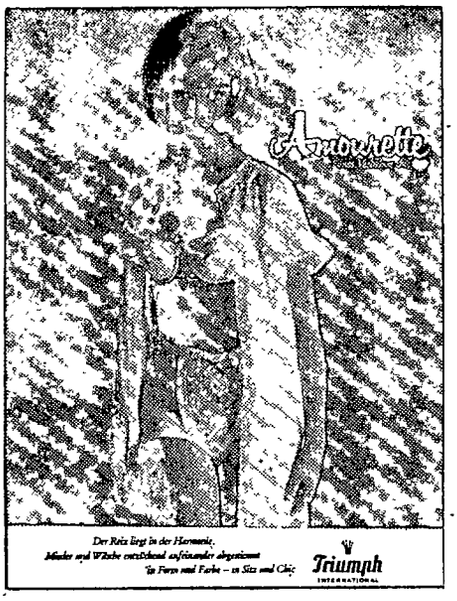






Importierte Modelle **Meyer, Brigitte Juslin, Pithey:** Vor deutschen Kameras . . .

WERBUNG

PHOTOMODELLE

Import in Blond

Für 800 Mark Tagesgage, Jet-Flugschein erster Klasse und Spesen kam Helen Oken, 22, Ende März aus New York nach Düsseldorf. Dort hantierte die appetitliche Amerikanerin vor der Kamera eines Werbephotographen mit einem neuartigen Gerät zum Zertrümmern leerer Flaschen und entflog nach drei Tagen Aufenthalt.

Ob bei Eis- oder Zahnkrem, Miedern oder Mixgetränken — überall in Westdeutschlands Werbung tauchen ausländische Photomodelle auf: Westdeutschlands schönste Gastarbeiter.

Cinzano trinkt der Amerikaner Alan Stokes, Herren-Konfektion trägt der Engländer Pat Gregory, Waldorf-Zigaretten raucht sein Landsmann Earl Napp. Die Pariserin Brigitte Gerard verkauft Langnese-Eis, die Schwedin Karin Mossberg lächelt für Sulfrin und Pepsodent. Auf einer Anzeige der Zigarettenmarke Privat 85 marschierten zehn Twens; acht davon waren Ausländer.



Photograph **Wilp,** US-Modell **Helen Oken**
. . . ersetzen Gastarbeiter . . .

Volkshelden der deutschen Bilderwerbung sind Fremdstämmige:

▷ Tchibo-Kaffee-Experte: Wensley Pithey, 52, aus London,

▷ Puschkins Frank S. Thorn: Hans Meyer, 42, aus London,

▷ Triumphs Amourette-Mädchen: Brigitte Juslin, 29, aus Helsinki.

Die Invasion ausländischer Photomodelle erreicht ihren Höhepunkt in einer Zeit, da das Ausland „Brünnhildes neue Figur" („Time") entdeckte und bestaunte.

„Life" schrieb von „Deutschlands zweitem Nachkriegswunder". „Playboys" „Salut für die hübschesten Fräuleins" lautete: „Sexy, leidenschaftlich und wunderbar". Und „Newsweek" stellte fest, daß die von der Natur begünstigten Teutoninnen als Photo-

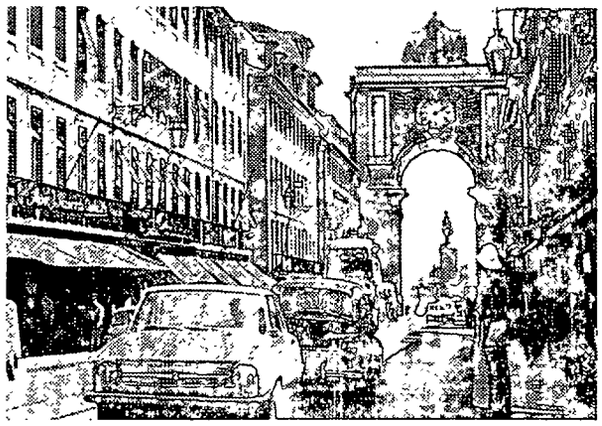




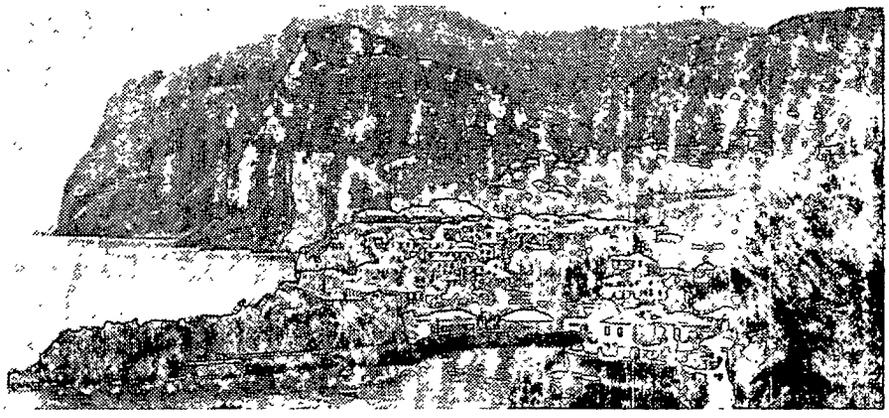


. . . die deutschen Gesichter: Exportierte Modelle **Brigitte Bauer, Ina Balke, Wilhelmina Behmenburg**

■ rechts: Lissabon. Rua Augusta
■ unten: Romantische Küsten zum Baden und Träumen auf der Sonneninsel Madeira



TAP ten twenty



Nach Portugal? Ihr Flug heißt TAP ten twenty!

Täglich* um 10.20 Uhr startet die moderne Caravela der portugiesischen Luftverkehrsgesellschaft TAP in Frankfurt zum Nonstop-Flug nach Lissabon. 10.20 Uhr: Das heißt, zu diesem Flug haben Sie günstige Anschlüsse von allen deutschen Flughäfen. Bereits nach drei Stunden erreichen Sie Lissabon und können den Tag zu Besprechungen mit Geschäftsfreunden nutzen oder zu Ihrem Ferienziel weiterfliegen. Noch am gleichen Nachmittag bringt Sie die TAP nach Madeira, in die Algarve oder nach Oporto. Weitere vorteilhafte Verbindungen nach den USA, Afrika, Südamerika und den Kanarischen Inseln.

Verlieben Sie sich in Portugal!

Portugal, ein Land voller Zauber, wartet darauf, von Ihnen entdeckt zu werden: Ungezählte romantische Buchten an der 850 km langen Atlantikküste. Kleine verträumte Fischerhäfen. Malerische Dörfer und Städte. Burgen und Schlösser – Zeugen einer bewegten Geschichte. Was immer Sie suchen – Portugal bietet es Ihnen: Erholsame Einsamkeit an menschenleerer Küste. Geselligkeit in mondänen Seebädern. Gastfreundschaft, die von Herzen kommt. Hier können Sie baden und segeln. Golf spielen und fischen. Oder ganz einfach den ewigen Frühling genießen. Die TAP bringt Sie von Lissabon aus schnell an Ihr Ferienziel.
Fragen Sie Ihr IATA-Flugreisebüro nach TAP ten twenty. Täglich* 10 20 Uhr Frankfurt – Lissabon: der Flug, der alle Ihre Wünsche erfüllt.
*außer Mittwoch

Gutschein: 222

TAP - Portugiesische Luftverkehrsgesellschaft, 6 Frankfurt/Main, Niddastraße 52

Bitte senden Sie mir kostenlos Informationsmaterial in deutscher Sprache über Portugal.

Name:
Wohnort:
Straße:
Mein IATA-Flugreisebüro:

TAP
TRANSPORTES AÉREOS PORTUGUESES

Der schnellste Weg nach Portugal

modelle einen „rasant wachsenden Anteil am Weltmarkt gewinnen".

In New York stiegen Brigitte Bauer, Wilhelmina Behmenburg und Vera Gräfin Lehndorff zu Star-Modellen auf. In Paris machten Christa Fiedler und Ina Balke Top-Karrieren.

Der Export in Blond ließ die Spitzengruppe der deutschen Photomodelle auf etwa zwei Dutzend Mädchen und ein Dutzend Männer zusammenschmelzen. Ihnen drohte bald das Schicksal, ausphotographiert und damit unverwendbar zu werden; kein Parfümfabrikant mag mit einem Modell werben, das sich als Margarine-Idol im Bewußtsein der Verbraucher festgesetzt hat — und selbst Zigarettenmarken machen nur ungern mit den gleichen Modellen Reklame.

Gleichzeitig wuchs in Deutschland der Bedarf an Photomodellen. Allein 1965 wurden 11 000 Markenartikel und Dienstleistungen mit Anzeigen, Plakaten, Filmen und Fernsehspots propagiert, auf denen meistens ein oder mehrere Photomodelle posierten.

Zwar ist der Drang gut gewachsener westdeutscher Teens und Twens zur Werbekamera groß. Doch die Photographen verlangen von ihren Modellen nicht nur Mustermaße, sondern auch Schminktechnik, umfangreiche Garderobe und professionelle Erfahrung. Sie begannen, Modelle aus dem Ausland zu importieren.

Einer der eifrigsten, wenn auch unfreiwilligsten Förderer der schönen Invasion war der Staat. Die Bundesanstalt für Arbeitsvermittlung und Arbeitslosenversicherung in Nürnberg beansprucht in Deutschland das Monopol für die Vermittlung von Photomodellen.

Die Werbephotographen sind daher vor die Alternative gestellt, entweder Gelegenheits-Arbeiter von den Arbeitsämtern zu beziehen (die jeden vermitteln müssen, der sich als Modell eintragen läßt) oder aber selbst Termine mit den vielbeschäftigten Modellen auszuhandeln. Im Ausland ist alles leichter. Privatagenturen vermitteln dort zu jedem Termin jede Menge qualifizierter Modelle.

Die Produzenten westdeutscher Werbefilme decken daher ihren Modellbedarf bereits heute zur Hälfte in England, Skandinavien, Frankreich und den USA. Der Hamburger Werbephotograph Reinhart Wolf beschäftigt zu 75 Prozent Ausländer. Und Star-Knipser Charles Wilp in Düsseldorf — er photographiert unter anderem die Puschkin-Werbung — nimmt überhaupt nur dann noch Deutsche, wenn seine Auftraggeber es billig haben wollen.

Für die neue Triumph-Amourette-Werbung fand Wilp für tausend Mark täglich in Paris etwas Passendes mit Namen Francie Rheine, für Erba-Stoffe bat er die Schwedin Eva Ljungberg vor die Kamera. Für Puschkin importierte er die in London lebende westindische Exotin Nadine Milinaire gegen 660 Mark Gage pro Tag. Shell-Super läßt er durch die langmähnige Londonerin Alexandra Bastedo anpreisen.

Auch Helen Oken kam aus New York für ihn geflogen, laut Wilp „das einzige Mädchen, das ein Party-Girl glaubhaft darstellen kann".