



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
WIEN
Vienna | Austria

DIPLOMARBEIT

A Bachelor's Apartment

Der Einfluss des Playboy-Magazins auf Architektur und Wohnen in den
USA in den 1950/60 Jahren

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades

„Master of Science“ unter der Leitung von

Univ.Ass. Dipl.-Ing. Dr.techn. Mathias Mitteregger

E 259 Institut für Architekturwissenschaften

eingereicht an der Technischen Universität Wien

Fakultät für Architektur und Raumplanung von

Tamara Boxrucker

0825351

Wien, am

Exposé

Die United States der 1950er Jahre, eine Zeit des Umbruchs, neuer Strömungen und Zuversicht der Zukunft gegenüber. Nach den Jahren des Weltkriegs und der Angst, die mit jenem einherging, bot kein anderes Land einen besseren Nährboden für neue Strömungen, Lebensentwürfe und Designs. Ideen und Lebensformen, die im Europa der Nachkriegszeit (noch) keine Möglichkeit zur Entwicklung gehabt hätten. Durch den rasanten Aufstieg der Massenmedien wurde es erstmals möglich, neue Gedanken und Anschauungen schnell und flächendeckend an ein großes Publikum zu bringen und den Geschmack einer ganzen Generation zu beeinflussen. Dabei spielte ein Magazin eine ganz besondere Rolle, ein Magazin, das man auf den ersten Blick nicht mit dem Thema Design und Architektur in Verbindung bringt: Playboy.

Ab Dezember 1953 monatlich herausgegeben, nahm Playboy maßgeblich Einfluss auf die Verbreitung neuer Architektur- und Designkonzepte, ließ den Verkauf von gezeigten Möbeln in die Höhe schnellen und spielte selbst Architekt.

Schnell wurde es zum meistgelesenen Männermagazin der damaligen Zeit, beeinflusste die Art zu Leben und zu Wohnen. Die Zielgruppe waren erfolgreiche, wohlhabende Großstädter, die den von Playboy propagierten *Lifestyle* und den dazu passenden Wohnraum euphorisch annahmen. Ganz im Sinne des Gründers Hugh Hefner wurde das Leben in einer heilen Welt im Innenraum propagiert und die Identität des designaffinen *Indoor Man* geschaffen, welche zum Vorbild einer ganzen Generation wurde. Daneben gehörten zur Leserschaft viele Architekten, unter ihnen Namhafte wie Ludwig Mies van der Rohe und Frank Lloyd Wright, über die wiederum in Features berichtet wurde. In ihrem Ausstellungskatalog geht Beatriz Colomina sogar soweit, dass sie sagt: „*No Playboy without Architecture.*“¹

Als Basis dieser Arbeit diene unter anderem die Ausstellung „Playboy Architecture, 1953-1979“, kuratiert und konzipiert von Beatriz Colomina im Rahmen des PhD Programms der Princeton University.

¹ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014)

Abstract

The United States in the 1950s: It was a time of change, new trends and confidence for the future. Leaving World War II and the anxiety that accompanied that time behind, the United States was the best breeding ground for new trends, lifestyles and designs. These were ideas and ways of living which had no chance to develop in a Europe preoccupied with post war reconstruction. The rapid rise of mass media brought new thoughts and ideas quickly and comprehensively to a large audience and affected the taste of a whole generation. Here one magazine played a very special role, one that is not normally associated with the subjects of design and architecture: Playboy.

From the first December 1953 monthly issue, Playboy played a significant role in the spread of new architecture and design concepts. Sales of the published furniture skyrocketed. In this and other ways, Playboy was playing architect.

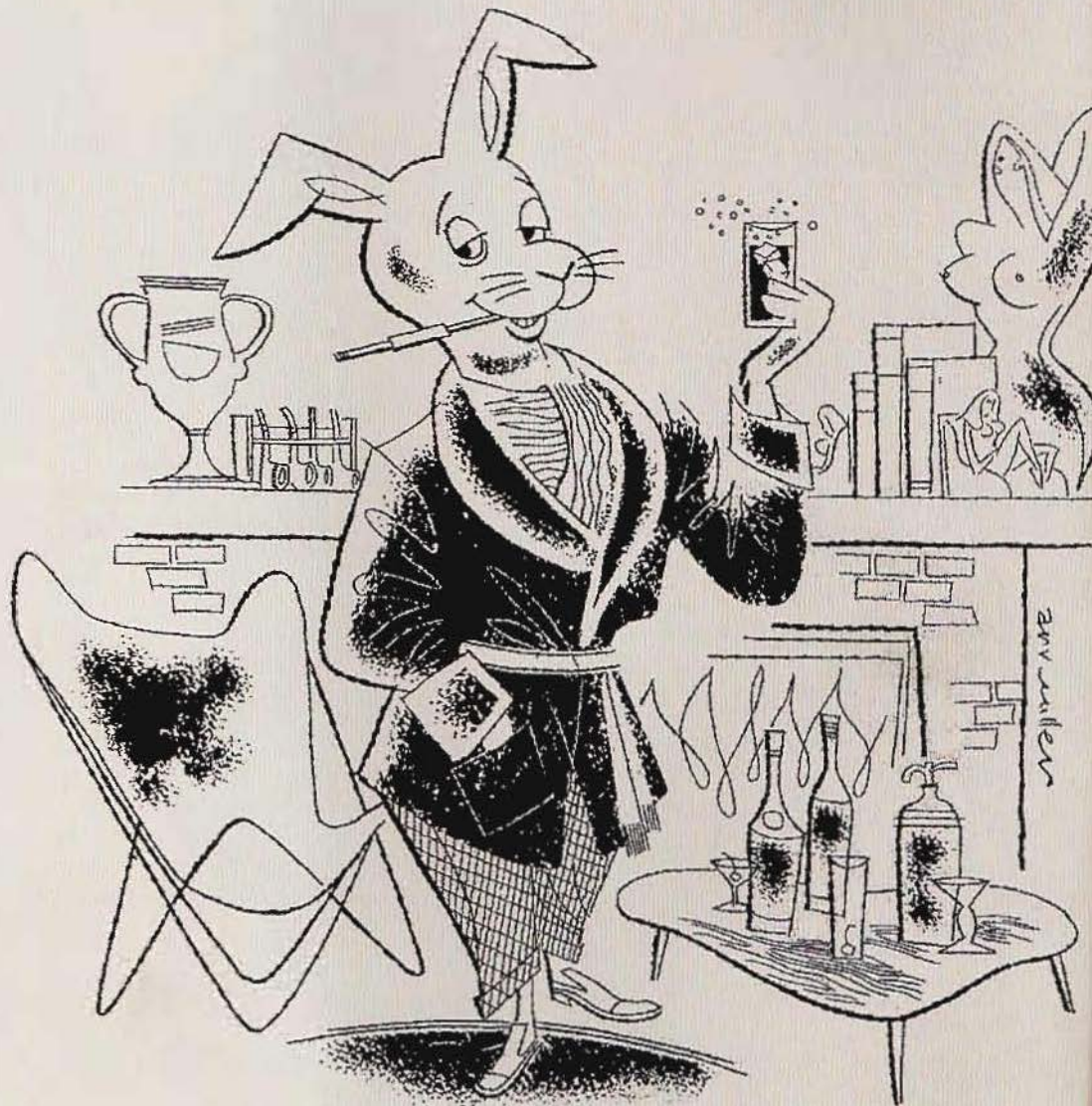
Playboy quickly became the most widely read men's magazine of the time, greatly influencing their way of life. Playboy's target group consisted of successful, wealthy townsmen who embraced the Playboy Lifestyle and the designed surrounding euphorically. In spirit of the founder Hugh Hefner, the perfect indoor life was propagated. The identity of the "Indoor Man" was created and became a role model for an entire generation. Many architects were fans of the magazine, among them big names like Ludwig Mies van der Rohe and Frank Lloyd Wright which were subjects of important features in Playboy. In her exhibition pamphlet Beatriz Colomina goes so far to say: "No Playboy without Architecture." ²

The exhibition "Playboy Architecture, 1953-1979", curated and designed by Beatriz Colomina in the course of a PhD Program at Princeton University, served as a basis of this work.

² Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014)

A BACHELOR'S APARTEMENT

Der Einfluss des PLAYBOY-Magazins auf Architektur und Wohnen
in den USA in den 1950/60 Jahren



Danke an

Mathias Mitteregger und Ana Maria Simionovici für die Unterstützung und die hilfreichen Ratschläge.

Stefan Haghofer für die Hilfe beim Aufstöbern alter Magazine und die guten Nerven.
meine Eltern, ohne die mein Studium erst gar nicht möglich gewesen wäre.

Gewidmet

Gabriele und Robert Boxrucker

Diese Arbeit verzichtet fortlaufend auf die Verwendung des Binnen-I und erhofft sich so die Lesbarkeit des Textflusses zu verbessern. Die maskuline, generalisierende Form inkludiert dementsprechend sowohl männliche wie auch weibliche Personen.

Inhaltsverzeichnis

Exposé

Abstract

1. Prolog

2. Grundlagen

2.1. USA in der Nachkriegszeit

2.2. Wohnen in den 50ern

3. Playboy

3.1. Ausstellung „Playboy Architecture 1953-79“

3.2. Playboy Magazin

3.2.1. Gründung und Anfänge

3.2.3. Trendsetter Playboy

3.2.4. Who reads Playboy?

3.3. Hugh Hefner – Playboy No.1 und Hobbyarchitekt

3.3.1. Beweggründe zur ersten Ausgabe

3.3.2. Workaholic und Hobbyarchitekt

3.3.3. Die erste Playboy Mansion in Chicago

3.4. Die Erschaffung des „Indoor Man“

3.5. Architektur, die verführt

3.5.1. Immaterielle Playboy-Architektur

a. The Penthouse Apartment (1956)

b. The Weekend Hideaway (1959)

c. The Town House (1962)

d. The Patio Terrace (1963)

e. The Electronic Entertainment Wall (1964)

f. The Playboy Bed (1959/65)

- 3.5.2. Bestehende Architektur wird zu Playboy-Architektur
- 3.5.3. Playboy Penthouses erobern neue Medien
- 3.5.4. Ein wahrgewordener Traum: Die Playboy Clubs
- 3.6. Playboy Architekten
 - 3.6.1. Frank Lloyd Wright
 - 3.6.2. Ludwig Mies van der Rohe
 - 3.6.3. Richard Buckminster Fuller
 - 3.6.4. Designs for Living: Universal designer formen Amerika
- 3.7. Gebaute Geschlechterrollen: Playboy/Playmate
 - 3.7.1. Playboy/Playmate und das Wohnen
 - 3.7.2. Küche
- 3.8. Playboy nach 1969
 - 3.8.1. Die Playboy Clubs
 - 3.8.2. Architektur im Heft
 - 3.8.3. Hugh Hefner

4. Resúme

5. Inventarliste

- 5.1. Playboy's Progress
- 5.2. Playboy's Penthouse Apartment
- 5.3. Playboy's Weekend Hideaway
- 5.4. The Playboy Town House

6. Quellen

- 6.1. Literaturverzeichnis
- 6.2. Internetseiten
- 6.3. Abbildungsnachweis

1. Prolog

Eine Zeitreise zurück in die USA der 1950er Jahre. Das Land der unbegrenzten Möglichkeiten, des Wirtschaftsaufschwungs und des Rock 'n' Roll. Gigantische Vorstädte entstanden vor den Toren der Städte im Zuge der Verbreitung des Automobils und Elvis lebte wirklich noch. Das Phänomen der Massenmedien entstand, das TV-Gerät trat seinen Erfolgzug an und erstmals überschritt die Auflagezahl von Magazinen die Millionenmarke. DAS Magazin, über das am meisten gesprochen wurde und die Gemüter erhitzte war der Playboy. Ein monatlich erscheinendes Heft, das die neue Lebensart des Konsums und des Genusses wie kein anderes darstellte und verbreitete.

Die folgenden Arbeit widmet sich der Rolle des Playboy Magazins, des später daraus entstehenden Imperiums und seines Gründers Hugh Hefner im Bereich Architektur und Innenraumdesign. Über dies wird der Einfluss auf die Art zu Wohnen und zu Leben in den 1950er und 60er Jahren beleuchtet. Daraus ergeben sich die folgenden Haupt-Forschungsfragen:

Welche Rolle spielte Playboy in den Bereichen Architektur und Wohnen ab den 50ern und welche Veränderungen/Neuerungen im Bereich Wohnen publizierte Playboy?

Neben diesen Themengebieten widmet sich diese Arbeit der Frage wer überhaupt die Leser und die Zielgruppe des Unternehmens waren und welches Idealbild für den „urban Bachelor“ konstruiert wurde. Weiters wird beschrieben welche Architekten und Designer aus Sicht des Playboy relevant waren und den Ton angaben und wie es Hugh Hefner schaffte, ein weltweit agierendes Unternehmen aufzubauen.

Einsteigend werden relevante Grundlagen dargestellt, um sich besser in die Zeit zurückversetzen zu können, für all jene, denen dieses Thema fremd ist. Am Ende steht eine kurze Übersicht wie es nach den 1960ern mit Playboy weiterging.

„Almost every male architect was reading Playboy and it insinuated itself into the fantasies of the field in ways that need to be explored, analyzed and critiqued.”³

³ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014)

2.Grundlagen

2.1.USA in der Nachkriegszeit

Die Zeit nach dem 2.Weltkrieg war in den USA geprägt von massiven Veränderungen: Neue Medien wie der Fernseher wurden fixer Bestandteil eines jeden Haushalts, die Konsumkraft der wachsenden Mittelschicht stieg stark an und die aus dem Krieg heimkehrenden Soldaten kehrten langsam in ihre Berufe zurück.

Die durch die Weltkriege florierende Schwerindustrie und der Industriesektor im Allgemeinen verloren nach 1945 mit Ende des 2. Weltkrieges rapide an Bedeutung. Immer mehr Menschen arbeiteten im Dienstleistungssektor, Berufe im Medien- und Kommunikationsbereich wurden bedeutungsvoller und es entstanden bis dahin unbekannte, neue Berufssparten. Treibende Kraft der damaligen Zeit waren die Elektronik-, Computer- und Flugzeugbranche, sie verlangten nach qualifizierten Fachkräften und bildeten die Basis für eine neue Wohlstandsgesellschaft. Mehr und mehr Menschen stiegen in die sogenannte neue Mittelklasse auf und wurden somit zur obersten Zielgruppe des kommerziellen Handels.

„(...)zentrale Eckwerte sind Collegeausbildung, ein Angestelltenberuf (white collar job), das eigene Haus mit Garten in einer Vorstadt (suburb), Auto, Fernseher und andere sichtbare Zeichen materiellen Wohlstands.“⁴

Nach ausgeprägten *booms and busts* in den vorangegangenen Jahrzehnten kam es nach dem 2. Weltkrieg zu einer Beruhigung des Wirtschaftsmarktes und einem relativ gleichmäßigen Wachstum. Dadurch konnte der Sozialstaat ausgebaut werden, das gab der Bevölkerung mehr Sicherheit und kurbelte ihre Kaufkraft an. Das Ziel der wachsenden Mittelschicht wurde die Steigerung des Lebensstandards. Materielle Dinge wurden zum Statussymbol. Durch Auto, Haus und Fernseher wurde demonstriert, dass man sich mehr leisten konnte als nur das lebensnotwendige und erhöht das eigene Ansehen in der Gesellschaft.

⁴ Vgl. (Depkat, 2008)

Gleichzeitig wurde durch den Kalten Krieg die Angst vor atomaren Angriffen, die von der Regierung propagiert wurde, geschürt.

Dies war unter anderem eine treibende Kraft für die Dezentralisierung der Großstädte und das Anwachsen des Speckgürtels, sogenannter Suburbs.

Die Technologisierung durch eine Reihe von arbeitssparenden Geräten und solche, die zur Unterhaltung dienten, veränderten das amerikanische Leben und Wohnen grundlegend. Was das Radio in den 1930er war, war der Fernseher in den 1950ern. Dieser erlebte einen kometenhaften Aufstieg und war in kürzester Zeit in so gut wie jedem Haushalt zu finden, das „must-have“ der 50er. Die Küche wurde durch die neuesten Haushaltsgeräte zu einer komplexen Werkstatt, alle Arbeitsschritte wurden nun durch Maschinen vereinfacht. Die Lagerung dieser Geräte verlangte mehr Platz in den Küchen, diese wurden großzügiger und offener geplant.

Angetrieben durch die Weiterentwicklung des Autos kam es zur Suburbanisierung der Städte: Wohn-, Arbeits- und Gewerbeviertel wurden immer weiter voneinander getrennt. Durch die Entmischung der Bereiche kam es zur Entstehung trister, einseitiger Wohnsiedlungen in den Vorstädten (suburb), die sich hektarweise im ganzen Land verbreiteten. Durch die Medien wurde ein allgemein gültiger Entwurf für den „american way of life“ vorgelegt, für das perfekte Leben, wie es aussehen sollte und was man dafür haben musste. Bemerkenswert ist, wie leicht die Mehrheit der Bevölkerung diesen Lebensentwurf annahm und ihn zum allgemein gültigen Ziel erklärte. Die Lebensstile der einzelnen Personen glichen sich immer mehr an.

„Zunehmend fuhren die Nordamerikaner die gleichen Autos, benutzten dieselben Kühlschränke, Waschmaschinen, Radios und Fernseher, lasen dieselben Zeitschriften, schauten die gleichen Filme und Fernsehsendungen und hörten die gleiche Musik.“⁵

2.2. Wohnen in den 50ern

Nach Ende des 2. Weltkrieges kam es in den 1950ern zu einem Umdenken in der Planung von Wohnraum. Einfamilienhäuser wurden nun vorfabriziert und mit großen Fenstern ausgestattet.

⁵ Vgl. (Depkat, 2008)

Das Innere eines Hauses galt allgemein noch als der Lebensraum der Frau, dort verbrachte sie die meiste Zeit. Die Küche und das Kochen waren ihre Domäne. Meist ein eigener Raum, abgeschlossen vom Ess- und Wohnzimmer.

Schon 1929 fordert Sigfried Giedion in seinem Buch „Befreites Wohnen“ radikales Umdenken in der Planung von Häusern. Es sollten Häuser entstehen, die viel Platz für alle Tätigkeiten des alltäglichen Lebens bieten und keine dieser Tätigkeiten, wie das Kochen, mehr isolieren.

„Wir brauchen heute ein Haus, das sich in seiner ganzen Struktur im Gleichklang mit einem durch Sport, Gymnastik, sinngemäße Lebensweise befreiten Körpergefühl befindet: leicht, lichtdurchlassend, beweglich.“⁶

Mit der Forderung nach befreitem Wohnen geht die Forderung nach Befreiung der Hausfrau Hand in Hand. Es sollte jedoch noch Jahre dauern bis diese Forderungen Wirkung zeigten.

Baulich sollte durch große Fenster Natur und Licht in die Häuser gebracht werden und im Inneren sollte sich das Freiheitsgefühl durch offenere Grundrisse fortsetzen, was meist so viel bedeutete, dass Küche, Wohn- und Esszimmer zusammengelegt wurden. Das alles in einem relativ kleinen Maßstab, vergleicht man die Ausmaße der *Bachelor Apartments* im Playboy. In den USA wurden diese neuartigen Entwurfsgedanken erstmals nach dem 2. Weltkrieg umgesetzt. In neuerrichteten, privaten Häusern spielte die Verglasung von ganzen Wänden eine große Rolle.

Ein Pionier auf dem Gebiet der Errichtung von Fertighäusern in den USA war William J. Levitt. In den Jahren nach dem 2. Weltkrieg machte er den amerikanischen Traum vom freistehenden Einfamilienhaus für die Masse leistbar. Innerhalb kürzester Zeit entstanden riesige Felder von Einfamilienhäusern, zuvor auf dem Reißbrett geplant.

Levittown, im Osten der USA, gilt als die erste massenproduzierte Vorstadt, *suburb* genannt, und William J. Levitt als „father of modern suburbia“.

Großen Erfolg konnte diese Art von preisgünstigem Haus nur feiern, weil der Verkauf zur richtigen Zeit am richtigen Ort startete. Sie verkauften sich vor allem an die Männer mit ihren Familien, die soeben aus dem Krieg zurückkamen und mithilfe ihrer Veteranenpension,

⁶ Vgl. (Giedion, 1985) S.311

der sogenannten *GI bill*, die finanziellen Mittel hatten. Nach 15 Jahren wirtschaftlicher Depression und dem Ende des Kriegs war die Nachfrage nach leistbarem Wohnraum groß. Individualität blieb dabei auf der Strecke, was im Playboy massiv kritisiert und als ein Aufhänger zur Gegenbewegung verwendet wurde. Ein gleiches Haus reihte sich an das andere, nur durch kleine Abweichungen in Farbgebung oder Anbauten zu unterscheiden. Eine Herausforderung für jeden Bewohner, der nachts nach Hause kommt.

Das sogenannte *Cape Cod House*, der erste Typus den die Firma auf den Markt brachte, fiel noch sehr traditionell aus. Kleine Räume, kleine Fenster.

Ab 1949 entwickelte *Levitt and Sons* einen zweiten, moderneren Typus, das *Ranch House*. Der Grundriss fiel großzügiger aus als beim *Cape Cod House*, und der Wohnraum war nicht mehr zur Straße hin orientiert, sondern zum Garten. Um das Gefühl von Natur und Freiheit optimal ins Haus zu holen, erhielt jedes Haus gartenseitig ein 16 Fuß breites „picture window“, ein Hauch von Moderne für jeden sozusagen. Ein weiterer Vorteil, neben mehr Licht und Offenheit, war die einfachere Überwachung der spielenden Kinder im *backyard*. Durch erfolgreiche Reklamen und einer immensen Anzahl verkaufter Häuser, 1951 waren es bereits 17.450 Exemplare, führte dies zu einer veränderten Vorstellung privaten Wohnens in den USA.

*“It is a poor week when Levitt houses aren’t featured in at least one full-column story in the New York newspapers,”*⁷

1951 erschien ein Beitrag im *Collier’s* magazin unter dem Titel *“the biggest flash photograph ever attempted.”* Das Foto wurde vom 200 Fuß hohen Wasserturm in Levittown aufgenommen und zeigt die, im Vergleich zu europäischen Größenverhältnissen, extrem weitläufige Ausbreitung der *suburbs*.

Die Glasindustrie beeinflusste die Entwicklung moderner Wohnarchitektur massiv. Durch die Erfindung des *floatglas* war es bald möglich, Glasscheiben in der Ausdehnung von ganzen Wänden herzustellen. So wurde von finanzstarken Bauherren nach Entwurfsgedanken moderner Architekten das *picture window*, das sich bald in vielen Wohnhäusern in Amerika

⁷ Joshua Ruff: *Levittown: The Archetype of Suburban Development* in Historynet, 4.10.2007 siehe <http://www.historynet.com/levittown-the-archetype-for-suburban-development.htm>

fand, durch ganze Glaswände ersetzt, welche auch ein Merkmal der Playboy-Architektur wurde.

Es verwundert nicht, dass fast alle der 36 *Case Study Houses*, die zwischen 1945 und 1962 in L.A. errichtet wurden, mit einer solchen aufgelösten Wand aus Glas ausgestattet sind.

Von Amerika aus schwappte dieser Trend nach Europa über und wurde zum Inbegriff eines neuen Wohngefühls, befreit von alten Traditionen.

Eine weitere Neuerung, die sich mit der Zeit in der Vorstellung vom perfekten Wohnen durchsetzte, war die Integration der Küche in den Ess- und Wohnraum. Offene Küchen, zuvor klein und abgetrennt vom sozialen Familienleben, gewannen mehr und mehr an Beliebtheit. Die Küche wurde zunehmend eine wichtigere Einrichtung und kletterte im Ansehen der Bewohner nach oben. Von der Kammer, abseits des familiären Lebens, hin Richtung Mittelpunkt des Hauses. Ihr wurde mehr Fläche zugestanden und die Ausstattung mit den neuesten technischen Geräten hatte Priorität. Die Küche wurde zum Prestigeobjekt, mit ihrer Ausstattung konnte man Eindruck bei Gästen schinden.

„All activities revolve around this open kitchen. The cook can see and talk to guests, and when the accordion-like dining area partition is folded back, the kitchen enjoys the cheerful southern exposure.“⁸

Wurde der Bezug zum Ess- und Wohnraum anfangs durch Öffnungen wie Durchreichen und leere Türrahmen mit fehlender Tür hergestellt, ging man kurze Zeit darauf über zur kompletten Integration der Küchenzeile. Eine gewisse „Abtrennung“ vom Essbereich fand nur noch durch Kücheninseln statt, welche gleichzeitig von der anderen Seite als Bar dienen konnte. Abläufe in der Küche wurden durch Haushaltsgeräte erleichtert, Frauen mussten sich nun mit technischen Geräten und ihrer Bedienung beschäftigen. Die Hausfrau wurde zum Manager der Küche, mit komplexen Gerätschaften, die mancher Ehemann nicht mal bedienen konnte, ganz im Gegenteil zum *urban Bachelor*, der die Küche und das Kochen zu seiner Leidenschaft erkor.

⁸ James Abbe: *Kitchens of the 1950ies* in House Beautiful Magazin, Ausgabe Mai 1951



Abbildung 1: Levittown

Die Küche wurde zur Stätte produktiven Arbeitens und glich sich somit den Büros der Großstädte an, in denen die Ehemänner arbeiteten. Dies geschah ebenfalls durch die verwendeten Materialien in privaten Häusern: Glas und Metall.

Eine Vielzahl von neuartigen Konstruktionen, Materialien, Heiz- und Kühlsystemen sowie technischen Geräten überschwemmten den Markt. Durch Werbung auf Plakaten, im Radio und den rasant an Wichtigkeit gewinnenden Einspielern im TV wurde die „Notwendigkeit“, diese Neuheiten zu besitzen, geschürt.

„Die neuen, nach dem Krieg gebauten Vorstadthäuser propagierten zwei Arten von Öffnungen, die vor allem die Frauen der Haushalte betrafen: Sie versprachen maximale Öffnung der Häuser durch raumgroße Verglasungen und den Anschluss an Öffentlichkeit durch Fernsehen. Die Freiheit, die über Glas und Medien versprochen wurde, entpuppte sich jedoch als eine rein rhetorische Freiheit, die nichts an traditionellen Rollenbildern änderte.“⁹

⁹ Vgl. (Pollak, 2004)

Dem Publikum vor dem Bildschirm wurde vermittelt, dass diese Geräte zum „american way of life“ im Einfamilienhaus dazu gehören. Der Einfluss moderner Technologien auf das private Leben wurde zunehmend größer.

Mitte der 50er Jahre besaßen mehr als die Hälfte aller Haushalte bereits einen Fernseher; in den Fertigteilhäusern wurde er sogar zum fixen Interieur eines jeden Gebäudes. Meist unter der Treppe, als Teil eines Einbauschranks, ersetzte das TV-Gerät den Kamin als Mittelpunkt des Wohnraums. Neben dem *picture window* brachte nun das „zweite Fenster“ Bilder, Licht und Öffentlichkeit in das amerikanische Zuhause und leitete das Medienzeitalter ein. Fernsehen, Zeitungen und Magazine informierten die Amerikaner nicht nur über die Geschehnisse der Welt sondern zeigten ihnen, wie man den „american way of life“ leben sollte. Durch die Beeinflussung der Medien glichen sich die Vorstellung der Amerikaner wie ein glückliches, angenehmes Leben auszusehen hatte, immer mehr aneinander an und eine Vielzahl an Retortenvorstädten entstand.

3. Playboy

3.1. Ausstellung „Playboy Architecture, 1953-79“

Zusammengestellt und ausgearbeitet im Zuge eines Ph.D. Projekts der *School of Architecture an der Princeton University*, unter der Leitung der bekannten Architekturkritikerin Beatriz Colomina, zeigte die Ausstellung einen Überblick über die Architektur im Magazin Playboy. Von September 2012 bis Februar 2013 erstmals im NAIM/Bureau Europe in Maastricht gezeigt, machte sie nach Rotterdam Halt in Frankfurt und stieß auf großen Anklang.

Im DAM, Deutsches Architekturmuseum, war im Frühjahr 2014 eine gekürzte Version der Ausstellung zu sehen, die das Flair der Playboy-Architektur der damaligen Zeit hautnah erleben ließ.

Neben der großen Anzahl von originalen Playboy-Heften, durch die jeder Besucher blättern konnte, wurden die künstlerisch hochwertigen Zeichnungen vergrößert als Plakate aufgehängt, um den Blick auf die Details zu lenken. Um die Architektur vom Papier in die dritte Dimension zu holen, ließ NAIM/Bureau Europe vom amerikanischen Architekten Nicholas Pajerski das „*Townhouse*“ von 1962 als Modell nachbauen.¹⁰

¹⁰ <http://www.nicholaspajerski.com/Modeling-for-Playboy>

Um die Atmosphäre des Playboy-Lifestyles für die Besucher noch lebendiger zu machen, errichtete das Museum ein nachgebautes Schlafzimmer mit Schrankraum als begehbare 1:1 Modelle der im Heft gezeigten Architektur. Die Architektur, die sich die Leser in den 50ern und 60ern, angeregt von den Artikeln im Heft, mithilfe ihrer Vorstellungskraft aufbauen mussten, wurde in der Ausstellung anfassbar.

Die wichtigsten Möbelstücke, die heute zu Designklassikern zählen, waren vor Ort, unter ihnen Ikonen wie der *Hardoy Butterfly Chair* oder Eero Saarins *Womb Chair*.

Die Ausstellung zeigte als Erste ihrer Art die bedeutende Rolle des Playboy-Magazins, moderne Architektur und neues Design einem breiten Publikum nahe zu bringen. Dabei wird ein breites Feld abgedeckt, von den illustrierten Gebäudeentwürfen über Möbel bis hin zu Auto- und Campingwagendesign. Die Besucher konnten sich durch eine großzügige Sammlung an Bildmaterial und den raumschaffenden Aufbau ein Bild von den Ausmaßen machen, die Architektur und Design in den Jahren 1953-79 im Heft einnahmen.



Abbildung 2 – Model des *Bachelor Town House*



Abbildung 3 – Teil der Ausstellung

Der Besucher geht, unabhängig vom Geschlecht, wie ein Playboy von damals durch nachgebaute Räume und erlebt das Lebensgefühl des „Indoor Man“, der seine Zeit am liebsten in seiner Wohnung verbringt und deshalb auf deren Ausstattung sehr großen Wert legt.

Ein Ziel der Organisatoren war es, einem Publikum, das sich normalerweise nicht mit Architektur beschäftigt, durch den Aufhänger „Playboy“ Architektur näher zu bringen; dieselbe Rolle übernahm damals das Magazin.

Durch die Ausstellung wird klar, wie aktuell der Playboy-Lifestyle, der in den 1950ern erschaffen wurde, heute ist: individuell zu leben, vermehrt in Singlehaushalten, die eigene Freizeit bewusst zu genießen und sich den schönen Dingen des Lebens zu widmen.

Innerhalb von drei Jahren analysierten die P.h.D. - Studenten der Fachrichtung „Media and Modernity“ an der Princeton Universität in Workshops und Seminaren die Architekturbeiträge in den Magazinen. Im Fokus stand dabei das Thema „an Architecture of Seduction“, die Architektur der Verführung, also wie das gebaute Wohnumfeld den Playboy in seinem Handeln unterstützt und widerspiegelt.

Unter der Leitung der Professorin Beatriz Colomina entstanden das Konzept zur Ausstellung, sowie ein Katalog mit Texten der einzelnen Studenten und ein Video. Bereits seit mehreren Jahren beschäftigt sich Beatriz Colomina mit der Verbindung zwischen Playboy und Architektur, schrieb Bücher und Artikel zum Thema wie zum Beispiel „*Cold War Hothouses: Inventing Postwar Culture, from Cockpit to Playboy*“; die Ausstellung gibt, unter Einfluss der mitarbeitenden Studenten, ihre Arbeit der letzten Jahre wieder und unterstreicht die Wichtigkeit des Playboy Magazins im Bereich Architektur und Design.

„With its massive global circulation and sexualization of architecture, Playboy arguably had more influence on the dissemination of modern design than professional magazines, interior magazines, and even institutions like the Museum of Modern Art.“¹¹

Colomina erklärt den großen Erfolg der Architektur und Designbeiträge mit der Verbindung von Architektur und Sexualität; dies zeigt die Gabe von Hugh Hefner als Verkaufsgenie, der schon damals erkannte (und vor allem mutig genug war, es umzusetzen), was heute ein jeder weiß : sex sells.

Wie der Gründer in einem Interview zugab ¹², lag der Grundgedanke beim Erschaffen des „Playboy“, ein Magazin zu kreieren, das durch unterschiedliche Themen und Artikel junge Männer unterhalten sollte, und das nicht vordergründig durch Fotos von halbnackten Damen. Er erklärte, dass er die Fotostrecken anfangs nur als *Verkaufs-Pusher* ins Heft aufnahm, um das Heft bekannt zu machen und die halbbekleideten Damen später wieder aus dem Programm zu nehmen, wenn sich Playboy etabliert hatte.

Hefner erkannte, dass man provozieren muss, um sich von anderen Heften abzuheben.

Da die Aktfotos so gut beim Publikum ankamen, wurden diese mit der Zeit nicht weniger sondern mehr.

Eines ist sicher: Playboy machte Architektur sexy, es zeichnete das Bild des erfolgreichen, jungen Mannes, der sich für Design und Baukunst interessiert und verhalf der modernen Architektur und dem Innenraumdesign zu einem Hype.

¹¹ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.5

¹² Vgl. (Watts, 2008)

3.2. Playboy Magazin

Liest man das Wort „Playboy“, hat jeder von uns ein bestimmtes Bild im Kopf. Hugh Hefner, umringt von gutaussehenden *Bunnies*. Eine spärlich bekleidete Dame im *Centerfold*. Wilde Parties in dunklen Grotten.

Eher selten denkt man bei dem Begriff „Playboy“ an Architektur und Inneneinrichtung.

Tatsächlich waren diese Themen jedoch oft Gegenstand großer Features und mehrseitiger Artikel im Magazin, vor allem in den ersten zwei Jahrzehnten seines Erscheinens. Heute steht hinter Playboy und seinem Gründer Hugh Hefner ein weltweit agierendes Imperium.

Zu Beginn der 1950er existierte nur das Magazin und durch dieses wurde eine völlig neue Lebensart erschaffen. Das Junggesellen-Dasein, von schönen Dingen umgeben zu sein und die Freiheit, alles zu tun, genießen zu können, wurde bis dahin von der Gesellschaft verpönt, harte Arbeit und Entbehrung waren in den Jahren zuvor angesagt. Hugh Hefner nutzte die Gunst der Stunde des boomenden Amerikas und erschuf den *Playboy-Lifestyle*. Dieser wurde schnell salonfähig und das Lebensziel vieler Männer (zumindest im Kopf).

Für die Steigerung des Bekanntheitsgrades von damaligen Trends und avantgardistischem Design im Bereich Wohnen und Interieur trug das Playboy Magazin einen erheblichen Anteil bei.

„It is important that the prospective buyer understand what he is getting when he selects ‘contemporary’. Such furniture is more than a sleekly modern combination of metal, wood and fabric. The elements of good design are not original to this generation. Clean, uncluttered lines and fine craftsmanship have been traditionally sought out by discriminating buyers. (...) Don’t be afraid to add a contemporary chair to a room that may be otherwise furnished in a somewhat haphazard fashion.“¹³

Vom ersten Heft an waren Innenräume, nur selten Außenräume, die Bühne für Foto-shootings und Hintergrund für die illustrierten Cartoons; so waren Innenräume nicht nur Bühne für die Models und den Playboy-Hasen, sondern auch Bühne für moderne Möbel und

¹³ *One wonderful chair* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1954, S.13

die neueste Technik. Kein Bereich des häuslichen Lebens blieb unberührt. Schon im ersten Heft wird eines klar gestellt: Das Leben des Playboys spielt sich drinnen ab.¹⁴

Es war kein typisches Männermagazin, das mit Themen wie Jagen, Fischen oder Heimwerken gefüllt ist. Dieses Heft ist für den Mann, der sich gern in seinen eigenen vier Wänden aufhält und diese deshalb mit Bedacht gestaltet. Dabei definierte das Magazin eine ganz eigene Zielgruppe: den „Indoor Man“, dessen bestes Beispiel der Gründer des Magazins, Hugh Hefner, ist.

Anfangen mit kleineren Beiträgen über Möbel und Architektur wurde diesen Themen immer mehr Platz im Heft eingeräumt, bis Playboy selbst zum Architekten wurde und mehrseitige Features über eigens entworfene Penthouses und Apartments publizierte.

3.2.1. Gründung und Anfänge

*„Within the pages of Playboy you will find articles, fiction, picture stories, cartoons, humor and special features culled from many sources, past and present, to form a pleasure-primer styled to the masculin man. (...) If we are able to give the American male a few extra laughs and a little diversion from the anxieties of the Atomic Age, we'll feel we've justified our existence.“*¹⁵

Sind die Seiten der Playboy-Hefte heutzutage größtenteils mit Fotos gutaussehender Damen gefüllt, wurde diesen in den Anfängen des Magazins vergleichsweise wenige Seiten zugeteilt. Hauptziel war es, Männer mit Artikel verschiedener Themenbereiche zu unterhalten, „nackte Tatsachen“ war nur einer davon. Dabei waren die Artikel stets geprägt durch einen hohen Unterhaltungsfaktor, Abwechslung und guter Recherche.

Die gewählten Themen entsprachen natürlich zu 100% dem Gründer Hugh Hefner, er entwickelte ein Unterhaltungsmagazin für seinesgleichen: junge, unabhängige Männer, die vom wirtschaftlichen Aufschwung des Landes profitierten und ihre „*spare time*“ zu genießen wussten. Wichtige Themen waren neben Architektur und Design, Elektronik, Musik (vor allem Jazz), Speisen und Getränke (vor allem alkoholische), Mode, etc.

¹⁴ *Volume I, Number I* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.3

¹⁵ *Volume I, Number I* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.3

Um dem „grauen Alltag zu entfliehen“ und die Gedanken auf die schönen Dinge des Lebens zu richten, wurde Männern also genug geboten. Entstand die Idee zum Heft in Hugh Hefners Kopf doch genau aus diesem Grund: Unzufrieden mit seinem Job ohne Aussicht auf Karriere, unglücklich verheiratet und verunsichert durch die nahende Geburt seines ersten Kindes fasste er im Dezember 1952, ein Jahr vor Erscheinen der ersten Ausgabe, den Entschluss, sein Leben zu ändern. Oft dachte er an die unbeschwerte Zeit und die Freiheit am College zurück und wollte diese wieder in sein Leben holen. So wurde die Idee für den Playboy geboren, ein Unterhaltungsmagazin für Männer wie ihn, das Spaß bringen sollte und in kürzester Zeit zu einem riesigen Erfolg wurde.

Hefners persönliches Interesse, die Idee eines komfortablen und freien Lebens zu verbreiten, seine Vision von sexueller Freiheit, und das alles in einer architektonisch intelligent durchgeplanten Umgebung machte sein Magazin zum Thema in vielen Diskussionen über Ethik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur der Nachkriegszeit in den USA. Mit den steigenden Verkaufszahlen stieg der Einfluss auf die Gesellschaft des Playboy Magazins und definierte eine alternative Art des „Good Life“ abseits der Kleinfamilie in Suburbia.

Eine „neue Häuslichkeit“ wurde gezeigt, das freistehende Einfamilienhaus und das damit verbundene Familienleben waren nicht mehr die einzige Perspektive.

Playboy vertrat die Ansicht, dass junge Männer durch ein längeres Leben als Single wichtige Erfahrungen sammeln würden, die zur Bildung einer ausgewogenen Persönlichkeit bedeutend sind. Nur durch eine längere Periode als Alleinstehender könnte man sich selbst finden und herausfinden, was man wirklich wolle. Das eigene Wohlbefinden erhielt mehr Wichtigkeit, egoistischer könnte man behaupten. Playboy erschien zur richtigen Zeit, das Konzept des Heftes war jedoch kein neues. In den 30er Jahren erschien das Magazin *Esquire*, welches die Vision von männlicher Freiheit in Verbindung mit einem modernen Lebensstil erstmals veranschaulichte und somit den Weg für Playboy und folgende Herrenmagazine ebnete. Die Herausgeber, die beide aus der Werbebranche für Herrenbekleidung kamen, erkannten, dass ein regelmäßig herausgebrachtes Heft die perfekte Chance bietet, Publikum bzw. Zielgruppe und Händler zusammenzubringen. Vor seinem Erfolg als Playboy-Herausgeber arbeitete Hugh Hefner kurze Zeit als Texter für *Esquire* und man kann behaupten, dass diese Tatsache maßgeblich auf das Aussehen und den Inhalt von Playboy Einfluss nahm.

Von der ersten Ausgabe im November 1953 wurden 50.000 Exemplare gedruckt, sie erhielt weder eine Nummer noch ein Datum, da Hugh Hefner nicht wusste, ob jemals eine weitere Ausgabe folgen würde.

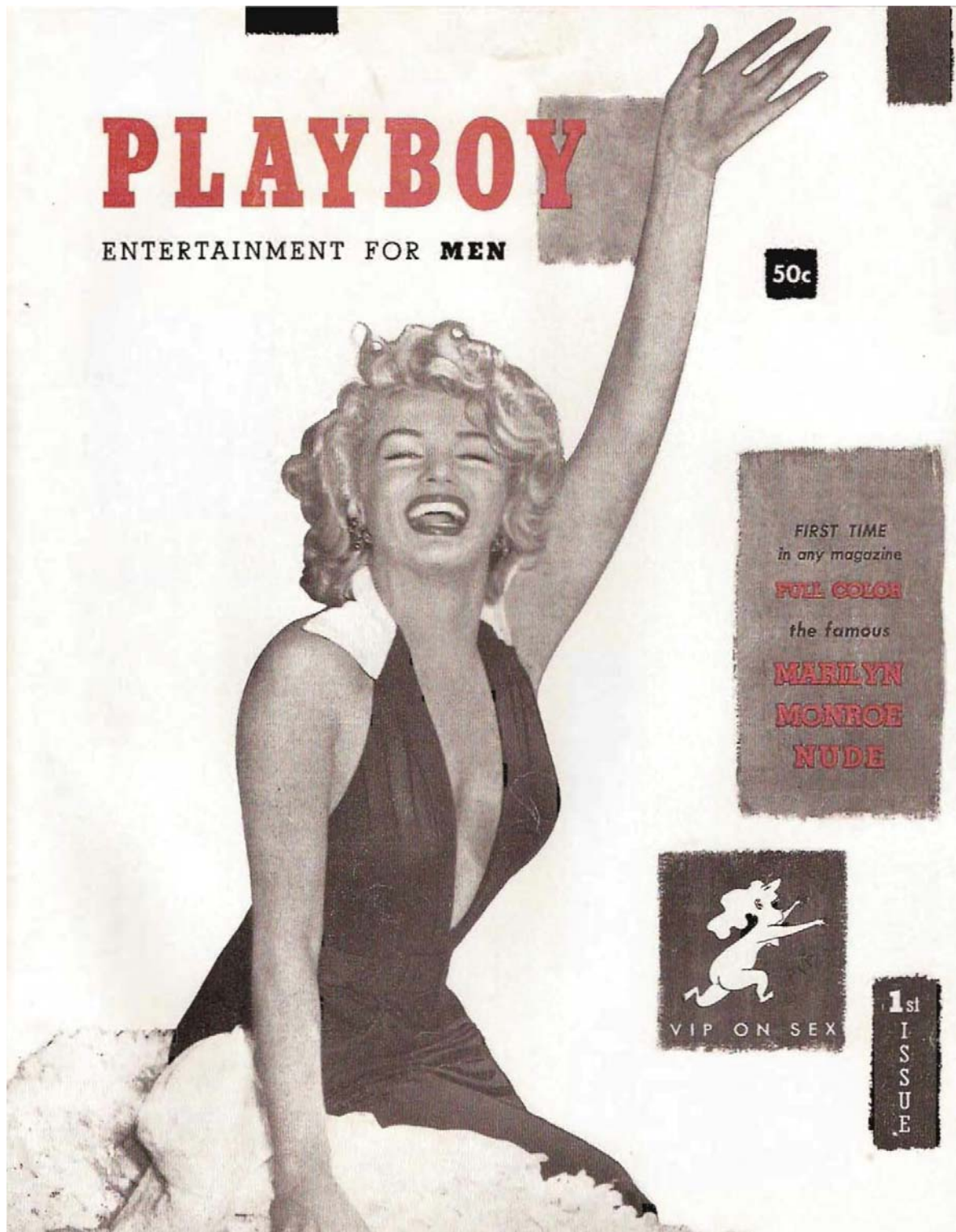


Abbildung 4 – Titelseite der ersten Ausgabe, Dezember 1953

3.2.3.Trendsetter Playboy

Durch das Abdrucken in den Heften wurden Trends geschaffen und viele der gezeigten Möbel wurden später zu Klassikern. Bereits auf der ersten Seite in Heft 1 aus dem Jahre 1953 ist ein Cartoon gedruckt, auf dem das „Maskottchen“, der Playboy Hase im Seidenpyjama, in seinem Heim zu sehen ist; positioniert direkt neben einer späteren Ikone des modernen Möbeldesigns, dem *Hardoy Butterfly Chair*, welcher in den folgenden Jahren mehrmals in den Ausgaben auftauchte. Dieser erfreute sich immenser Beliebtheit, zu welcher der Playboy sicherlich seinen Teil beitrug, und verkaufte sich zwischen 1950 und 1960 ca. 5 Millionen Mal. Man sieht, dass dieses Thema von Beginn an einen ganz besonderen Stellenwert einnimmt.

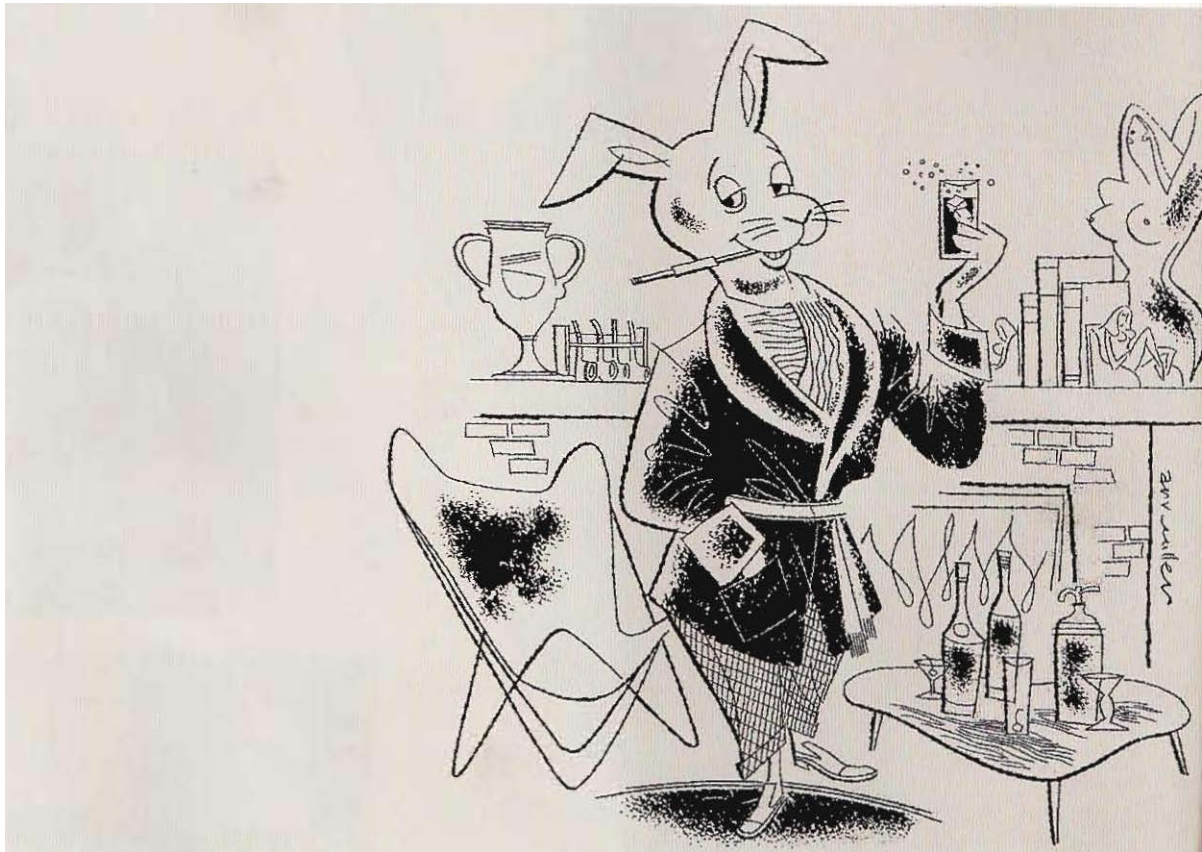


Abbildung 5: Der Playboy Hase der ersten Ausgabe, im Hintergrund Hardoy Butterfly Chair

Für Designer und Architekten wurde es zu einer Ehre, im Playboy zu erscheinen. Möbel und Entwürfe wurden durch das Abdrucken geädelt und bald rissen sich Designer um Erwähnungen im Heft und Möbelkonzerne um Werbeanzeigen. Erfreute sich der Playboy doch rasant wachsender Beliebtheit in den USA, später sogar weltweit und erreichte die

Zielgruppe kaufkräftiger Männer wie kein anderes Magazin zu dieser Zeit. Dazu mehr im Absatz zu „*Who reads Playboy?*“.

Die Redaktion erkennt das Potential ihres Heftes als Werbeträger und im Laufe der ersten Jahre nahmen Anzeigen verschiedenster Produkte, vom Nierentisch bis zu Lederschuh, rasant zu. Die Spanne der Werbekunden reichte von kleineren Unternehmen, die sich auf die Herstellung von Luxusartikeln wie handgefertigte Lederschuhe spezialisierten bis zu namhaften Unternehmen wie *Bacardi*. Zum Vergleich: In der vierten Ausgabe des Magazins im Jahre 1954 gab es eine Seite gleich zu Beginn des Heftes, die für die Kategorie „*The men's shop*“ reserviert war. Hier fand Mann die neuesten *must-haves* der Saison, wie den Schaukelstuhl der Herman Miller Serie von Charles Eames oder ein extrakleines Reisebügeleisen für den Mann von Welt.

Wenige Jahre später brachten es die Ausgaben, wie zum Beispiel das August-Heft 1960, im Durchschnitt auf stolze 65 Werbungen unterschiedlicher Größe, von kleinen Anzeigen am Rande eines Artikels bis zu zweiseitigen Aktionsangeboten für Schallplatten. In den folgenden Jahren wurde die Zahl natürlich nicht weniger.

Die wichtige Rolle, die Design und Architektur im Playboy nicht nur als umgebender Raum sondern auch als Hilfsmittel für gewisse andere Dinge einnahm, zeigt sich klar im Artikel „*Playboy's Progress*“, in dem beschrieben wird, wie Mann in 25 Schritten erfolgreich eine Frau verführt. Als Kulisse für diesen amüsanten, mit einem kleinen Augenzwinkern zu verstehenden Artikel, dient ein modern ausgestattetes Apartment in moderater Größe, das noch nicht die Ausdehnung der später gezeigten Luxuspenthouses hat. Eine ganz normale 2-Zimmer-Wohnung mit Balkon, die dem Leser vermittelt: Hier wohnt ein urbaner Mann wie du, mit gutem Stil, aber nicht übermäßig wohlhabend. Auch dein Apartment kann mit wenigen Mitteln so aussehen und deine Gäste beeindrucken.

Die Möbel, wie zum Beispiel der *Womb Chair* von Eero Saarinen, haben alle einen bestimmten, nicht zufällig gewählten Platz und assistieren dem Mann mit ihrer Aufstellung im Raum „step by step“ bei der Verführung der Frau, vom Eingang über Küche und Bad zum Schlafzimmer.

Daraus lässt sich schließen, dass gewisse Einrichtungsgegenstände dabei helfen, schneller ans Ziel zu kommen. Die Notwendigkeit, diese Dinge zu besitzen, wird erzeugt und die Kauflust angeregt.

Beatriz Colomina nennt diese Ensemble im Ausstellungskatalog zu „Playboy Architecture, 1953-79“, *(...)the architecture of seduction*, die Architektur der Verführung, und weiter *„(...) in the end, the sophisticated playboy needs to know more about modern design than about women.“*¹⁶

Um eine Frau zu erobern, sollte er also über guten Geschmack und die neusten Designerstücke verfügen.

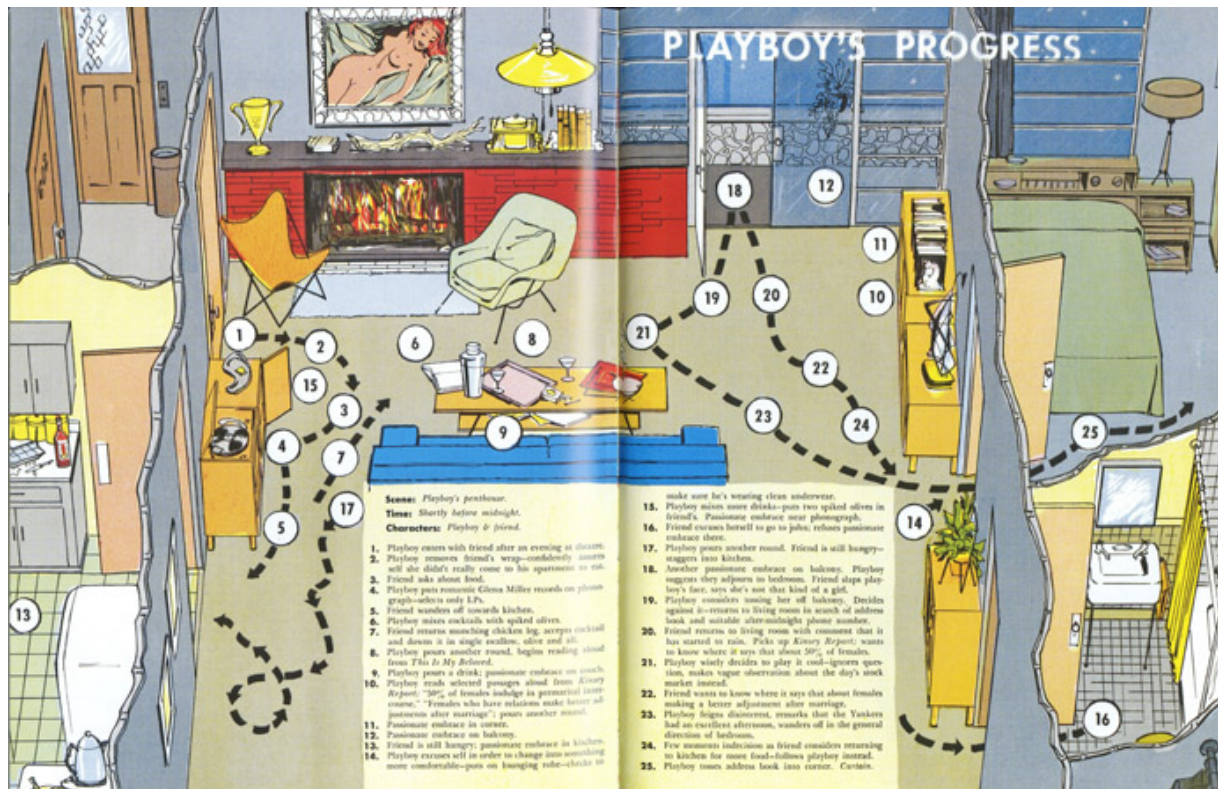


Abbildung 6: Artikel *Playboy's Progress*

3.2.4. Who reads Playboy?

Für Hugh Hefner war das Magazin eine Herzenssache, er stand vollkommen hinter jedem Artikel und brachte nur Themen, die ihn persönlich interessierten. Playboy wurde ein Unterhaltungsblatt für seinesgleichen, für Männer wie ihn: jung, modern und vielseitig interessiert an den schönen Dingen des Lebens. Für Männer, die ihre Freizeit zu genießen wussten. Es entstand eine unterhaltungsorientierte Art von Magazin für den Mann, das eine große Bandbreite von Themen verband, humorvoll und gewagt.

¹⁶ Vgl. (Colomina, 2014) S.3

Spezialisierten sich andere Männermagazine bis dahin vor allem auf Sport, Natur und Handwerken stand beim Playboy der Fokus auf Spaß im Innenraum. Einrichtung, Architektur, Musik, Mode, Essen, Getränke: alles Dinge, denen man sich fast ausschließlich zu Hause widmet, in den eigenen vier Wänden. Gemütlich nach der Arbeit im Wohnzimmersessel sitzend (am besten einer von Charles Eames). Die Artikel, stets humorvoll geschrieben und mit einem Lächeln zu verstehen, zielten in erster Linie darauf ab zu unterhalten.

„If you like your entertainment served up with humor, sophistication and spice, Playboy will become a very special favorite.“¹⁷

Die Zielgruppe waren Männer, die einen unkonventionellen Lebensstil lebten oder davon träumten. Vertieft in die Zeitschrift konnte Mann dem Alltag entfliehen und sich ein bisschen wie Hugh Hefner fühlen. Vom Erscheinen des ersten Heftes 1953 an war der Playboy sehr erfolgreich und verkaufte sich immer besser. Gegen Ende des Jahrzehnts konnte das Magazin und mit ihm der urbane, glamouröse Lifestyle jedes Monat eine Auflage von über einer Millionen erreichen.

1955 berichtete Playboy stolz die Ergebnisse einer Studie über die Leserschaft amerikanischer Magazine, welche zuvor im *Consumer Magazin Report* veröffentlicht worden waren. Die Untersuchung verglich wirtschaftliche und soziale Statistiken über die Leser aller größeren Magazine in den USA und kam zu einem erstaunlichen Ergebnis: Das Playboy Magazin hatte ein jüngeres, wohlhabenderes und gebildeteres Publikum als alle anderen 50 untersuchten und rang in vielen Kategorien mit namhaften Zeitschriften wie *New Yorker* um den ersten Platz. Der typische Leser war an der Spitze seiner Kaufkraft und sein Ziel im Leben war Erfolg.

„75,5% of all Playboy readers are between 18 and 35, the acquisitive age when every purchase is a brisk step ahead. (...) In sum, the typical reader was successful and poised to consume (...)“¹⁸

¹⁷ *Volume I, Number I* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.3

¹⁸ Vgl. (Watts, 2008), S.133

Der Leser des Playboy war zur damaligen Zeit im Mittel 29 Jahre alt und hatte ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen. Somit waren sie die perfekte Zielgruppe für Werbung. Im Verlauf der Zeit kann man sehen, wie von Heft zu Heft die Werbeanzeigen mehr werden und gezielt auf die Kaufreude der Leser gesetzt wird.

Playboy avancierte zu einer Art Katalog der neuesten Einrichtungsgegenstände, Unterhaltungselektronik und Kleidung und wurde somit zu einem wichtigen Trendsetter.

Was man(n) im Playboy sah, wurde gekauft.

Ob ein Mann Playboy las, hing nicht von seinem Beziehungsstatus ab, dies zeigt ein weiteres Befragungskriterium zum Thema „*marital status*“: 49,8 % der Befragten gaben an, sie seien liiert bzw. verheiratet, der Rest, also 50,2% sagte, sie seien Single.

„Half of Playboy’s Readers are free man, the other half are free only in spirit.“¹⁹

1958 startete Playboy eine Kampagne, um den Verkauf von Werbefläche im Heft anzukurbeln. Jeden Monat erschien am Ende der Ausgabe eine einseitige Anzeige mit dem Titel „What Sort of Man reads Playboy?“. Unter dem Slogan wurde immer ein junger, gutaussehender Mann in einer Playboy-typischen Situation abgebildet: Am Strand mit einer Flasche Bier in der Hand, als Gastgeber in seinem Penthouse, an der Kasse eines Kinos, natürlich in Begleitung einer attraktiven Dame. Andere Male wird er als Trendsetter dargestellt, der gerade Möbel oder Schuhe in den Straßen der Stadt einkauft, den Playboy sieht man nicht in einer Shopping Mall, welche das Terrain der Hausfrau aus der Vorstadt ist. Diese Anzeigen vereinten Konsum, Kaufkraft und Jugendlichkeit vor der Kulisse der Großstadt. Der Leser als perfektes „Opfer“ für Werbeanzeigen.

Der starke Einfluss auf die Gesellschaft zeigt sich dadurch, dass der Ausdruck „Playboy“ sich zu einem eigenständigen Wort entwickelte, der seit Jahrzehnten fester Bestandteil des täglichen Sprachgebrauchs ist, nicht nur im Englischen sondern auch im Deutschen.

Im Duden steht seit 1961 die folgende Definition:

Playboy, der

[jüngerer] Mann, der aufgrund seiner wirtschaftlichen Unabhängigkeit vor allem seinem Vergnügen lebt und sich in Kleidung sowie Benehmen entsprechend darstellt.²⁰

¹⁹ *The Playboy Reader in Playboy Magazin*, Ausgabe September 1955, S. 60



WHAT SORT OF MAN READS PLAYBOY?



A young man having the time of his life, the **PLAYBOY** reader really enjoys the quick pace, the fun and excitement of city living. Where others might be set in their ways, the **PLAYBOY** reader is ready to try a new idea, a new fashion, or a new style. Facts: According to the leading independent magazine survey, **PLAYBOY** is the only magazine with a major concentration of readership among the top-quality young urban male market. Although they're younger — the median age of the **PLAYBOY** reader is 28 — they have a higher household income than the readers of any other men's magazine. And **PLAYBOY** ranks highest of all men's magazines in consumer statistics for tobacco, beer, whiskey, wine, wearing apparel, photographic equipment, automobiles and radios. (Source: Consumer Magazine Report by Daniel Starch & Staff, August 1958.)

PLAYBOY ADVERTISING DEPARTMENT • 232 E. Ohio St., Chicago, MI 2-1000 • 720 Fifth Ave., New York, CI 5-2620

Abbildung 7: What Sort of Man reads Playboy? Jänner 1959

²⁰ Definition im Duden, siehe <http://www.duden.de/rechtschreibung/Playboy>

3.3. Hugh Hefner –Playboy Nr. 1 und Hobbyarchitekt

3.3.1. Beweggründe zur ersten Ausgabe

Im März 1953 erschien im Zuge einer Serie über neues Design im Bereich Wohnen in der *Chicago Daily News* ein zweiseitiger Artikel mit dem Titel „*How a Cartoonist Lives*“.²¹ Beschrieben wurde die junge Familie Hefner in ihrem modernistisch eingerichteten Apartment. Schon damals zeigt sich die Affinität des späteren Playboy-Gründers zu neuzeitlicher Architektur und Inneneinrichtung. Als Texter und Zeichner in einem kreativen Beruf im Bereich Medien lag die Verbindung zur Kunst und Architektur nahe, auch sein Werkzeug waren Stift und Papier und seine Kreativität war sein Kapital.

Auf dem Foto zum Beitrag sind Hugh, seine Frau Millie und Tochter Christie zu sehen, versammelt im Wohnzimmer um den Couchtisch aus Holzbohlen und Stahlfüßen. Hugh Hefner zeigt stolz seine kürzlich eingerichtete Wohnung mit den funktionellen Möbeln und den Cartoons, welche die Wände schmücken, die er sich nun endlich leisten kann, nachdem die junge Familie zuvor bei seinen Eltern lebte. Was auf dem Bild der lächelnden Familie jedoch verborgen bleibt, ist die tiefe Unzufriedenheit des jungen Vaters mit seiner damaligen Lebenssituation, die Fassade des Familien-Idylls wird gewahrt. In keinem Wort wird seine Frustration erwähnt, nichts lässt einen ahnen, dass dieser Mann einen öden Bürojob nach dem anderen macht, nur um seine Familie zu ernähren und bis dahin scheiterte, sein „eigenes Ding“ durchzuziehen, von dem er schon lange träumte.

Als Hugh Hefner 1946 von seinem Militäreinsatz zurückkam und anfangen musste, seine Zukunft zu planen, überkamen ihn große Zweifel. Was sollte er mit seinem Leben anfangen? War Millie die Richtige für ihn? Wie sollte es weitergehen? Wie viele junge Amerikaner nach den Jahren des Kriegs und der Depression sah auch Hugh in eine ungewisse Zukunft.

„The initial path Hefner followed as a young man fit the pattern set in the early postwar period by ‚young marrieds‘ who collapsed the attainment of adult milestones – education, job, marriage, and parenthood – into a very short timeframe.“²²

²¹ W. Kiedaisch, *How a Cartoonist Lives*, Chicago Daily News, 21.3.1953 in: (Fraterrigo, 2009) S.16

²² Vgl. (Fraterrigo, 2009) S.18

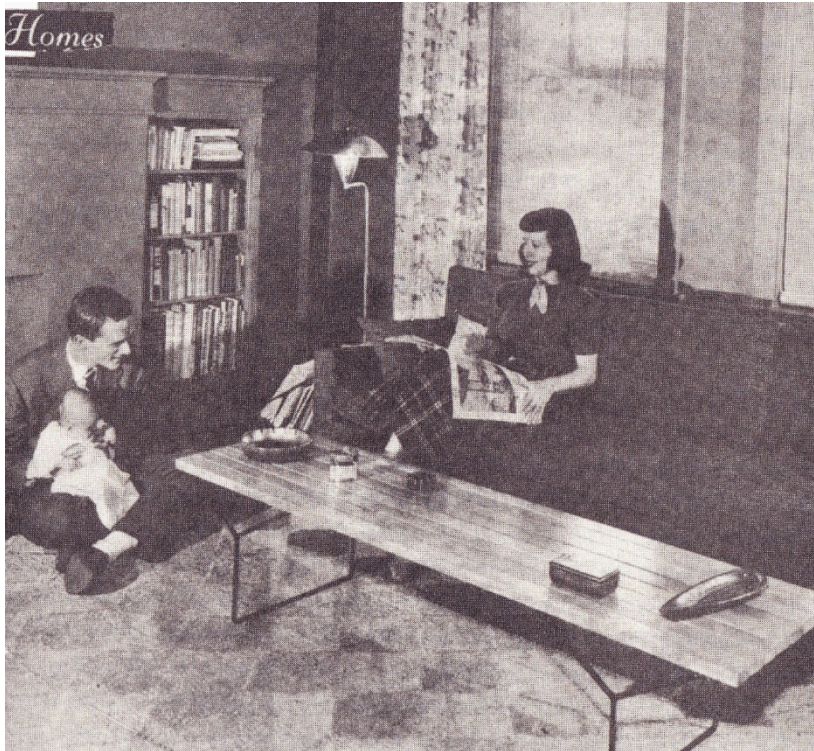


Abbildung 8: Artikel „How a Cartoonist Lives“ – Familie Hefner

Wie seine Freundin begann er auf der *University of Illinois* zu studieren, sein Hauptfach war Psychologie und nebenbei schrieb er für die Campus-Zeitung. Als Hefner 1948 sein Studium abschloss und sich mit seiner Freundin verlobte, erschien eine Publikation, die den jungen Mann in den Bann zog: Der Kinsey Report. Die Studie über die Kluft zwischen gesellschaftlichen Normen und privatem Sexualleben sollte seinen weiteren Lebensweg stark beeinflussen.

Die frisch Verlobten zogen vom Campus zurück in ihre Heimatstadt Chicago und Hugh begann seine Laufbahn als Schriftsteller und Zeichner für verschiedene Zeitungen und Magazine, doch nichts stellte ihn zufrieden. Dann gelang es ihm endlich sein eigenes Buch zu veröffentlichen: „That Toddlin’ Town: A Rowdy Burlesque of Chicago Manners and Morals“. Hefner beschrieb sein Buch mit den gewagten Cartoons als „a humorous poke“, einen „humorvollen Schlag“ gegen die Kultur und Institutionen der Stadt. Das Werk kam zu lokalem Erfolg, der große Durchbruch gelang ihm damit aber noch nicht.

Anfang 1953, nachdem er einige Erfahrung in einer Vielzahl von Jobs als Schriftsteller und Zeichner gemacht hatte, wurde die Idee, ein eigenes Magazin herauszubringen, konkreter.

Sein Ziel war es von Beginn an, ein Unterhaltungsmagazin für den kultivierten Städter zu schaffen, freizügige Damenportraits sollten den Verkauf garantieren, das Hauptaugenmerk sollte aber auf hochwertigen Artikeln liegen. Er suchte nach einer Coverstory für die erste Ausgabe und stieß auf die bereits bekannten, aber selten veröffentlichten Kalenderfotografien von Marilyn Monroe. Hugh nahm einen Bankkredit auf seine Möbel auf und lieh sich Geld von Freunden, um die erste Ausgabe zu finanzieren. Der Name für sein Magazin leitete sich von einem Automobil ab, das „Playboy“ genannt wurde und Hugh fühlte sich an die „Roaring Twenties“ und das freie Lebensgefühl der damaligen Zeit erinnert, obwohl er diese selbst nicht erlebt hatte.

Im Dezember 1953 war es soweit, die erste Ausgabe mit Marilyn Monroe auf der Titelseite wurde verkauft; für Hefner war Playboy ein Weg, seine eigene Meinung und seinen eigenen Geschmack zu publizieren und die idealisierte Figur des Playboys im Heft basierte auf seinen eigenen Träumen.

3.3.2. Workaholic und Hobbyarchitekt

Der Aufbau des Magazins verlangte Hefner alles ab, für Frau und Kind blieb wenig Zeit, Playboy wurde sein neues „Kind“ und die Redakteure seine „Familie“. Mit dem Erfolg kam der erträumte Lifestyle, Hugh Hefner lebte das, was er in seinen Heften bewarb und wurde zur Ikone. Schon geraume Zeit vor der endgültigen Scheidung von seiner ersten Frau im Jahre 1959 hegte Hugh Pläne für seine eigene „*Bachelor Mansion*“. Der Architekt Donald Jaye brachte Hefners Ideen zu Papier und entwarf eine moderne Stadtvilla in Chicagoer Nobelviertel *Bellevue*, die sein „Disneyland für Erwachsene“ werden sollte. Zur Ausführung des Gebäudes kam es leider nicht, weil er eine bestehende viktorianische Villa aus Backstein erwarb, nachdem sich die Stadtverwaltung (und indirekt die katholische Kirche) bei der Genehmigung des nicht-in-das-Stadtbild-passenden Baus quer gestellt hatte.

Die extra entworfenen Pläne für das eigentliche neue zu Hause wurden überarbeitet und erschienen 1962 im Magazin im Zuge des Artikels „The Playboy Town House“.

Geprägt durch die Dynamik der Stadt am Lake Michigan im Bereich Architektur entwickelte Hugh Hefner ein großes Interesse an gebautem Raum und Design. Auf dem Weg zum Büro

kam er täglich an den glänzenden Glastürmen vorbei, unter ihnen die *Lake Shore Drive Apartments* von Ludwig Mies van der Rohe, und träumte von einem „sophisticated life“ in einem der *Penthouses*.²³

Neun Jahre nach Hugh Hefners erstem Auftritt in einem Architekturmagazin, erschien er im Juni 1962 wieder in einem ähnlichen Format, nämlich in der *Building News*, diesmal in komplett anderer Haltung: Neben einem großen kubistischen Modell, das stark an Gebäude Le Corbusiers erinnert, der sich einige Zeit zuvor in derselben Pose fotografieren ließ, steht der Playboy-Gründer und zeigt selbstbewusst in typischer Architektenmanier mit einem Gegenstand auf ein Detail der Fassade.²⁴

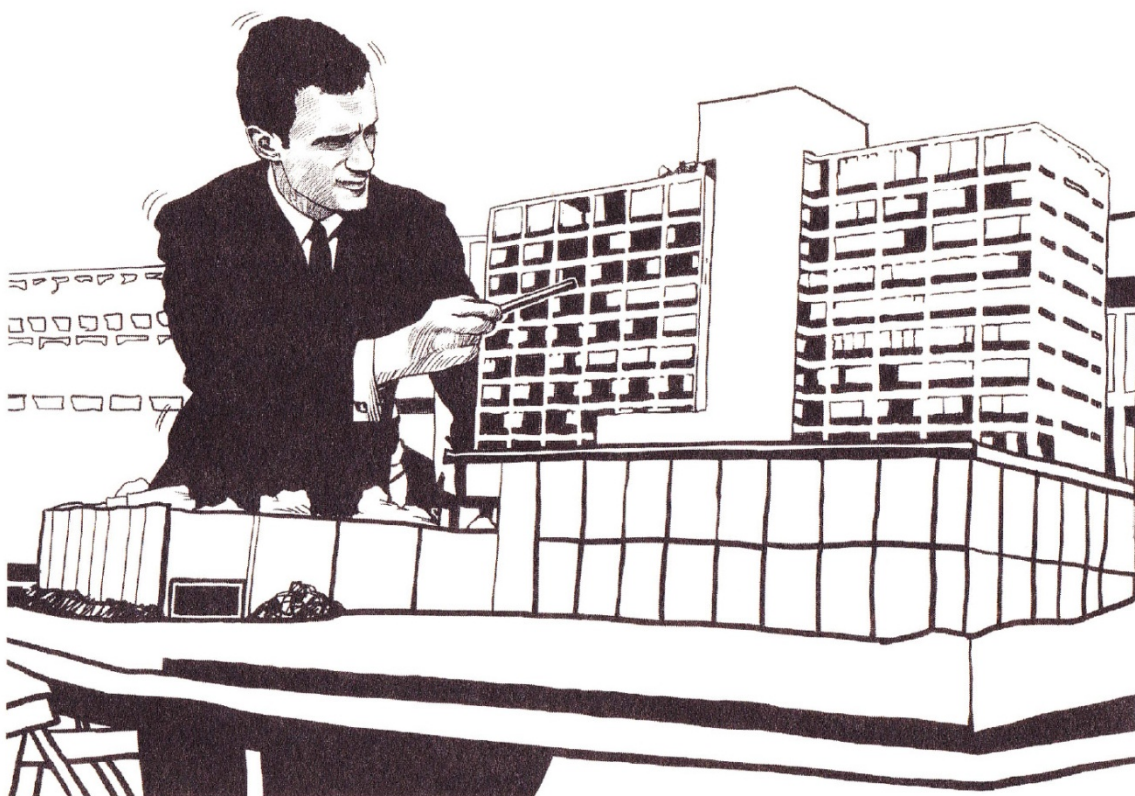


Abbildung 9: Hugh Hefner in Architektenpose

Würde man den Untertitel nicht lesen, käme man nie auf die Idee, dass dies Hugh Hefner sei. Bei genauer Betrachtung erkennt man, dass die posierende Person kein Architekt sondern der millionenschwere Unternehmer und somit Geldgeber und der „Zeigestab“ kein Stift,

²³ Vgl. (Colomina, *Playboy Architecture 1953-79*. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.20

²⁴ Vgl. (Preciado, 2012) S.10

sondern seine Pfeife ist. Bei dem Modell handelt es sich um das *Club Hotel Playboy*, das in Los Angeles gebaut werden sollte.

Mit diesem Bild zeigt Hefner die Intention des Playboy, ein hochwertiges Lifestyle-Magazin mit einem Fokus auf Architektur zu sein und nicht nur ein seichtes Unterhaltungsblatt mit nackten Tatsachen im Inneren und dass die Entwürfe im Heft auch stets seine Handschrift tragen.

Als Freigeist und kreativer Kopf des Magazins schuf er sich seine individuelle Lebensart und den dazugehörigen Raum stets aus eigenen Gedanken. Von der ersten Wohnung mit seiner Frau in Chicago bis zur aktuellen *Playboy-Mansion* in Los Angeles verwirklichte Hugh Hefner seine architektonischen Ideen bis ins Detail. Stets entwickelte und entwarf er, natürlich mit Unterstützung von Architekten und Planern, seine eigenen Immobilien sowie das Innendesign der *Playboy Clubs*, die zum Markenzeichen der Kette wurden, und die Beiträge im Magazin mit. Hugh Hefner überlässt nichts dem Zufall und drückt jedem Gebäude seinen Stempel auf. Hefner war in der Nachkriegszeit ein *Trendsetter* in Sachen freier Lebensführung und Liebe, aber auch im Bereich Architektur hatte er großen Einfluss, was heute fast vergessen ist. Beatriz Preciado sagt, dass Hefner durch das Definieren von Raum das Verhalten einer ganzen Generation beeinflusste. Hugh Hefner hinterfragte und kritisierte das herrschende Denken über Häuslichkeit und die traditionelle Beziehung zwischen den Geschlechtern, Sex und Architektur. Seiner Meinung nach sollte sich Wohnen nicht mehr um Küche und Familienräume sondern um das Schlafzimmer abspielen.

Hefner, der „Indoor Man“, wie er auch das Zielpublikum in der ersten Ausgabe des Playboy beschrieb, der seine Zeit am liebsten drinnen verbringt, schuf sich eine alles bietende Welt im Inneren seiner gigantischen *Mansions*. Architektur und Raumdesign wurden zu einem solch wichtigen Thema, weil sich das ideale Leben für Hugh Hefner im Inneren abspielte und das Magazin für „Männer wie ihn“ konzipiert wurde. In den eigenen vier Wänden ist alles kontrollier- und überschaubar, auf Abenteuer in freier Natur konnte er verzichten.

Sein rundes Bett wurde ab den späten 50ern zum Mittelpunkt des Hauses und seines Lebens, von dort leitet er sein Imperium noch heute, mit dem legendären Seidenpyjama und Hauspantoffeln bekleidet. Sein Schlafzimmer ist gleichzeitig sein Arbeits-, Ess- und Unterhaltungszimmer, sogar Interviews führte der Playboy-Gründer hier.



Abbildung 10: Hugh Hefner in seiner Chicagoer Mansion 1966



Abbildung 11: Hefner auf seinem Bett, das wohl meistgedruckte Bild des Playboy-Gründers

Die Authentizität des Erschaffers des Playboy-Magazins trug zur Popularität und Verbreitung dieses Lebensstils und der damit einhergehenden Gestaltung des eigenen Hauses bei:

Hugh Hefner sagte immer wieder in Interviews, dass er sein Heim nur selten und ungern verlasse; er machte sein Bett zu seinem Büro und somit zum Zentrum eines schnell wachsenden Empires. Berühmt sind die Fotos von ihm im Seidenpyjama, der zu seinem Markenzeichen wurde und die Verbundenheit zum Inneren zeigt.

“>I don’t go out of the house at all!(...) I am a contemporary recluse< he told Tom Wolfe, guessing that the last time he was out had been three and a half months before and that in the last two years he had been out of the house only nine times. Fascinated, Wolfe described him as >the tender tympani green heart of an artichoke<“.²⁵

Durch sein Magazin und die Medien wurde er zu einem Idol der neuen Männergeneration, erfolgreich im Job und bei den Frauen, Gastgeber der beliebtesten Parties des Landes. Er stellte das Musterbeispiel eines unabhängigen Playboys dar; deswegen wollten viele der Playboy-Leser so sein wie Hugh und um diesem Ziel einen Schritt näher zu kommen, war so zu wohnen wie Hugh.

„Design is the key to the Playboy lifestyle.“²⁶

Im Zuge der Recherche für Artikel im Playboy und später durch den Erfolg seines Unternehmens und seine starke Präsenz kam er mit weltbekannten Architekten und Designern in Kontakt. Fast jede Ausgabe zeigte ein Feature zum Thema Architektur, förderte somit zeitgenössische Stile und bewertete aktuelle moderne Bauten stets positiv, entgegen dem damaligen Mainstream in Einrichtungsmagazinen.

Kann man Hugh Hefner wirklich einen Architekten nennen? Beatriz Preciado behauptet zwar Ja, doch ist diese Bezeichnung im klassischen Sinne wohl zu hoch gegriffen. Er übte mithilfe seiner Medienpräsenz großen Einfluss auf die Gesellschaft und ihre Sicht auf Architektur und Design aus, hatte immer klare Vorstellungen von der gebauten Repräsentativität seiner Marke und seiner eigenen Wohnungen.

²⁵ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S. 2

²⁶ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S. 2

Doch beeinflussten ihn selbst wiederum neuzeitliche und moderne Architekten und Künstler mit ihren Bauten; bzw. entwarf Hugh Hefner selbst eigenständig keine Gebäude, sondern äußerte seine Vorstellungen und gab diese an ausführende Planer weiter, die daraus gebauten Raum bzw. Zeichnungen im Heft schufen. Unbestreitbar ist Hugh Hefners Rolle als Förderer und Werber avantgardistischer und experimenteller Architektur. Er brachte der großen Masse in den 50ern und 60ern die Neuheiten des Designs nahe und machte der großen Leserschaft (vor allem den Männern) in den USA klar, wie wichtig die Beschäftigung mit dem eigenen bewohnten Raum ist.

Mit den Jahren veränderte sich nicht nur der Inhalt des Magazins ins Negative sondern auch der Geschmack des Gründers. Die Beiträge über Architektur verschwanden zunehmend und mit Hugh Hefners Umzug vom „architektonischen Juwel“ Chicago nach Los Angeles verfiel er dem amerikanischen Neohistorismus. Die zweite *Playboy Mansion* in Kalifornien, die er nach seinen Wünschen umbauen ließ, ist eine pluralistische Burg aus antiken Baustilen mit holzvertäfelten Zimmern und schweren Samtvorhängen vor den Fenstern.

3.3.3. Die erste Playboy Mansion in Chicago

In nur wenigen Jahren war es Hefner gelungen, ein Multimillionen-schweres Unternehmen aufzubauen und sich alle Wünsche zu erfüllen. Im Dezember 1959 kaufte er das herrschaftliche Haus am *North State Parkway*, nicht weit vom Lake Michigan. Mit einer für das 19. Jahrhundert typischen Fassade unterschied es sich nicht wesentlich von seinen Nachbarhäusern, das Innere jedoch barg so manche Überraschung, wie man nach Fertigstellung selbstverständlich im Playboy lesen konnte. Das 1899 von James Gamble Rogers erbaute Vorstadthaus blieb von außen unberührt, im Inneren wurde es jedoch nach Hefners Geschmack in ein modernes Unterhaltungsparadies umgebaut.

„Ich wollte ein Traumhaus. Einen Ort, an dem es möglich sein sollte, zu arbeiten und sich auch zu vergnügen, ohne die Problem und Konflikte der Außenwelt. Eine Umgebung, die ein Mann ganz alleine kontrollieren könnte. (...) Während sich die restliche Welt meiner Kontrolle entzog, würde in der Playboy-Villa alles perfekt sein. Das war mein Plan.“²⁷

²⁷ Vgl. (Preciado, 2012) S.171



Abbildung 12: Playboy Mansion Chicago

Rogers war Ende des 19. Jahrhunderts ein in der Region bekannter Architekt und verwirklichte vor allem öffentliche Bauten wie zum Beispiel die Universitätsgebäude von Yale und Columbia. So wurde auch die spätere Playboy-Villa ursprünglich als Bürger- und Veranstaltungszentrum geplant und genutzt und war unter dem Namen *George S. Isham House* ein beliebter Treffpunkt der Gesellschaft. Zur Zeit der Depression wurde es in ein Apartmenthaus umgewandelt. Man könnte sagen, durch Hugh Hefners Parties erhielt das Gebäude seine eigentliche Bestimmung zurück.

Der innere Umbau und die Renovierung des 1.800 m² großen Hauses verschlangen 3 Millionen Dollar und überstieg den Kaufpreis bei Weitem. Hinter der original Backstein-Fassade veränderte sich Einiges: Die Parkgarage im Untergeschoß wurde zu einem Schwimmbad umgebaut (das Wasser war wahrscheinlich nicht sehr tief, da Hefner nicht schwimmen konnte), daneben entstand ein „Aquariumraum“ mit einem Sichtfenster in den Pool, wie es später auch im *Playboy Townhouse* zu finden ist.

Im 2. Stock wurde der ursprüngliche, 100m² Ballsaal zu einem fensterlosen Party- und Projektionsraum. Dieser Raum wurde zum Treffpunkt für legendäre Feste und war Vorbild für die Kulissen von *Playboy's Penthouse*, Hefners TV-Show, die ab Oktober 1959 lief.

Viele Details der Villa wurden 1:1 im Studio nachgebaut, vom Kamin bis zur multifunktionalen Bar, die gleichzeitig eine Bibliothek war.

Die Schaltzentrale des Gebäudes sowie auch des gesamten Imperiums wurde im 3. Geschoß eingerichtet. Hier befand sich Hefners riesiges Schlafzimmer mit dem runden Bett, das gleichzeitig als Arbeitsplatz diente. Es wurde zum *Headquarter* von Playboy, durch unzählige multimediale Anschlüsse wie Kameras, Sprechanlagen, Unterhaltungselektronik etc. war Hefner jederzeit über alles informiert und konnte vom Bett aus „regieren“. Daneben fanden sich in diesem Stock, so wie im 4. Stock, Schlaf- bzw. Gästezimmer und Bäder für Playmates, Angestellte und Freunde.

Durch permanente Berichterstattung über die Parties und das Leben von Hugh Hefner im Playboy und in anderen Medien wurde die Stadtvilla bald landesweit bekannt und mit dem ersten Playboy Club, der nur wenige Straßen weiter eröffnet wurde, und der Redaktion in der Nähe entstand ein ganzer „Playboy-Bezirk“ in Chicago.

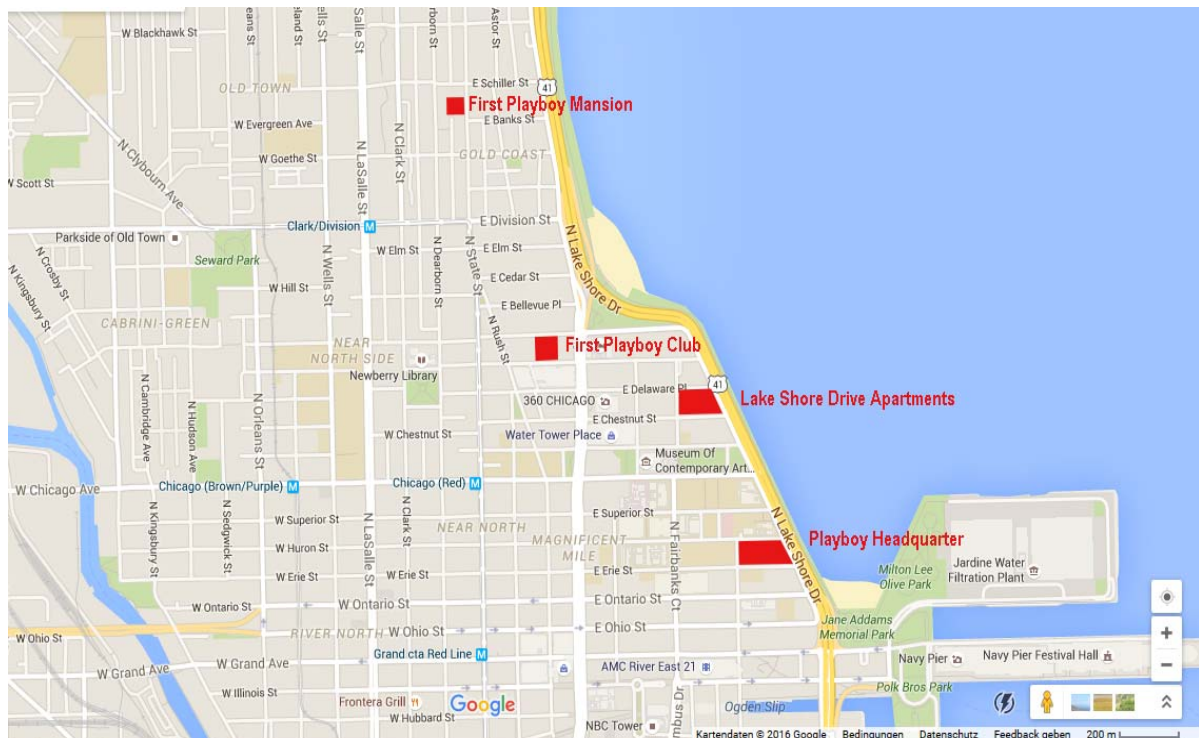


Abbildung 13: „Der Playboy-Bezirk“ in Chicago

Im Jänner 1966 konnte man im Heft einen mehrseitigen Bericht über die *Mansion* und ihre Bestimmung lesen. Die Wichtigkeit als „heart“ des Playboy-Imperiums wird klar herausgehoben, gleichzeitig wird der Umzug der Redaktion in einen eigenen 37-stöckigen *Playboy-Skyscraper* mit einem riesigen, rotierenden Suchlicht auf dem Dach beworben.

Das Business für Playboy läuft gut in den 60ern. Auf den Fotos sieht man die Mansion von außen, Playmates, die im Wohnzimmer eine Pyjama-Party veranstalten, Hefner mit seinen wichtigsten Redakteuren vor dem Kamin. Was auffällt ist der Mix aus scheinbar Altem, aber wahrscheinlich Nachgebautem und Neuem. Vor der dunklen Holzvertäfelung im „Ballsaal“ und neben einer Ritterrüstung stehen moderne, schlichte Polstermöbel und Tische. Man erkennt bereits die Veränderung des Geschmacks im Bezug auf Architektur und Design des Playboy-Gründers, die im Laufe der Zeit noch stärker wird und ihren negativen Höhepunkt mit der *Mansion* in L.A. erreicht. Während im Magazin noch eine Architektur der Geradlinigkeit und Materialehrlichkeit gepriesen wird, sieht man Hefners Hinwendung zu neogotischer/neoromantischer *Fake-Architektur*, die in Amerika zu dieser Zeit stark verbreitet war.

3.4. Die Erschaffung des „Indoor Man“

Bereits in der ersten Ausgabe wird Eines klargestellt: Der wahre Playboy ist ein „Indoor Man“, dieses Heft ist für diejenigen, die ihre Zeit Drinnen verbringen.

“Most of today’s ‘magazines for men’ spend all their time out-of-doors – thrashing through thorny thickets or splashing about in fast flowing streams. We’ll be out there too, occasionally, but we don’t mind telling you in advance – we plan in spending most of our time inside. We like our apartment.”²⁸

Gleichzeitig wird durch den Gestus des Heftes dieser „Indoor Man“ erst kreiert, eine eigene Leserschaft erschaffen. Playboy stand in den 50ern und 60ern für Erfolg, Unabhängigkeit und guten Geschmack. Um dies zu erreichen, befolgten Anhänger und Fans die Ratschläge und Tipps im Heft, wurden zu „Männer des Innenraums“. Man könnte sagen, dass Playboy seine Leserschaft zum im Magazin gezeigten Idealbild formte.

²⁸ Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1959, S.3

Die architektonischen Entwürfe wollten vermitteln, dass alle Wünsche eines Mannes in den eigenen vier Wänden verwirklicht werden konnten. Hier konnte man arbeiten, leben und seine Freizeit verbringen, das Eigenheim zu verlassen war laut Playboy nicht mehr nötig.

*“Playboy brought men indoors. It made it OK for boys to stay inside and play. Where other men’s magazines — Argosy, Field & Stream, True — affirmed their readers’ places in duck blinds and trout streams, Hef’s took men inside to mix drinks, sit by the fire and play backgammon or neck with a girlfriend.(...) Suddenly bachelorhood was a choice, one decorated with intelligent drinks, hi-fis and an urbane apartment that put white picket fences to shame.”*²⁹

Ein spezielles, zur damaligen Zeit komplett unübliches Wohnmodell wurde propagiert, nämlich Wohnen und Arbeiten unter einem Dach zu verbinden. Jahrzehnte später sollte sich dieses Modell stark durchsetzen und ganze Siedlungen nach dieser Idee entstehen.

Im *Playboy Penthouse Apartment* von 1956 nimmt der Arbeitsbereich einen hohen Stellenwert ein, er wird direkt mit dem Schlafzimmer, welches der wichtigste Raum im Apartment des Bachelors ist, verbunden und befindet sich, wie im Artikel beschrieben, in der *quiet zone*. Durch die großzügigen Fensterbänder und den Kamin erhält der Arbeitsbereich hohe Aufenthaltsqualität und wird zum zweiten Wohnzimmer. Arbeit und Entspannung werden Eins, das Büro wird zur Wohlfühloase.

So wie Innenraum im Heft dargestellt wurde, offen und großzügig, der den Charakter des Bewohners widerspiegelt und die Wohnung als eine große Einheit, als ein Volumen mit nur wenigen Unterteilungen, zu sehen, prägte die Auffassung vom Wohnen der Amerikaner.

Hugh Hefner stellte sich selbst als „Indoor Man“ dar, betonte stets, dass er das Haus nur selten verlasse. Durch seine Authentizität ist wohl auch der große Erfolg der architektonischen Artikel und des damit verbundenen Lifestyles zu erklären. Hefner und die Redakteure des Playboy erkannten, dass man zuerst einen „Traumraum“, ein Objekt der Begierde, erschaffen muss, um das Verlangen der Leser zu wecken.

Das definierte Zielpublikum wurde durch gewisse Aussagen einerseits begrenzt, andererseits wieder nicht.

²⁹ Chris Colin, *Hugh Hefner*, Salon Magazin, 28.12.1999 siehe <http://www.salon.com/1999/12/28/hefner/>

Playboy schränkt das Zielpublikum ein, indem es sagt „Dieses Heft ist nur für Männer, und zwar für Männer, die ihre Zeit am liebsten drinnen verbringen“. Durch dieses Erzeugen von Exklusivität wird das Magazin interessanter und Mann will zu diesem besonderen Kreis der Playboy-Leser gehören. Gleichzeitig wirken Sätze wie

*„If you`re somebody`s sister, wife or mother-in-law and picked us up by mistake, please pass us along to the man in your life and get back to your Ladies Home Companion.“*³⁰

provokant und neuartig, dadurch wird das Interesse für das Magazin, auch bei Frauen, erst geweckt.

Der Playboy-Leser ist auch ein Mann der Kontrolle. Er steht mit beiden Füßen fest im Leben, vielleicht leitet er ein Unternehmen, auf jeden Fall liebt er es, die Kontrolle zu haben. Deshalb stattet er sein Heim mit den neuesten technischen Errungenschaften aus, vor allem sein Bett wird (zur damaligen Zeit) eine futuristischen Schaltzentrale. Durch Knopfdruck ist alles kontrollier- und überschaubar, auf Abenteuer in freier Natur kann verzichtet werden. Die wahren Abenteuer geschehen in seinem Penthouse.

Als erstes Magazin machte Playboy das Interesse für Design und Inneneinrichtung für Männer gesellschaftsfähig, mehr noch: Architektur wurde sexy. Wohlhabende, gutaussehende Männer, die mit beiden Füßen im Leben standen, lebten nach ihren Vorstellungen und lasen Architekturartikel im Playboy. Plötzlich war das innere Erscheinungsbild einer Wohnung nicht mehr nur Sache der Frau, sondern auch Männer diskutierten untereinander über die neuesten Möbel, Designer und Architekturtrends. Mit einer enorm großen, globalen Leserschaft war das Playboy Magazin maßgeblich an der Verbreitung moderner Wohnformen beteiligt, mehr als jedes „echte“ Einrichtungsmagazin zu jener Zeit. So schrieb Reyner Banham 1960 in einem Artikel, dass das Playboy-Magazin mehr für Architektur und Design getan hat als einschlägige Zeitschriften wie *Home and Garden*.³¹ Die eigene Wohnung sollte den Lebensstil widerspiegeln, ein Prestigeobjekt für den Bewohner sein. Gäste, vor allem weibliche, sollten staunen, wenn sie das Apartment betreten.

³⁰ Volume I Number I in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.3

³¹ Reyner Banham, *I'd Crawl a Mile for ... Playboy*, in: *Architects' Journal*, April 1960, S.527-529

Um aus einem Amerikaner der Nachkriegszeit einen Playboy wie im Heft zu machen, war es nötig, eine attraktive Alternative zum engen Einfamilienhaus in Suburbia zu erschaffen. Und mit den später in dieser Arbeit genauer beschriebenen Entwürfen gab sich das Magazin alle Mühe.

3.5.Architektur, die verführt

Playboy zeigt nicht nur zeitgenössische Architektur, Playboy erschuf sich eine eigene Architektur. 1954 erschien der erste Artikel unter dem Titel „Playboy's Progress“³², in dem zum ersten Mal ein fiktives *Playboy Penthouse* zu sehen ist. In diesem Beitrag ging es nicht vordergründig um die Gestaltung des Apartments selbst, sondern wie die Einrichtung und deren Platzierung dem Playboy das Verführen seines *Playmates* erleichtern kann. Obwohl nur wenig von der nicht besonders großen 2-Zimmer-Wohnung zu sehen ist, kristallisieren sich in der Darstellung die wichtigsten *key objects* der späteren Playboy Architektur heraus: moderne Möbel, einfach gehaltene Grundrisse, der Kamin als immer wieder auftauchendes Element, neueste technische Ausstattung.

Zwei Jahre später präsentierte Playboy seinen ersten mehrseitigen Beitrag über ein komplett durchgeplantes Penthouse mit exquisiter Ausstattung, der steingewordene Traum eines jeden Lesers. Der überraschende, riesige Erfolg dieses Features ließ in den folgenden Jahren weitere Beiträge zum Thema Playboy-Architektur folgen, welche eine breite Palette von Playboy-Wohnraum abdeckte, vom Wochenendhaus bis zur Terrasse.

Neben großer Begeisterung äußerten manche Leser Kritik an den feudalen Ausmaßen der Traumbehausungen, diese seien für einen normalen Menschen niemals leistbar.

Das Ziel des Playboy-Magazins war es, den absoluten Traum und Luxus darzustellen um zu zeigen, wie ein perfektes Wohnumfeld ausschauen kann und den Leser anzuregen, dieses zu erreichen. Die Redakteure schrieben, sie wollen die Leser anregen, sich ein schönes und bequemes Umfeld einzurichten, auch wenn dies nur ein einzelner Raum in ihrem Haus sei. Sie wollten mit den Beiträgen Ideen liefern, wie man seine Wohnung gestalten könne, anders als die altbekannten Wohnformen.

Durch die präzise Hand von jungen Designern der damaligen Zeit entstanden dabei Zeichnungen, die hohen künstlerischen Wert haben und das Auge sofort fesseln.

³² *Playboy's Progress* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1954, S.22/23

In den ersten Jahren entstand so eine Playboy-Handschrift, die sich durch alle Architektur-Beiträge bis Mitte der 1960er zog. Die Farbgebung und die Formen blieben dabei im Großen und Ganzen dieselben und wurden zu einem Markenzeichen der Entwürfe. Die Renderings, vor allem die Axonometrien, sind so detailliert und perfekt ausgearbeitet, dass man die Atmosphäre der Wohnung förmlich spüren kann und sofort anfängt zu träumen, wie es wohl wäre, wirklich in so einem Domizil zu leben. Durch die Darstellung von ganzen Wohnungen und Möbeln wurde der Lebensstil, den das Magazin vermitteln wollte, greifbar. Wenn man das Bachelorflair haben wollte, konnte man nun in ein Geschäft oder Planungsbüro gehen und konkrete Dinge erwerben oder in Auftrag geben. Durch die imaginäre Architektur, die später durch die Playboy Clubs Wirklichkeit wurde, konnten sich Leser in den Lifestyle der Marke Playboy hineinversetzen. Diese Behausungen waren nicht nur Schlafplatz, sondern komplexe Lebensräume mit unterschiedlichen Bereichen und Räumen, die alles boten um das Haus nur mehr selten verlassen zu müssen. Ganz im Sinne des von Playboy geschaffenen „Indoor Man“, der sich mit seiner Wohnung eine „Insel“ schafft, die alles bereit hält, was ein Playboy braucht und wo man per Knopfdruck alles kontrollieren kann.

Später kamen bereits gebaute Gebäude hinzu, die im Heft als Playboy Pads dargestellt und genannt wurden. Oft waren ihre Besitzer Freunde von Hugh Hefner, immer waren es freiheitsliebende, architekturaffine Männer mit dem nötigen Kleingeld, die ihr spezielles Traumhaus Wirklichkeit werden ließen.

3.5.1. Immaterielle Playboy-Architektur

3.5.1.a. The Penthouse Apartment (1956)

Mit dem ersten großen Feature über ein komplett durchgeplantes Playboy Penthouse Apartment im September 1956 trafen die Redakteure des Playboys beim Publikum direkt ins Schwarze. Der 8-seitige Artikel mit genauen Beschreibungen über Einteilung, Möblierung und Gestaltung, erhielt im folgenden Monat weitere 6 Seiten. Der klar strukturierte Grundriss auf der ersten Seite regt die Fantasie an, sich schon vorab ein Bild von dem großzügigen Apartment vorzustellen. Es macht sofort neugierig auf die folgenden Seiten. Es folgt eine Axonometrie, die das Herz eines leidenschaftlichen Playboy-Lesers höher schlagen lässt.

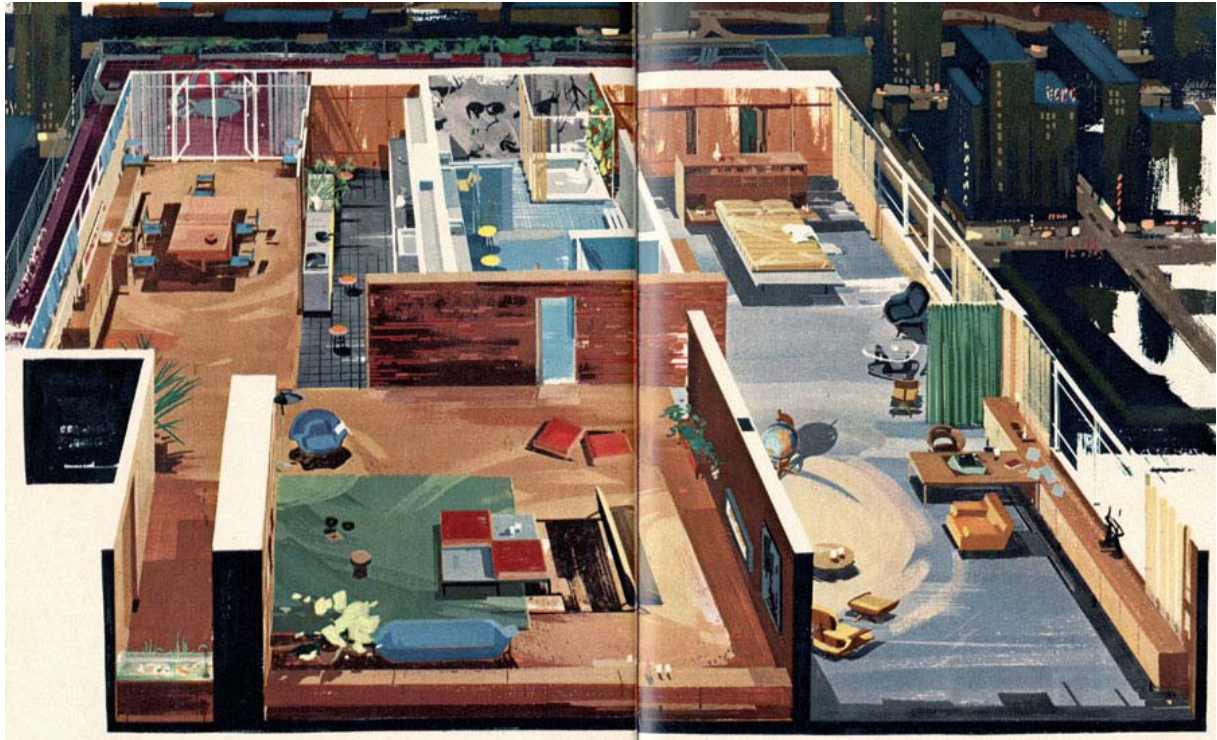


Abbildung 14: The Playboy Penthouse Apartment

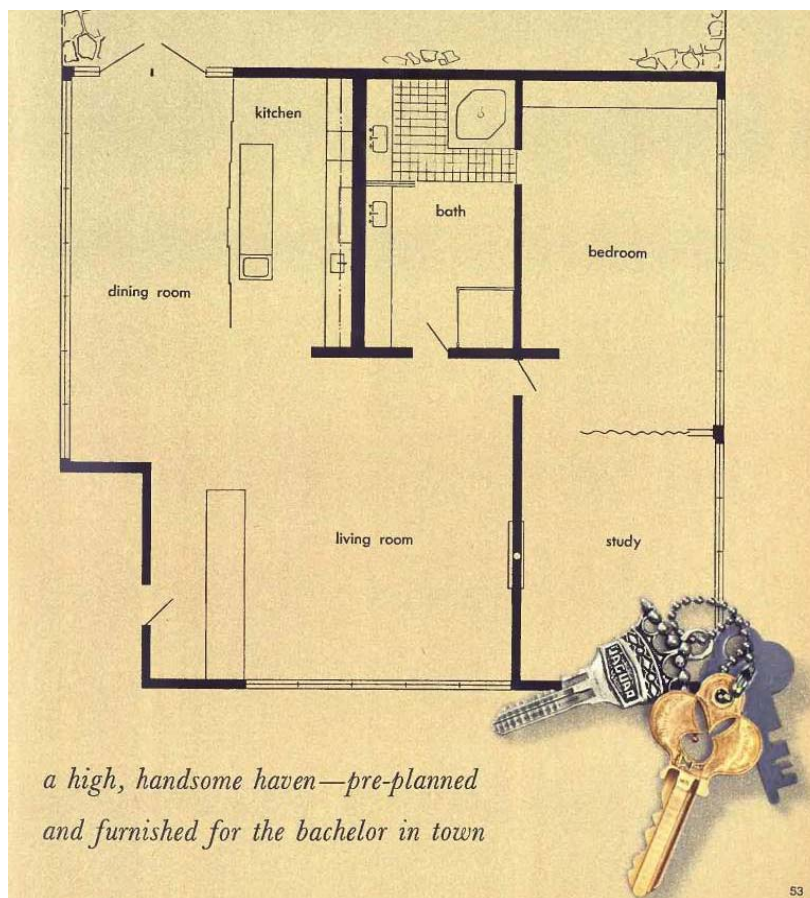


Abbildung 15: Grundriss des Penthouse Apartments

Zu sehen ist ein großzügiges Apartment mit nur wenigen Zwischenwänden, mit einem loftartigen Charakter. Die Trennung der einzelnen Bereiche übernehmen nicht nur fixe Wände, sondern auch Einbaumöbel in Form von hohen Kästen oder textilen Vorhängen. Das Apartment teilt sich grob in zwei Zonen auf, die durch unterschiedliche Bodenbeläge gekennzeichnet werden: eine *active zone* und eine *quiet zone*. Der aktive Bereich umfasst Eingang, Wohn- und Esszimmer mit separierbarer Küche; zum ruhigen Bereich zählen Schlaf- und Arbeitszimmer. Dazwischen liegt das großzügige Bad. Klare Linien und wenig Schnickschnack schaffen viel Bewegungsraum und ein Gefühl von Offenheit. Die vorherrschenden Farben sind Braun- und Blautöne. Der Grundriss vermittelt einen hohen Grad an Flexibilität und lässt viele Möglichkeiten offen, die Aufteilung und Möblierung nach Wunsch des Bewohners auf unkomplizierte Art zu ändern.

„It is when we wish to host a host of folks that the flexibility of the apartment's separate areas comes into full play. By moving aside the Saarinen chair, which acts as a psychological divider between living and dining rooms, by rolling back the kitchen's Shoji screens and opening the terrace windows, all these areas become united (...). This is possible because the apartment is not divided into cells like rooms, but into function areas well delineated for relaxation, dining, cooking (...)“³³

Durch den unkonventionellen Lebensstil und dem damit einhergehenden Wohnumfeld wurde die Sehnsucht nach dem Anderen, dem Abenteuerlichen gestillt. Raus aus der Vorstadthölle der *suburbs*, den langen Wohnstraßen mit den ewig gleichen Häusern. Sich von der Masse abheben und nicht in einem zweistöckigen, engen Haus zu leben, das genauso aussieht wie die unzähligen Häuser der Nachbarn links und rechts von seinem eigenen. Lieber das Abenteuer Großstadt, mit all seinen Angeboten vor der Haustür als den bis auf den Millimeter perfekt geschnittenen Rasen. Der Bachelor als Cowboy der Großstadt: anders, frei und ungebunden. Genau diese Gefühle spiegelt das Apartment wieder.

³³ *Playboy's Penthouse Apartment* in Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.60

Architektur und Inneneinrichtung war plötzlich beliebter als die gezeigten *Playmates*. Die Redaktion erhielt unzählige Briefe von Lesern, die mehr über dieses Thema wissen wollten und wählten den Artikel über das Penthouse zum beliebtesten, noch vor den *Centerfolds*.³⁴

*„You have outdone yourselves. We cannot begin to describe the excitement we feel.(...)We have long dreamed of building such an apartment.(...) Please send us more information before we burst with excitement. We are serious about wishing to duplicate this in Atlanta as soon as possible.“*³⁵

Nicht nur bei den männlichen Lesern stieß das Feature über das Apartment auf große Begeisterung, auch Frauen meldeten sich zu Wort:

*„My husband and i are extremly excited over your September issue: the ‘Playboy Penthouse Apartment’ is just fabulous. There are so many ideas shown that I would like to use in our own home of the future.“*³⁶

Die einzelnen Räume und ihre Möblierung werden genau beschrieben: Der „Dining room“, mit großen Esstisch als Zentrum, bietet Platz für eine Vielzahl von Gästen. Flexibel wie das gesamte Apartment, kann der Tisch je nach Belieben vergrößert bzw. verkleinert werden (four-leaf Mathesson gateleg table). Natürliches Licht kommt über ein Fensterband an der Längsseite und eine Doppeltür, die auf die großzügige Terrasse führt, auf der Schmalseite des Esszimmers. Direkt an dieses schließt die Küche an: Eine High-Tech Kochlabor mit den neuesten Gerätschaften wie einem Induktionsherd (zur damaligen Zeit!) und einem Geschirrspüler, der das Geschirr in nur 3 Minuten mit Hilfe von *ultrasonic sound waves* reinigt. Wie sauber die Teller danach wirklich wären, sei dahingestellt. Ein weiteres Highlight ist der höhenverstellbare Grill mit Glaskuppel, der brät, kocht, dünstet und auch noch spacig aussieht. Wird die Party zu laut und der Koch möchte seine Ruhe haben, kann die Küche durch leichte Schiebewände abgetrennt werden.

³⁴ *About the first Half Decade* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1958, S.41

³⁵ *Dear Playboy* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1956, S.8

³⁶ *Dear Playboy* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1956, S.8

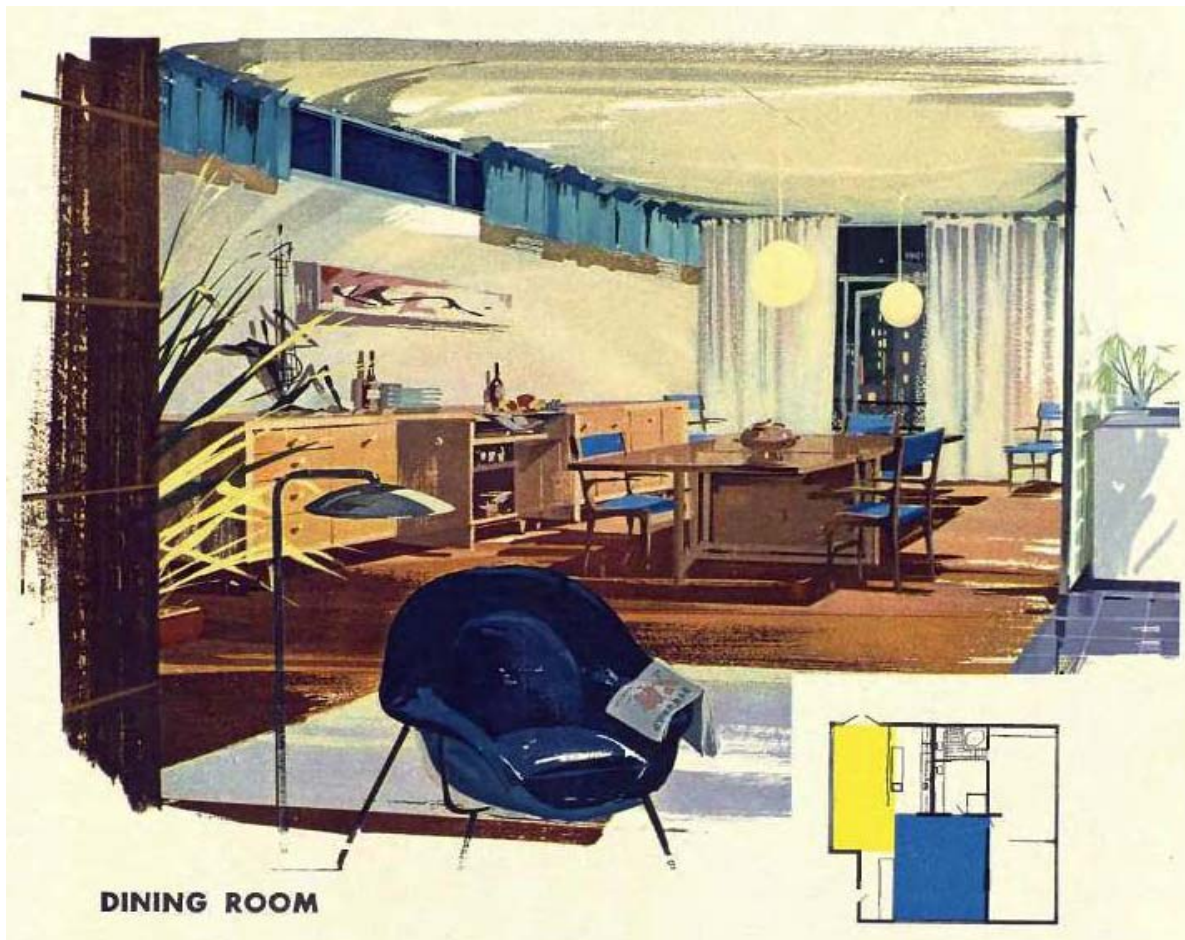


Abbildung 16: Das Esszimmer des Penthouse Apartments

Als Zentrum und Verteilerraum dient das weitläufige Wohnzimmer, welches durch einen großen Einbauschrank vom 14'x4' großen Eingangsbereich getrennt wird. In dem raumhohen Möbel findet sich auf einer Seite Platz für Sportgeräte, Jacken, etc., auf der dem Wohnzimmer zugewandten Seite findet das *entertainment center* mit TV, Stereoanlage, Videorecorder seine Bühne. Funktionalität und Flexibilität sind das oberste Ziel.

Ikonen der Designgeschichte dienen als Einrichtungsgegenstände und werden durch das Abbilden in diesem Feature erst zu solchen. Vor dem Kamin steht die *flip-flop couch* von M.Singer, der Saarinen-Sessel von Knoll lädt zum Entspannen ein, der Noguchi-Beistelltisch bildet die perfekte Abstellfläche für das Martiniglas. Der *living room* besticht durch seine Materialvielfalt: Einbauschränke aus Holz, Kork-Bodenbelag, rustikale Ziegelwand zum Bad hin, großer Teppich unter der Sitzgruppe und eine breite Fensterfront. Eine Vielfalt, die das breitgefächerte Interessensfeld des Playboy wiedergibt.

Die Oktoberausgabe widmet sich der *quiet zone* des Apartments: Am wichtigsten ist hier natürlich das Schlafzimmer. Ein großes Bett, das frei im Raum steht und mit einem multifunktionalem Kopfteil ausgestattet ist, bildet das Zentrum. Ganz nach Hugh Hefners eigenem Geschmack. Das Kopfteil dient als Bücherregal und Raumtrenner zum dahinterliegenden Ankleidebereich. Um alles vom Bett aus kontrollieren zu können, beherbergt es weiters ein Kontrollsystem für die gesamte Wohnung. Gemütlich im Pyjama kann die Beleuchtung und die Musik geregelt, sowie die Türen abgeschlossen werden; zählt heute das Konzept „Smart Home“ mit Steuerungssystemen schon fast zur Grundausstattung war das *Bachelor Penthouse* mit all seinen Details seiner Zeit weit voraus.

Vom Ankleidebereich hinter dem Bett kommt man direkt ins Badezimmer. Doch ist dieses keine einfache Nasszelle zum schnellen Duschen, sondern passend zum Rest der Wohnung, ein großzügiger, eigenständiger Raum. Werden in den 1950ern dem Bad normalerweise nur wenige Quadratmeter zugestanden, wird es hier neu erfunden. Ein Zimmer von ungewöhnlicher Größe, in dem man sich gerne längere Zeit aufhält. Der hintere Bereich mit whirlpoolartiger Badewanne kann durch transluzente Schiebeelemente vom vorderen Bereich abgetrennt werden (würde der Damenbesuch eine gewisse Privatsphäre verlangen). Durch eine zweite Tür, die ins Wohnzimmer führt, sind die beiden Bereiche getrennt voneinander begehbar. Sitzmöglichkeiten wie Hocker und eine Bank zeigen, dass vorgesehen ist, hier mehr Zeit zu verbringen als nur zum Duschen. Große Spiegelflächen über den zwei Waschtischen an einer Wand weiten den Raum zusätzlich. Der Großteil des Bades ist verflies, bis auf die hinterste Wand neben der Badewanne. Diese ist mit aufwendigen Malereien verziert und bietet dem Badenden einen Anblick, der zum Nachdenken anregt.

Nahtlos geht das Schlafzimmer in das Arbeitszimmer über: Hier zieht sich der Bachelor zum Lesen und Grübeln zurück. Um ungestört seinen Gedanken freien Lauf lassen zu können, kann der *study room* durch einen Vorhang abgetrennt werden. Wird der Raum für sonstige Zwecke gebraucht, dient er als Erweiterung des Schlafzimmers oder auch Wohnzimmers.

Ein Regal, das sich über eine gesamte Wand zieht, bietet Platz für die Büchersammlung des belesenen Playboys, gleich daneben befindet sich ein Einbau, den man nur selten in Arbeitszimmern findet: Ein offener Kamin mit Sitzmöbeln davor. Mit diesem Extra erinnert der *study room* an ein altherwürdiges Herrenzimmer aus dem vergangenen Jahrhundert.

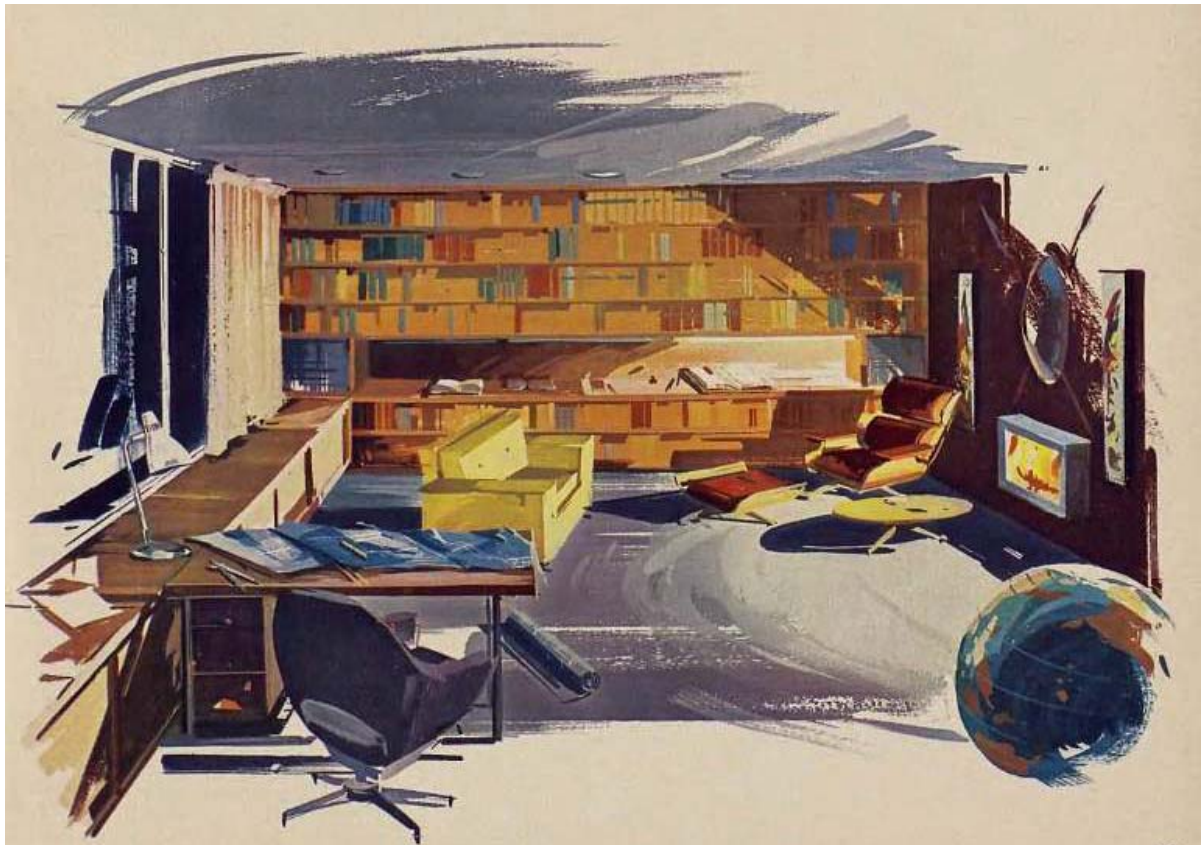


Abbildung 17: Study Room des Penthouse Apartments

Die besondere Verbindung, die der Playboy zur Architektur hat, zeigt sich an einem bestimmten Detail: Auf dem Schreibtisch, der mit einem langen Sideboard an der Fensterseite verbunden ist, liegen Pläne, genauer gesagt großformatige Blaupausen, ein Zirkel und Stifte. Hier lebt, arbeitet und schwitzt also ein Architekt. Um diesem eine angenehme Denkpause zu ermöglichen, steht der *Stuhl #670* von Herman Miller bereit, bis heute heißbegehrtes Möbelstück und in jedem Hochglanz-Architekturmagazin zu finden.

Das Bachelor Penthouse ist eine perfekt durchdachte Wohn- und Entertainment-Landschaft mit vielen Details. Neben der jeweiligen Axonometrie der einzelnen Bereiche finden sich Auflistungen der gezeigten Möbel und technischen Geräte.

„The house is full of the latest electronic and media. A signature feature is the electronic entertainment center with hi-fi, FM radio, TV, tape recorder, movie and slide projector.“³⁷

³⁷ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.3

Es wird das Gefühl vermittelt, dass diese Geräte nötig seien, um eine gute Atmosphäre zu schaffen, wie zum Beispiel durch Musik und angenehme Beleuchtung. Man kann dem Artikel Konsumorientiertheit vorwerfen, liest er sich doch wie der Einrichtungskatalog eines Möbelhauses. Doch das war genau der Grund, was den Playboy so erfolgreich machte: Die gezielte Werbung für den selbsterschaffenen Playboy-Lebensstil, der Hugh Hefner und seine Redakteure reich und berühmt machte. Nur so war es möglich, das Imperium auszubauen.

Als eines der wichtigsten Entwurfsmerkmale des Bachelor Apartments stehen Funktionalität und viel Stauraum in den großen Wandschränken und Sideboards in jedem einzelnen Raum. Dieser ist auch nötig für die unzähligen Gadgets und Dinge, die ein wahrer Bachelor laut Playboy besitzen soll. Die Gedanken dahinter sind ein gut durchdachtes Gesamtkonzept: Man braucht ein großes Apartment mit viel Stauraum für all die schönen Dinge, die in den Werbungen im Magazin empfohlen werden. Auf der einen Seite preist das Design der Wohnung Klarheit und Minimalismus, auf der anderen Seite wird einem im Magazin gezeigt oder fast aufgedrängt, was man nicht alles haben und kaufen soll, um ein tolles Leben a la Playboy zu haben. Eine perfekte Werbemaschinerie mit großem Erfolg.

3.5.1.b.The Weekend Hideaway (1959)

Das nächste große Feature zum Thema Architektur erschien im April 1959 und wurde groß angekündigt: Der Artikel wird zur Coverstory der Ausgabe, ganz im Playboy-Stil natürlich.

Das Cover schmückt eine Blaupause, auf der typische Architekten-Werkzeuge wie Zeichenstift, Zirkel und Lineal liegen; es vermittelt den Eindruck als hätte man den Arbeitstisch eines Planers vor sich, der soeben für eine kurze Pause sein Werkzeug aus der Hand gegeben hat. Auf dem Plan sind aber keine Grundrisse, Schnitte oder Ansichten von Gebäuden zu sehen sondern ganz in Playboy-Manier, die Umriss einer Frau.

Der Playboy plant oder lässt planen, nicht nur sein gebautes Umfeld sondern auch die Personen, mit denen er sich dort aufhält. Er entwirft die perfekte Frau für ein Wochenende im perfekten Ferienhaus. Nichts bleibt dem Zufall überlassen und der Playboy ist, so wie sein Wohnraum, auf jede Situation vorbereitet.

„A place where he can relax for a weekend or a week, with companions of his choosing, in a house of his own which provides his accustomed comforts and whatever degree of privacy or gregariousness, formality or informality, the occasions of his pleasure require.“³⁸

In der Übersicht des Heftes wird auf das *Playboy Penthouse Apartment* von 1956 verwiesen und dass es bis dato das populärste Single Feature im Magazin ist (und bis heute bleiben sollte). Noch 3 Jahre später gingen Leserbriefe in der Redaktion ein, die mehr über das imaginäre Apartment wissen wollten und es in hohen Tönen lobten. So war es nicht verwunderlich, dass die Reihe mit demselben Designteam fortgesetzt wurde.

Never change a winning team: Für den Entwurf, und somit der „Architekt“ des *Bachelor Pads*, war der *industrial designer* James E. Tucker zuständig und für die beeindruckenden Illustrationen Robert Branham, der sich Anfang der 50er mit seinen Zeichnungen in der Architekturbranche einen Namen gemacht hatte. Jahre später sollte er einen Emmy für seine Arbeit *als graphic designer* im Bereich Film erhalten.

Sieht man das Titelbild des Artikels, das einen Überblick aus der Vogelperspektive über das Ferienhaus gibt, wird man sofort an ganz spezielle Gebäude erinnert: Die *Case Study Houses*. Pult- und Flachdach mit Dachterrasse, große Glasfronten, ein Pool im Garten, natürliche Materialien unterschiedlicher Haptik. Die Gestaltung von Wohnzimmer, Terrasse und *Poolarea* ähneln dem Haus Nr. 22, *auch Stahl House*, von Pierre Koenig.

Der Grundriss zeigt die Ähnlichkeit zum *Bachelor Apartment*, dem städtischen Pendant zum *Weekend Hideaway*, das von Natur umgeben ist. Es gelten dieselben Entwurfsprinzipien: Offenheit und Klarheit im Grundriss, moderne Einrichtung, große Fenster, Funktionalität. Auch hier beherrscht eine geometrische Grundform das Gebäude: das Rechteck. Großzügige Räume mit einfach gehaltenem Grundriss schaffen Flexibilität und machen es leicht, das Haus einzurichten.

Um einen zentralen Ess- und Wohnraum gruppieren sich zwei Schlafzimmertrakte mit jeweils anschließendem, privaten Bad und kleiner Terrasse. Die drei Gebäudeteile sind zueinander verschoben angeordnet und schaffen so unterschiedliche Aus- und Einblicke.

³⁸ *Playboy's Weekend Hideaway* in Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.50

Um die privaten Räume weiter von den öffentlichen abzusetzen und das Gefühl von mehr Privatsphäre zu schaffen, liegen die zwei Schlafzimmer einige Stufen höher als der Wohnraum und die Gemeinschaftsterrasse.

Auffällig ist die fehlende Eingangstür: Zwar ist auf der einen Querseite das Auto geparkt und man erwartet den Eingang gleich daneben, doch gelangt man über einen gepflasterten Weg am Haus entlang zur großen Hauptterrasse und von hier betritt man, über Schiebetüren in der Glasfront, das Feriendomizil. Ob der fehlende Eingangsbereich, der normalerweise als Puffer zwischen Öffentlich und Privat dient, architektonisch intelligent ist, ist ungewiss.

Es stellt sich die Frage, ob man als Besitzer jeden Besucher sofort mit Straßenschuhen im Wohnzimmer haben will. Auch der fehlende Stauraum für Jacken, Mäntel, Hüte, Schirm, etc. der Gäste ist bedenklich.

Im Ferienhaus sucht man Entspannung und die Verbundenheit zur Natur. Der Übergang zwischen Innen und Außen ist fließend, da die Terrasse und der Wohnraum mit Schiebetüren verbunden werden können und über denselben Bodenbelag verfügen. Im Zentrum des Hauptraums steht ein offener Kamin, um den Lounge-Sessel von *Dux* in skandinavischem Design angeordnet sind; erhältlich zum moderaten Preis von 199 Dollar pro Stück, wie der Verweis unter der Illustration angibt. In diesem sitzend, blickt man durch die 20 Fuß lange, aufgelöste Wand aus Fensterpanelen in den Garten mit Pool. Auf den ersten Blick scheint das *Weekend Hideaway* ein Bungalow zu sein, bei genauerem Hinsehen erkennt man das in den Hang gebaute Untergeschoß, vor dem das Auto parkt. Ein vereinfachter Schnitt zeigt die Ausmaße und Funktionen der zweiten Ebene genauer. Kommt man am Ende der Auffahrt mit dem eigenen Porsche am Haus an, bietet das Untergeschoß eine Garage und ein Bootshaus, für eventuelle See- oder Meerlage.

Unter dem Gästeschlafzimmer verbirgt sich das „Spielzimmer“, im Artikel wegen seiner Lage und der fehlenden natürlichen Belichtung „*cave*“ genannt. Hier findet man alles, was das Playboy-Herz höher schlagen lässt: ein Billard- sowie Pokertisch, eine Bar zum Mixen perfekter Martinis, eine Jukebox zum Spielen der aktuellen Jazzplatten. Ein besonderes Detail sind die Fenster, die sinngemäß den Blick nicht in die Landschaft schweifen lassen (wir befinden uns unter der Erde) sondern auf vorbeischwimmende Gäste im vorgelagerten Pool. Durch das vom Wasser gebrochene Licht entsteht Bewegung im Raum und man hat die ungewohnte Sicht von Unten auf das Schwimmbecken.

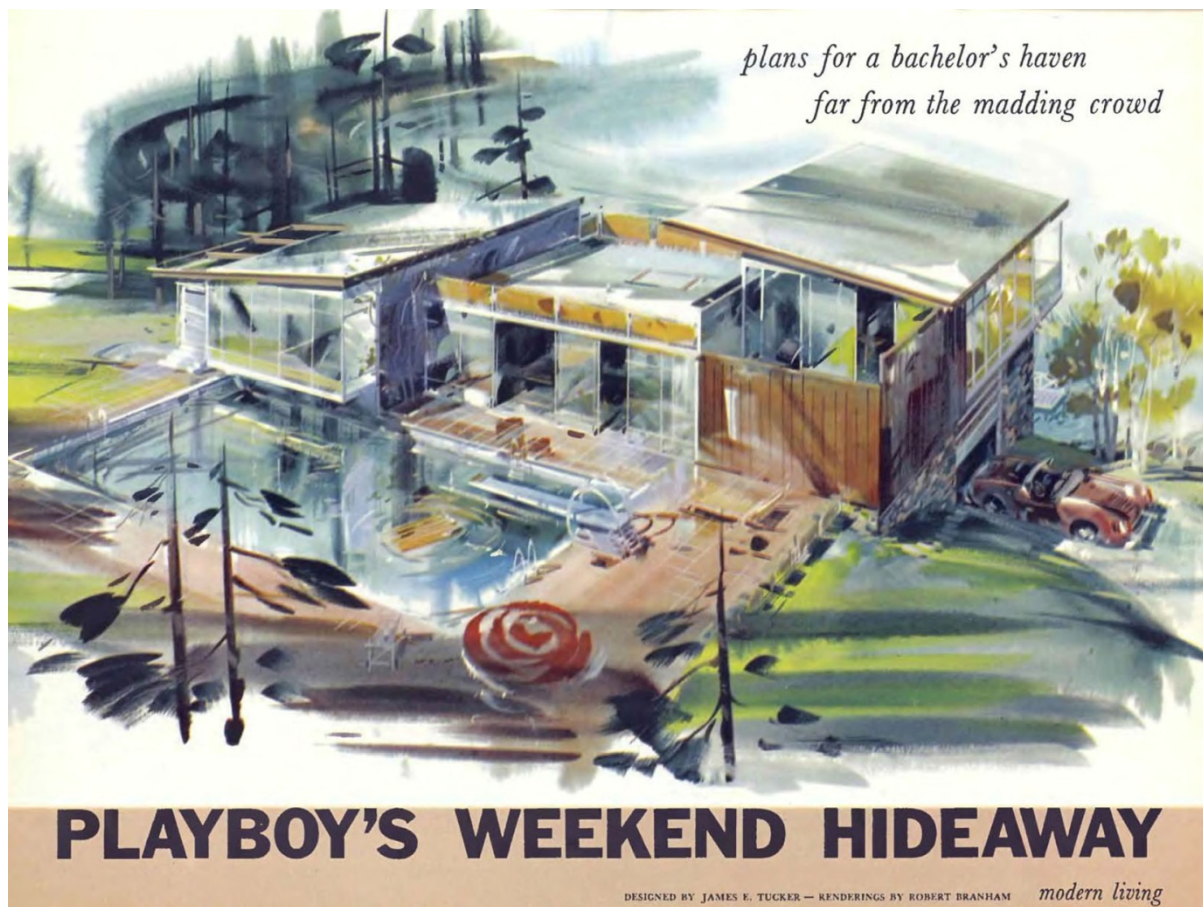


Abbildung 18: Das Wochenendhaus des Bachelors

Das Wohn- und Esszimmer ist das Herz des Hauses, hier befindet sich der Haupteingang, es ist Verteilerraum und Treffpunkt für die Teilzeitbewohner. Die offene, u-förmige Küche ist durch ein von der Decke hängendes Holzpaneel visuell vom Rest des Raumes getrennt, bleibt aber Teil des großen Ganzen; so hat der Koch während seiner Arbeit die Möglichkeit mit seinen Gästen zu interagieren. Er bleibt Teil des Geschehens, kann sich weiter an den Gesprächen beteiligen und trotzdem seiner Tätigkeit am Herd nachgehen.

Ein großes *picture window* lässt während dem Schneiden, Mixen, Rühren den Blick auf den Pool fallen und bringt viel natürliches Licht für die Arbeitsfläche. An der Wand Richtung Garten steht ein gemauerter *Indoor-Grill* für eventuelle Schlechtwetter-Einbrüche, der sein Gegenstück direkt auf der anderen Seite der Außenwand hat. Für das Grillen im Haus ist das Nachrüsten mit einer leistungsstarken Lüftungsanlage zu empfehlen.

Die beiden Schlafzimmer sind in Sachen Ausstattung, Aufteilung und Gestaltung gleichwertig, beide haben ein direkt angeschlossenes Bad und eine private Terrasse, der *master bedroom* unterscheidet sich jedoch in der Größe.

Es ist dem Schlafzimmer im urbanen Bachelor Apartment sehr ähnlich, auch hier steht das große Bett frei im Raum, wird durch ein hohes Kopfteil visuell abgeschirmt und gibt das Gefühl von mehr Privatsphäre; dahinter ist eine Lounge mit Sofa eingerichtet, von der aus man durch die *floor-to-ceiling* Schiebetüren auf die private Terrasse und die Landschaft blickt. Das überdimensionale Bett mit dem hohen Kopfteil ist auch hier die Hauptsteuerungszentrale des Hauses; von hier wird durch Regler und Schalter im Nachttisch das Licht gedimmt, die Musik geregelt und die Türen verriegelt, so wie es der Bachelor von seiner Stadtwohnung gewohnt ist.

Das *Hideaway* wird geprägt durch sehr große Fenster bzw. komplett aufgelöste und durch Glaspaneele ersetzte Wände und gibt dem Haus einen pavillonartigen Charakter. Trotz der vielen Einblicke, die diese Tatsache gewährt, findet man als Bewohner genug Privatsphäre durch leichte Raumtrenner und Einbaumöbel, sowie das Versetzen der Räume zueinander. Auch die vorgesehene Lage auf einem abgeschiedenen Grundstück in weiter Natur lässt den großzügigen Einsatz von Glas zu und wahrt den Schutz vor unerwünschten Blicken. Bei einer tatsächlichen Ausführung ist wahrscheinlich ausreichender Sonnenschutz zu empfehlen, da die Dächer nicht auskragen und die Sonne direkt in die Zimmer scheint.

„There is intimate coziness when it’s wanted, there’s ample room for a gay crowd, there’s privacy and sociability, all to be had in the seclusion of your own weekend retreat.“³⁹

In der folgenden Ausgabe vom Mai 1959 präsentiert Playboy eine Fotostrecke unter dem Titel „Playboy Party“ und wählt als Bühne ein gebautes Beispiel eines *Weekend Hideaway*. Dieses Feature war das erste dieser Art im Playboy, in dem ein bereits bestehendes Gebäude als Playboy-Architektur ausgegeben wird. Der Besitzer ist ein guter Freund von Hugh Hefner, der selbst den freien, selbstbestimmten Bachelor-Lifestyle lebt.

³⁹ *Playboy’s Weekend Hideaway* in Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.56

Ein Playboy will beeindrucken. Ein Playboy will überraschen und sich abheben. Genau so ist auch sein Wohnraum.

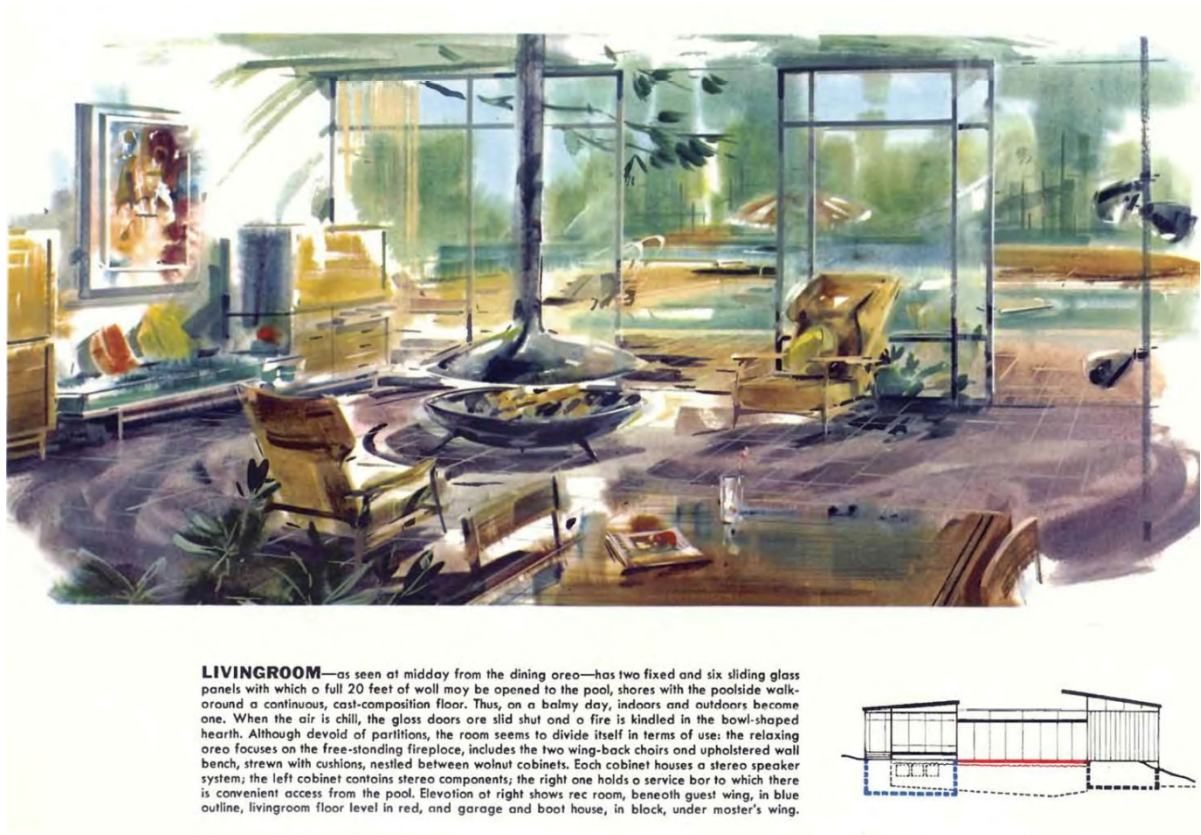


Abbildung 19: Wohnraum mit Blick Richtung Pool

Genauso wie das städtische Apartment stieß das Ferienhaus auf große Resonanz bei den Lesern, die Mehrheit der Kommentare war positiv, ein Leser kritisierte die zu großen Glasfenster.

„A tip of the fedora to you!! Your Weekend Hideaway is a true oasis after a year of trekking the sands of mass-produced plans and houses designed for families of eight!“

„ I am completely enthralled by the Hideaway's spaciousness and contemporary beauty.“⁴⁰

⁴⁰ Dear Playboy in Playboy Magazin, Ausgabe Juli 1959, S.8

3.5.1.c.The Town House (1962)

Was kann ein Luxusapartment und ein Ferienhaus am See noch toppen? „Ein komplett durchgeplantes, vierstöckiges Stadthaus mit einem Atrium inklusive Schwimmbad“, war die Antwort von Designer R. Donald Jaye und dem Zeichner Humen Tan.

Der Entwurf für das luxuriöse Stadthaus basiert auf Plänen für Hugh Hefners eigenes Domizil in Chicago, das nie verwirklicht wurde. Hefner kaufte sich ein Grundstück nahe der Lake Front und engagierte den Architekten R. Donald Jaye, ein funktionalistisches, luxuriöses Stadthaus zu entwerfen. Als der Artikel dann leicht abgeändert 1962 im Magazin erschien, wurde jedoch mit keinem Wort erwähnt, dass Jaye bei diesem Projekt federführend war.

Das *Townhouse* wurde nie verwirklicht, da Hefner von der Stadtverwaltung und der Kirche wegen des zu modernistischen Aussehens einige Steine in den Weg gelegt wurden; daraufhin kaufte Hugh sich eine bereits bestehende Villa aus dem Jahre 1899 und ließ diese nach seinem Geschmack umbauen.

„His refurbishing and remodeling of the manor re-established its original grandeur and added a contemporary style and sophistication it had never known before.“⁴¹

Unter dem Titel „The Playboy Town House – posh plans for exciting urban living“ wurde das notwendige Volumen, das ein Playboy für seinen Lebensraum braucht, auf die Spitze getrieben und lies das *Bachelor Apartment* von 1953 nicht alt aber klein aussehen. Vorgabe für das Entwurfsteam war, ein modernes Stadthaus zu entwickeln, das Offenheit und Privatheit bei gleichzeitiger Innenstadtlage bietet, und das alles auf einer 25 Fuß schmalen Parzelle, durchschnittliche Grundstücksbreite in einer amerikanischen Stadt.

Schon das erste Schaubild hebt die Besonderheit des Gebäudes hervor, wie es sich von den direkt angrenzenden Häusern der Blockrandbebauung unterscheidet und doch die vorgegebene Breite und Höhe respektiert. Ein klares Raster gliedert die Fassade und zeigt dabei die tragende Konstruktion: horizontal wird sie in vier gleichhohe Stockwerke unterteilt, diese sind wiederum mit drei nahezu quadratischen Paneelen (Glas oder Mauerwerk) ausgefacht. Die Formensprache ist eine konstruktivistische, klassisch moderne, das Tragwerk bleibt sichtbar, unverkleidet zeigt es die Struktur des Hauses.

⁴¹ *The Playboy Mansion* in Playboy Magazin, Ausgabe Januar 1966, S. 199

Die Paneele bestehen aus Mauerwerk oder raumhoher Verglasung, das rechte Drittel zeichnet sich durch gleichmäßig unterteilte Fenster aus. Das Erdgeschoß dient im vorderen Teil als Carport bzw. als überdachter Eingangsbereich und lässt die unterste Ebene leer erscheinen, diese ist jedoch nur zurückversetzt.

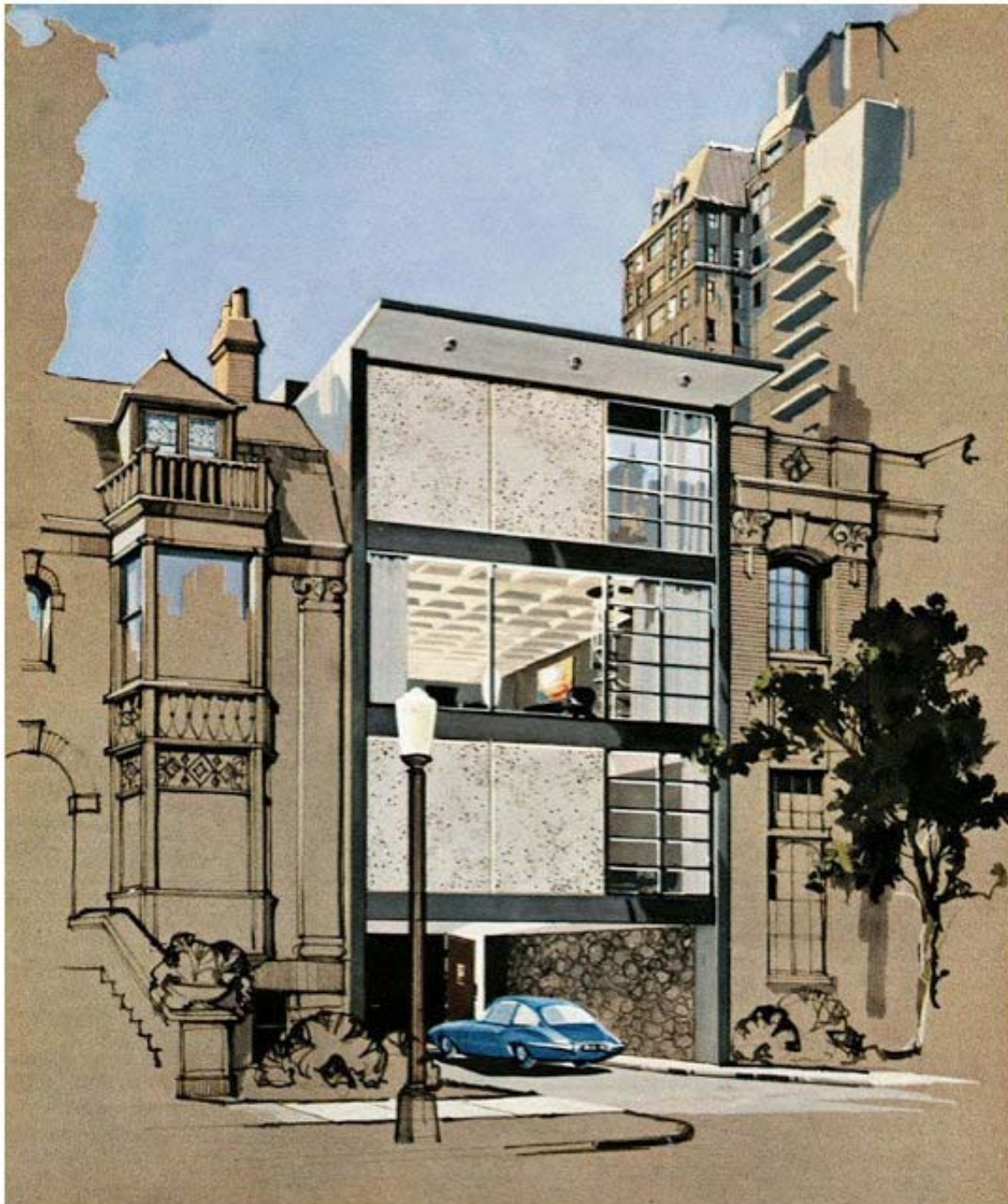


Abbildung 20: Straßenansicht des Town House



Abbildung 21: Schnitt durch das Town House

Ein detailreicher, illustrierter Schnitt zeigt die für Stadthäuser typische Tiefe, die Probleme mit der ausreichenden Belichtung der innenliegenden Räume mit sich bringt. Dem wird im *Playboy Townhouse* mit einem großen überdachten Atrium entgegen gewirkt, welches nicht einfach nur ein leerer Raum ist, sondern einen *indoor swimmingpool* mit Sichtfenster in der Außenwand inklusive Blick auf die badenden Gäste beherbergt.

Auch im Schnitt ist die klare Einteilung der Stockwerke und Räume nicht zu übersehen: drei Teile in Längsrichtung mit gleichgroßen, übereinanderliegenden Zimmern gleicher Höhe, dazwischen unverkleidete Betonrippendecken, die den loftartigen Charakter betonen. Auf die Ehrlichkeit des Materials wird Wert gelegt, nichts wird versteckt oder übermalt, sondern zeigt sich in seiner rohen Form. Der vordere Teil, von der Straßenfassade bis zum zentralen Atrium, ist 40 Fuß lang und beherbergt die Garage für zwei Autos, eine *rec area*, also einen Vergnügens- und Erholungsraum im ersten Stock, darüber das Wohnzimmer und im 3. Obergeschoss den *master bedroom*. Der Mittelteil ist 25 Fuß lang und beinhaltet den großzügigen Pool, den man von Ebene 1 aus betritt, und darüber das hohe Atrium mit öffentlicher Glasdecke. Freiluft- und Hallenbad in Einem sozusagen.

Der hintere Teil des Hauses ist so wie der vordere ebenfalls 40 Fuß lang, hier befinden sich im Erdgeschoß die Räume für die Angestellten, im ersten Stock das Esszimmer, Bar und Küche, darüber das Arbeitszimmer und im 4. Stock das Gästezimmer.

Die offenen Räume werden mithilfe wechselnder Wandoberflächen in separate Bereiche geteilt, die wenigen Wände und Türen sind aus Glas, so geht der Blick in fast jedem Stockwerk durch die gesamte Länge des Gebäudes. Wird doch mal mehr Intimsphäre gefordert, kann jeder Raum zum Atrium hin durch schwere Vorhänge abgeschirmt werden. Die gedämpften Farben und die Wahl der verwendeten Materialien wie Teakholz, Naturstein und Teppichböden sollen trotz der Größe der Räume eine entspannte und behagliche Atmosphäre schaffen.

Wie im Bachelor Apartment und Ferienhaus dürfen auch hier Möbel mittlerweile weltbekannter Designer und Architekten nicht fehlen: Im Schlafzimmer der *Cone Chair* von Verner Panton, die *Bubble Lamp* von Howard Miller setzt das Wohnzimmer ins rechte Licht und im Arbeitszimmer ruht man sich auf einem *Barcelona Chair* von Mies van der Rohe aus. Das Haus ist so konzipiert, dass die Privatheit der Räume von unten nach oben zunimmt, vom zur Straße hin komplett offenen Eingangsbereich über Partyraum und Pool im 1. Stock bis zur maximalen Privatsphäre der Schlafzimmer unterm Dach.

„(...) an ultra urban island of individuality in a sea of look-alike multiple dwellings.(...) All floor-to- ceiling glass and masonry, the Town House stands in glamorous contrast to, yet in curiously pleasing harmony with, the post-Victorian brownstones that surround it.“⁴²

Die Erschließung folgt demselben Prinzip der Privatheit: In das 1. OG gelangt man noch über zwei Haupttreppen, in das privاتere 2. OG über eine Treppe im Atrium und in den *master bedroom* im obersten Geschoß nur noch über eine Wendeltreppe. Von dort kommt man über eine Galerie in das Gästezimmer; andernfalls führt ein Lift durch alle Ebenen bis zur Dachterrasse im hinteren Teil des Hauses.

Über den damaligen Stand der Technik hinaus geht die technische Ausstattung des Hauses: Videokameras an den Eingängen sorgen für Sicherheit, Fußbodenheizung macht störende Heizkörper überflüssig; kein Handgriff soll zu viel sein, alles kann über *control panels* per Knopfdruck gesteuert werden.

⁴² *The Playboy Townhouse* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.84

„(...) the houseman can open and close the sliding drapes and glass doors, the pool's skylight, control the lighting throughout the house, and precisely regulate the heating and air conditioning. (...) The panel board also houses an AM-FM tuner and telephone-type dial for selecting records and tapes, housed in the living room, for broadcast to any part of the house. Either side of over 500 records can be chosen by this device.“⁴³

3.5.1.d. The Patio-Terrace (1963)

Als Erweiterung des *Townhouse*, und somit als Sahnehäubchen oben drauf, erschien im folgenden Jahr das Feature über die Playboy-Dachterrasse. Da im Artikel über das Stadthaus der Terrasse nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde und diese keine genauere Beschreibung erfuhr so wie die übrigen Räume, bekommt der Außenraum in der Augustausgabe 1963 einen eigenen Beitrag. Dies verwundert eigentlich, wird doch vom ersten Heft an betont, dass der Playboy ein „Indoor Man“ ist, ein Mann, der seine Freizeit am liebsten im Inneren seines Domizils verbringt. Der anziehende Stil der Illustrationen bleibt der gleiche, man setzt auf die altbewährte Handschrift von Humen Tan als Zeichner und Designer.

Die eigene Formensprache der Playboy-Architektur ist nicht zu übersehen, klare geometrische Formen prägen die Einteilung und Gestaltung. Es fällt aber auf, dass das Rechteck als Formgeber nicht mehr dominiert, sondern weitere geometrische Grundelemente hinzukommen: Der runde Pool ist der *eyecatcher* der Szenerie, auch das hochgestellte Sonnendeck mit seiner Schwimmflossen-artigen Gestalt sticht hervor, die Pergola über dem Essplatz ist trapezförmig und den gesamten Außenraums begrenzt bis zur Absturzsicherung eine organische Einrahmung.

Die Terrasse wird als erweiternder Außenraum für das Stadthaus beschrieben, im Fall des Falles, dass den *indoor man* doch einmal das Verlangen nach frischer Luft überkommen könnte. Im Vergleich zu den vorangegangenen Entwürfen wird hier auf stärkere und mehr Farben gesetzt. Vermitteln die Playboy Apartments eine gedämpfte und edle Atmosphäre, so wirkt die Terrasse eher grell und überladen. Auf der einen Seite wird dadurch die Lage im Freien hervorgehoben, die imaginäre Sonne lässt die Farben kräftiger erscheinen, auf der

⁴³ *Playboy's Patio-Terrace* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.93

anderen Seite erinnert die Terrasse durch die Farbgebung an einen Spielplatz, jedoch nicht für Erwachsene sondern für Kinder.



Abbildung 22: Playboy's Patio Terrace

Wie schon erwähnt weist die *Patio Terrace* einen Unterschied in der Art der Möblierung auf: War bis dato die Möblierung eher spärlich gehalten und die Räume vermitteln den Eindruck von Offenheit und Weite, so scheint die gezeigte Terrasse zugestellt und überladen. Generell kann man die Tendenz beobachten, dass die Möblierung, die Befüllung der Räume, vom ersten Beitrag *Playboy's Penthouse Apartment* von 1956 bis zu diesem Feature *Playboy's Patio-Terrace* kontinuierlich zunimmt.

Doch haben gewisse Details die Aufmerksamkeit des Betrachters verdient: Die unterschiedlichen Ebenen, mit denen die Terrasse in Bereiche eingeteilt wird, sind sehr klug gewählt, für jeden Geschmack ist etwas dabei. Sucht ein Gast einen Ort zum Bräunen, so findet er diesen auf dem Sonnendeck, sucht er einen ruhigen Platz zum Lesen, bieten sich die Sitzplätze unter den Bäumen an, bekommt ein Gast Hunger, findet er in der *Outdoor-Küche* alles was die Kochzeile im Inneren eines Hauses auch bietet. Besonders interessant sind die Begrenzungen am Rand der Terrasse, die in den Liegebereich unter den Bäumen hineinfließen und deren Höhe so gewählt ist, dass sie eine Sitzbank ergeben.

Die abgrenzende Wand der umlaufenden, gemauerten Bank in organischer Form dient als Pflanztrog für tropische Gewächse.

Diese Doppelfunktion ist sehr gut durchdacht und ähnliche Pflanztrog/Sitzbank-Kombinationen sind heutzutage im Bereich Außenraumgestaltung hoch aktuell und gefragt.

3.5.1.e.The Electronic Entertainment Wall (1964)

Der letzte Beitrag dieser Art, mit detaillierten Zeichnungen höchster künstlerischer Qualität, der extra für das Playboy Magazin entworfen wurde, erschien im Oktober 1964. Nach dieser Ausgabe wurden vor allem bereits bestehende Häuser und Inneneinrichtungen gezeigt und als sogenannte *Playboy Pads* bezeichnet. Diese wurden zu Playboy-Architektur umfunktioniert und nach zum-Magazin-passenden Kriterien ausgewählt.

Das flexible Möbelstück als Raumteiler steht in diesem Feature im Mittelpunkt. In Grundriss und ausgezeichnet ausgearbeiteter Axonometrie wird die Entertainment Wall dargestellt und zieht die Blicke auf sich. Für das Design war Art Miner zuständig, für die grafische Darstellung wieder Humen Tan.

Das Möbelstück ist überdimensionales Spielzeug und raumbildendes Element zugleich. Hier steht die Technik im Mittelpunkt. Das Sofa und die Sessel sind so ausgerichtet, dass sich der Blick direkt auf die Entertainment Wall richtet und nicht etwa durch die großflächigen Fenster nach draußen. Im Grundriss wird die flexible Handhabung der Wand ersichtlich: Der eine Teil steht fix an der Mauer, der andere Teil kann nach Belieben geschwenkt werden. So können unterschiedliche Räume im Raum gebildet werden. Entweder man schwenkt den hinteren Teil um 90° und schließt den Entertainment Bereich vom Essbereich ab um ungestört fernzusehen und zugleich den Raum zu verdunkeln oder man lässt das Möbelstück in Verlängerung der Wand und kann so vom Essplatz aus Musik in bester Qualität genießen oder das Baseballspiel im TV verfolgen.

„Built in two units, the wall has as its smaller segment a mobile hinged section capable of being moved by remote control, from a position flush with the main wall unit to (...) a 90-degree angle to the wall (...)“⁴⁴

⁴⁴ *Playboy's Electronic Entertainment Wall* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1964, S. 113

Neben allen möglichen elektronischen Unterhaltungsgeräten, die man im *electronic age*, wie es im Artikel heißt, haben musste, bietet das flexible Möbelstück auch viel Stauraum für Filme, Platten und Bücher sowie eine Bar und bedient somit nicht nur *ein* Bedürfnis des Bachelors.

Der Wert eines solchen Spielzeugs wurde 1964 auf 27.000 Dollar geschätzt und wurde als Unterhaltungsgerät für die Gäste des *Playboy Clubs* in der *Playmate Bar* tatsächlich verwirklicht.



Abbildung 23: The Electronic Entertainment Wall

3.5.1.f. The Playboy Bed (1959/65)

Als „Lebensraum“ von Hugh Hefner, das fast alles Lebensnotwendige in einem Objekt bündelte, wurde kein anderes Möbel öfter gepriesen als das runde Bett. Obwohl das Wort „Möbel“ fast wie eine Beleidigung klingt, sieht man sich dieses Bett genauer an.

Das ausgefeilteste seiner Art wurde nach Hefners Anweisungen konstruiert, nachdem es zuvor in vereinfachter Form bereits in Features im Playboy erschienen war.

*„Originally conceived as an artist’s drawing in The Playboy Town House (May 1962), this bed was created especially for installation in the Playboy Mansion, where it now rests (...) At the touch of a finger it can be gently rotated a full 360 degrees in either direction to suit the occupant’s whim.“*⁴⁵

Das runde Exemplar, das heute weltbekannt ist, erschien 1965 als real gebautes Beispiel eines Traumbettes für den Bachelor mit einer detaillierten Beschreibung. Das erste Mal erhielt es aber bereits im November 1959 ein dreiseitiges Feature, damals noch als reiner Entwurf. Designed vom bereits bekannten Team James E. Tucker und Humen Tan, zeigt es sich hier noch in geläufiger, rechteckiger Form und Größe (1,80 x 2,10 m). Die Ausstattung mit allerlei außergewöhnlicher *gadgets* steht aber schon damals im Zentrum und bildet die Basis für den später realisierten Entwurf: Neben der Steuerung der Beleuchtung, Belüftung und Hi-Fi Anlage trumpft das Kopfteil mit Spezialeinbauten wie Minibar, ausklappbaren Armlehnen und Lautsprechern auf. Diese Zeichnungen sollen dem Playboy-Leser als Inspiration und Plan dienen, um es für das eigene Heim nachbauen zu lassen und es wird betont, dass dieses Bett nicht nur zum Schlafen da ist.

*„Any reliable cabinetmaker will be able to construct the Playboy bed for you. He can do so simply by using the illustration and the dimensions given here. Once your bed is assembled and rewardingly placed in your bachelor bedroom it will shame all other beds, those naively constructed for sleep only.“*⁴⁶

Das runde Bett, das 1965 im Heft erschien, wird zu Hefners lebenslanger Begleiterin, die einzige, die immer im Schlafzimmer bleiben darf. Kein Wunder also, dass das bekannteste Foto von Hugh Hefner jenes ist, auf dem er mit hunderten Unterlagen auf seinem Bett sitzt. Natürlich hat es, wie die vorhergehenden großen Architekturentwürfe, z.B. das *Penthouse Apartment* oder das *Townhouse*, großzügige Maße und besondere Kniffe: mit einem

⁴⁵ *The Playboy Bed* in Playboy Magazin, Ausgabe April 1965, S.183

⁴⁶ *The Playboy Bed* in Playboy Magazin, Ausgabe November 1959, S.104

Durchmesser von 2,6m bietet es Platz für mehr als nur einen müden Gast und ein hydraulischer Motor dreht das Ganze um 360°. Ein fester Rahmen bzw. Sockel beherbergt den Drehmechanismus und schafft Platz für unzählige elektronische Anschlüsse.

Das lederne Kopfteil ist das „Hirn“ des Bettes bzw. des ganzen Hauses, von hier kann alles gesteuert werden: Radio, TV, Beamer, Kameras, Telefon, Beleuchtung, Vorhänge. Wird die Rotation eingeschaltet, dreht sich die Steuerzentrale im ledernen Kopfteil mit, die Holzkonsole, welche technische Geräte wie Lautsprecher und eine Bar beinhaltet, ist fixiert.

„Das Playboy-Bett ist wie eine gesonderte Architektur behandelt worden, die unterschiedliche Kommunikations- Bequemlichkeitsfunktionen in sich aufzunehmen vermag. Obwohl seine Funktionsweise recht einfach war, zeichnete sich in der Montage von Matratze, Lattenrost und Telekommunikationszentrum zu einer einzigen Megastruktur schon der Lebensraum des pharmakopornografischen Arbeiters ab.“⁴⁷

Das Bett wird so berühmt, dass es 1965 sogar einen eigenen Bericht im Playboy erhält.

In diesem wird auch der Vorteil des eingebauten Motors erklärt, durch den sich je nach Belieben verschiedene Ambiente und Räume im Raum kreieren lassen. Dreht man das Bett zur Wand, hat man Blick auf zwei Fernsehgeräte mit Hi-Fi und Videoanlage. Dreht man es weiter in Richtung Norden wird es Teil einer Sitzgruppe für Gäste, bestehend aus Knoll-Sofa und Kaffeetisch.

Im Westen befindet sich die fixe Holzkonsole, in der Stauraum und Bar integriert sind. Und auf der letzten Station der Rundreise wird der Blick frei auf einen großen Kamin aus Marmor. Dieses eine Möbel verband für Hugh Hefner Arbeit, Freizeit, Erholung und Unterhaltung. Es hob die Grenzen zwischen öffentlichem Berufsleben und privatem Freizeitleben auf; vor allem in den 60ern aber auch heute noch lebt(e) Hefner auf seinem Bett, empfangt hier sogar die meisten seiner Gäste und Mitarbeiter und führte Interviews vom Bett aus.

Durch diese Tatsache wird der eigentlich privateste Raum eines Hauses, das normalerweise nicht von Gästen betreten wird, zu einer öffentlichen Bühne. Das Bett ist nicht mehr nur zum Schlafen da, sondern ein Ort, an dem man sich einen ganzen Tag lang aufhält.

⁴⁷ Vgl. (Preciado, 2012)

Playboy-Architektur kennt keine Intimität, jeder Raum ist offen für jeden und eine Bühne für den Bachelor. Das Bett bildet dabei das Zentrum.

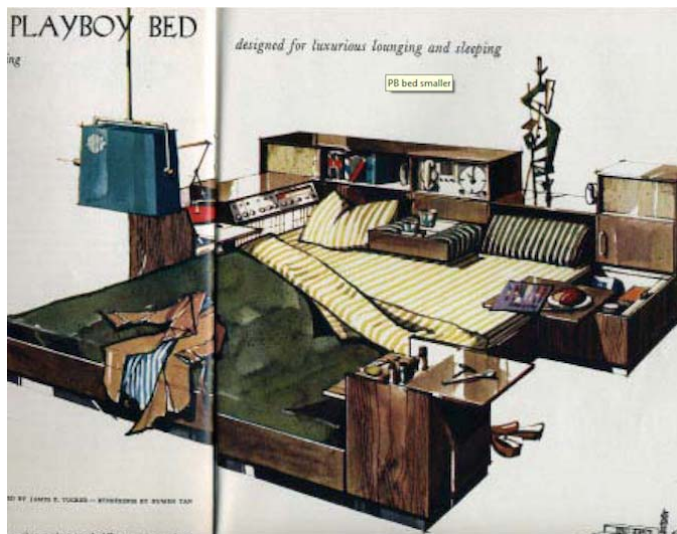


Abbildung 24: Playboy-Bett aus dem Jahre 1959



Abbildung 25: Die überarbeitete Version 1965

3.5.2. Bestehende Architektur wird zu Playboy-Architektur

Eine „zweite Form“ von Playboy-Architektur taucht ab 1959 im Magazin auf: Im Gegensatz zu den nicht realen Entwürfen, die extra von Designern und Architekten für das Heft geplant wurden, und den *Playboy Clubs*, die nach dem Vorbild der Entwürfe und Hugh Hefners *Mansion* konzipiert wurden, erschien erstmals in der Maiausgabe 1959 ein bereits bestehendes Haus, das als „Bachelor Traumhaus“ präsentiert wurde. Neben selbstentwickelten Behausungen für den Playboy erschienen in den folgenden Jahren also auch gezielt ausgewählte Gebäude, die zum *Style* des Heftes passten.

Das Erste war der Sommersitz in *Miami* von Hugh Hefners gutem Freund Harold Cheskin, der selbst den Playboy-Lifestyle lebte: ungebunden, mit einem Sinn für modernes Design und mit dem nötigen Kleingeld ausgestattet, so wie er auch im Heft dargestellt wird.

Er ist der Hauptakteur des Artikels, ein gutaussehender *Selfmade*-Millionär und leidenschaftlicher Playboy-Leser, der sich den Traum eines Wochenendhauses auf einer Insel vor *Miami Beach* verwirklicht hat und seine Freunde zu einer Party einlädt.

Diese und alle weiteren Fotostrecken dieser Art sind nach demselben Prinzip aufgebaut wie die Sendung „Playboy’s Penthouse“; der Leser nimmt die Position eines Partygastes ein, ein Beobachter, der das rege Treiben in der Traumvilla hautnah miterlebt.



Abbildung 26: Airy Aerie von Fred Lyman

Die Fotos wirken wie Momentaufnahmen, nicht „gestellt“, und vermitteln das Gefühl, als wäre man mittendrin in der Playboy-Welt. Daher der treffende Titel des Artikels „Playboy’s House Party“, der sogar das Cover des Heftes schmückt.

Die Architektur ist Bühne für die Gäste bzw. Models und gleichzeitig selbst Model. Die Architektur macht diese Party erst möglich, das Haus als *Grund* für die Party, wie der Titel sagt. Mit dieser Art von Fotostrecke wird eine Veränderung der Einstellung zum Wohnen herbeigeführt, die Playboy durch all seine Medien bekräftigt. Privates wird öffentlich, nichts ist zu intim, um es nicht im Heft zu zeigen. Der Leser erhält Einblicke in private Häuser, vom Wohnzimmer übers Bad bis zum Schlafzimmer.

„Most urban fellows dream of owning their own handsome haven, like ‘Playboy’s Weekend Hideaway’ featured in last month’s issue; bachelor Harold Chaskin actually built such a dream house and this picture story of a housewarming party gives some indication of the fun that is to be had in such surroundings.”⁴⁸

Das Haus bietet alle Vorzüge, die ein *Playboy Weekend Hideaway* haben muss und man findet die beschriebenen Merkmale des Artikels in der vorangegangenen Aprilausgabe wieder: ein luxuriöses Haus, entworfen mit den Bauten der Moderne vor Augen, mit Wänden aus Glas und klaren Linien. Herzstück des Hauses ist der *indoor pool*, dessen Dach auf Knopfdruck entfernt werden kann und so das Sonnen- oder Mondlicht in den Raum lässt.

An diesen halboffenen Raum grenzt das geräumige Wohnzimmer, das durch großflächige, vollverglaste Schiebetüren den Blick auf den Pool frei gibt; durch das Öffnen dieser werden die zwei Räume zu einem großen „Spielplatz“, wie es im Artikel heißt.

Sogar der unterirdische Raum mit Fenstern in den Pool ist vorhanden, der im *Weekend Hideaway* erwähnt wird und später im *Town House* wieder auftaucht. Getoppt wird das Ganze durch eine in den Pool eingebaute Fontäne, die mit musikalischer Untermalung und einer Lichtshow die Augen der Gäste zum Leuchten bringt.

Dieses Feature war das Erste einer Vielzahl von ausgewählten, privaten Gebäuden, die sozusagen zur „Playboy-Architektur“ ernannt wurden. In den Jahren bis 1969 folgten, neben anderen Artikeln zum Thema Architektur und Design, sieben weitere große Beiträge über neuzeitliche, außergewöhnliche Wohnhäuser.

„The somewhat generic rectangular midcentury modernism of the playboy designed pads gave way to more extreme concepts as the magazine started to appropriate already existing houses as ‘Playboy Pads’.”⁴⁹

- Im Mai 1964 wurde das „Airy Aerie“ des Architekten Fred Lyman publiziert, ein luftiger Holzskelettbau an der Küste von *Malibu Beach*. Die Konstruktionselemente bleiben außen und innen sichtbar. Eine skulpturale Außentreppe führt zum Schlafbereich direkt unter dem Dach, dessen Wände aus zeltartigen Vorhängen bestehen. Das Wochenendhaus

⁴⁸ *Playboy’s House Party* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1959, S.50

⁴⁹ Vgl. (Colomina, *Playboy Architecture 1953-79*. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.4

vermittelt durch seine Bauweise aus Holzstützen mit deckenhohen Verglasungen die Leichtigkeit, die das Playboy-Magazin vermitteln will.⁵⁰

- Ein Jahr später wird ein Apartment im *Manhattan Tower* zum Objekt der Begierde gemacht. Das geräumige Zwei-Zimmer-Apartment sieht aus wie die kleine Schwester des *Penthouse Apartment* aus dem Magazin. Klare Linien, unterschiedliche Materialien und vollflächige Wandschränke aus Holz neben *floor-to-ceiling* Verglasungen, die den Blick über *Manhattans Skyline* frei geben.

*„(...) free-lance photographer Pete Turner combines an office and a home into a top-floor bachelor pad apartment ideally suited to his jet-propelled life as one of the busiest camera artists on the international scene.“*⁵¹

- Im Oktober desselben Jahres folgte das Feature „Duplex Digs – A baronial bilevel for a busy bachelor“, in dem ein zweistöckiges Apartment in Arizona im Mittelpunkt steht. Der Architekt Miles Stahm von Stanley M. Stein Architects verwirklichte hier den Wunsch des Bauherrn, einfache Instandhaltung und moderne Eleganz zu verbinden.

Auf 84m² finden ein offener Wohn-/Essbereich mit integrierter Küche, ein großes Schlafzimmer inklusive Nebenräume und ein Büro Platz. Avantgardistische Möbel aus der Playboy-Inventarliste wie der *Tulip Chair* dürfen nicht fehlen, daneben trumpft der Wohnbereich mit einer tiefer gelegten, in den Fußboden integrierten Sitzgruppe um einen frei stehenden Kamin in futuristischer Form auf.⁵²

- Im April 1966 erschien der Artikel „Palm Spring Oasis“ im Playboy-Magazin. Das als *Playboy Pad* titulierte Wohnhaus präsentiert sich als zur Straße hin abgeschlossener, klar strukturierter Bungalow. Auf dem Foto der Titelseite fügt sich das Haus perfekt in die Kulisse der kalifornischen Berge ein. Im Zentrum des hofseitigen Gartens befindet sich eine Lounge mit Pool, die durch das Öffnen der Schiebetüren mit dem Wohnraum

⁵⁰ *Airy Aerie* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1964, S.71

⁵¹ *Manhattan Tower* in Playboy Magazin, Ausgabe August 1965, S. 80

⁵² *Duplex Digs* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1965, S. 97

verbunden werden kann. Es gibt nur wenige Räume, die einzelnen Bereiche werden durch Einbauten wie Schränke oder japanische Falttüren abgegrenzt.

„A californian bachelor creates his own eminent domain with wall-to-wall wide open spaces.“⁵³



Abbildung 27: Palm Spring Oasis

- Im Jahr darauf folgt „Exotica in Exurbia“, eine Fotostrecke über ein *Weekend Hideaway* in Illinois. Der Bauherr, ein leidenschaftlicher Autosammler, ist neben dem Architekten Dennis Stevens für den Entwurf des Hauses am *Fox River* mitverantwortlich. Die konischen Dächer, die massiven Außenwände aus Natursteinen und die abgeschiedene Landschaft um das Gebäude erinnern an *Safari Lodges* in der afrikanischen Savanne. Wie in allen Artikeln dieser Art wird auch hier der volle Name des Hausherrn veröffentlicht und Details über sein Privatleben preisgegeben. Was heute fast undenkbar ist und von den meisten Hausbesitzern vermieden werden möchte, zeigt den Stolz der (selbst)ernannten Bachelors mit dem sie ihre Häuser, ihr Eigentum und ihren Erfolg im Heft präsentieren. Als *Bachelor* im Playboy bezeichnet zu werden war eine Ehre.

⁵³ *The Playboy Bed* in Playboy Magazin, Ausgabe April 1965, S.122

- Ein sehr außergewöhnliches Wochenendhaus wurde im Oktober 1968 unter dem treffenden Titel „Highlife in the Round“ präsentiert: Ein Turm mit exakt rundem Grundriss erhebt sich neben der Skipiste in Sun Valley, Idaho, und dient als Winter- und Sommerresidenz für den Bachelor John Koppes. Das Gebäude mit seiner steinernen Fassade ähnelt einem umgebauten, mittelalterlichen Wehrturm, in den 26 Fensterschlitze eingeschnitten wurden. Der Hauptteil des Lichtes kommt durch die Glaskuppel am Dach in das Innere des Ferienhauses. Im vierten Stock befindet sich das Wohnzimmer, von dem aus man den umlaufenden, weiß gestrichenen Balkon betritt. Durch den runden Grundriss sind die meisten Möbel individuell gefertigt und passen sich so der Krümmung der Wände an.

„Seen from the inside, it’s a masculine, five-level hideaway that houses a surprise at every turn of its spiral staircase.“⁵⁴

- Das letzte Feature in den 60ern war „New Haven Haven“, ein Artikel über das Wohnhaus des Architekten Charles Moore, der zu jener Zeit Professor an der *Yale University* war. Sein experimentelles und sehr spezielles „far out funhouse“⁵⁵ entstand durch den Umbau eines bestehenden Einfamilienhauses aus dem 19. Jahrhundert. Er ließ das Gebäude komplett entkernen und drei zweistöckige Türme einbauen, um den Raum neu zu ordnen. Die Türme wurden aus Sperrholz errichtet, jeder erhielt individuelle Anstriche und Ausschnitte, die Blicke in andere Räume zulassen. Dieses Erlauben bzw. Ermöglichen zu beobachten ist stets ein wichtiger Punkt in der Playboy-Architektur. Wie Beatriz Preciado schreibt, strebt sowohl der Bachelor als auch der Architekt nach Kontrolle über den Raum.

„A house should be a personal environment filled with things that visually turn you on to life.“⁵⁶

⁵⁴ *Highlife in the Round* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1968

⁵⁵ Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.8

⁵⁶ *New Haven Haven* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1969, S.186

Alle typischen Merkmale eines unverheirateten Playboys und seiner Residenz sind vorhanden: offene Grundrisse, moderne Kunst und Möbel, technologische Neuheiten. Eine Architektur des Vergnügens.

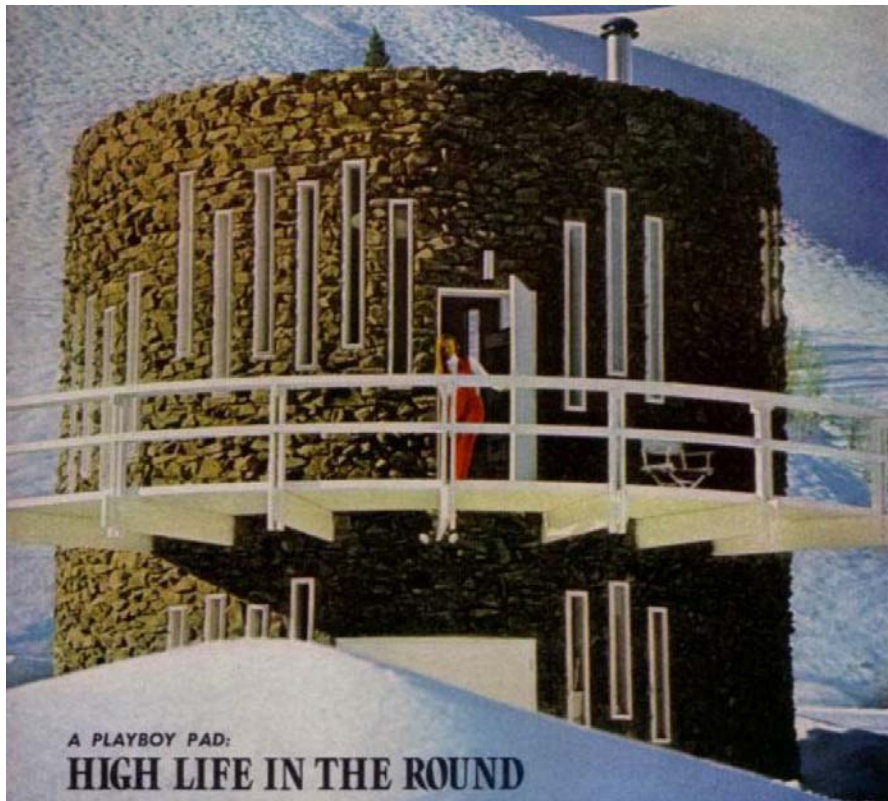


Abbildung 28: Wochenendturm des Bachelors John Koppes



Abbildung 29: New Haven Haven von Charles Moore

Ein interessanter Fakt ist, dass Charles Moores Haus als Prototyp eines maskulinen *Playboy-Pads* dargestellt wird und in dem Artikel „New Haven Haven“, sowie generell im Heft, stets von der Verführung der Frau gesprochen wird, Charles Moore aber homosexuell war. Vielleicht ist auch dies ein Grund, dass er als Besitzer nicht wie üblich auf den Fotos zu sehen ist.

Besonders wichtig erscheint der Artikel im Playboy über „New Haven Haven“, wenn man weiß, dass es dieses Haus in dieser Form nicht mehr gibt: In den 70ern wurde es verkauft und Moores Einbauten entfernt. Heute erscheint es wieder im Originalzustand.

3.5.3. Playboy Penthouses erobern neue Medien

Der Fernseher erobert die Wohnzimmer der amerikanischen Häuser und ersetzt den Kamin als Mittelpunkt und Versammlungsort. Technologischer Entwicklung sehr aufgeschlossen, war es nur eine Frage der Zeit, bis sich der Playboy-Lifestyle vom Papier auf das Medium der bewegten Bilder ausbreitete.

Ab 1959 lief eine TV-Show unter dem Namen „Playboy’s Penthouse“ mit und über Hugh Hefner, die den Lebensstil über die Printmedien hinaus populärer machen sollte. Die Show war so gestaltet, als würde man als Gast an einer Party in Hughs Apartment teilnehmen, tatsächlich wurde aber im Studio in Chicago gedreht.

Modell für die Kulisse standen die Architektur-Beiträge im Heft und die Playboy-Villa, deren Umbau kurz zuvor fertiggestellt worden war.

Das Intro ist in der Ich-Perspektive gedreht, man durchläuft die Fahrt und den Gang zum Penthouse im obersten Stock eines Hochhauses. Die Lifttür öffnet sich und man steht direkt im offenen Apartment, Hugh Hefner begrüßt einen und stellt die galanten Gäste in Abendgarderobe vor.⁵⁷

Das Apartment bzw. Studio entsprach dem Stil der Playboy-Architektur aus dem Heft und ähnelt dem „Penthouse Apartment“ sehr; im Hintergrund des Pianos, an dem die Gäste aus der Musikbranche ihre Einlagen zum Besten geben, zieht sich eine raumhohe Glasfront mit vorgelagertem Balkon über die gesamte Länge des Raums, dahinter sind die Silhouetten einer Großstadt zu sehen.

⁵⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=gxh02n0NNJg>



Abbildung 30: Nat King Cole zu Gast in „Playboy After Dark“, Hefner sitzt auf Arne Jacobsens „Swan Chair“

Auf der Sitzbank, die in die Wand aus grob behauenen Steinfließen integriert ist, sitzen neben dem offenen Kamin die *Playmates* und unterhalten sich. Die Niveauunterschiede schaffen diverse Zonen im offen gehaltenen Penthouse, Sessel von Arne Jacobsen und Eero Saarinen stehen für die Gäste bereit.

So etwas wie „Playboy’s Penthouse“ hatte man bis dahin noch nicht im amerikanischen Fernsehen gesehen. Man blickte vom eigenen Wohnzimmer in das Wohnzimmer von Hugh Hefner, nur durch eine Scheibe getrennt. Dies war die erste *Reality-Show* überhaupt und diente als Vorbild für viele folgende Sendungen auf der ganzen Welt.

Den Höhepunkt erreichte diese Art von „Innenraum-Reality-Show“, bei der eine gewisse Anzahl von Menschen oder Prominenten in einem simulierten, häuslichen Innenraum gefilmt wird, mit der Sendung „Big Brother“. Auch das Playboy Imperium zog nach: 2005-2010 lief „The Girls next Door“, eine sehr erfolgreiche Sendung über das Leben in der zweiten Playboy-Mansion in Los Angeles. Die wöchentliche Sendung „Playboy’s Penthouse“ lief über zwei Staffeln bis 1960 und förderte das Image des Magazins als eine Quelle des

„sophisticated way of life“. Kurz nach dem Dreh für die erste Staffel eröffnete der Playboy Club in Chicago.

1969, als das Playboy Magazin die 5,5 Millionen Leser-Marke knackte, wurde die Show neu aufgelegt. Für „Playboy After Dark“ entstand ein exklusives Set, ein noch großzügigeres *Bachelor Pad* mit tiefer gelegtem Wohnzimmer und einer geschwungenen Bar. Gesamtkosten: 35.000 Dollar.

3.5.4. Ein wahrgewordener Traum: Die Playboy Clubs

Wo er seine Zeit verbrachte, war ein ebenso wichtiger Punkt im Leben des Playboys wie die Inhalte, mit denen er sie füllte. Die *Playboy Clubs* brachten die erträumte Playboy-Architektur in die Wirklichkeit. All jene, für die der kostspielige Traum vom eigenen *Penthouse Apartment* unleistbar war, konnten sich für 25 Dollar Mitgliedschaftsbeitrag auf Lebenszeit ein bisschen Playboy-Lifestyle für zwischendurch kaufen.

„Als exteriorisiertes Zitat der Villa fungierte der Playboy Club als Wohnungersatz, als postdomestischer Themenpark und als performatives Paradies. Dabei ist es der Raum selbst, der das Kunststück vollbringt, jeden Mann in einen Playboy zu verwandeln.“⁵⁸

Die *Playboy Clubs* wurden für manchen Fan zum zweiten zu Hause, ein zu Hause in moderner Optik, in dem man sich wie ein echter Playboy in seinem *Pad* fühlte. Hier kam man her, wenn die eigenen vier Wände zu eng wurden, um zu entspannen und sich zu unterhalten und unterhalten zu lassen. Nicht ohne Grund waren die Clubs wie „private“ Häuser konzipiert, die unterschiedlichen Bereiche hießen *living room* oder *library*, Gäste sollten sich wie zu Hause fühlen und viele Stunden bleiben.

„Although the most luxurious elements of the good life depicted in Playboy existed in the realm of fantasy, the opening of the first Playboy Club in 1960 solidified notions of affluence, youthful vitality, sexuality and pursuit of pleasure in an actual space, a place where one could live out the image of the well heeled man-about-town (...)“⁵⁹

⁵⁸ Vgl. (Preciado, 2012) S.122

⁵⁹ Vgl. (Fraterrigo, 2009) S.69

Zu der Idee, einen eigenen Club zu gründen, kam es durch den Verkaufsleiter des Playboy Magazins Victor Lowens, der durch den Erfolg des *Gaslight Clubs* inspiriert wurde. Der *Gaslight Club* in Chicago war ein privater Club, den man nur als Mitglied betreten durfte, von denen jeder einen eigenen Schlüssel erhielt. Die männlichen, gutverdienenden Mitglieder, meist älteren Jahrgangs, wurden exklusiv ausgewählt und erfuhren in dem Club eine spezielle Unterhaltung: Eine Handvoll junger Damen in knappen Korsett-Kostümen war für die Versorgung mit ausreichend Getränken, die ganz im Prohibitions-Style in Keramikkrügen serviert wurden, zuständig und zur Unterhaltung der Gäste wurde auch die eine oder andere Tanzeinlage performt.

1960 brachte Playboy einen Artikel über den mittlerweile berühmt-berüchtigten Club, der 7 Jahre zuvor gegründet wurde.



Abbildung 31: Hugh Hefner bei der Arbeit

Die damalige Zentrale vom Playboy-Magazin war nur wenige Straßen entfernt, deswegen verbrachten Hugh Hefner und Victor Lowens so manchen Feierabend im *Gaslight Club*. Nachdem der Artikel erschienen war, gingen unzählige Leserbriefe in der Redaktion ein, in denen nach einer Mitgliedschaft gefragt wurde. Aufgrund des offensichtlichen Interesses der

Leser und der Chance, die Entwürfe aus dem Heft in die Wirklichkeit zu holen, konnte Victor Lowens Hugh Hefner überzeugen, ein eigenes Pendant zu gründen.

Wenn also ein Playboy in einem stilsicheren Apartment lebt, dann wird sein bevorzugter Nachtclub im selben Stil erscheinen. Der Club bot eine schicke Umgebung mit modernem Interieur namhafter Architekten und Designer, von Mies van der Rohe bis Charles Eames, sei es für Geschäftsessen oder ein Date mit der Liebsten. Der *Playboy Club* wurde nicht ausschließlich von alleinstehenden Bachelors besucht, sondern unter den Gästen waren auch regelmäßig Ehemänner mit ihren Frauen.

Für die Mitarbeiterinnen des *Playboy Club* musste ein eigenes Outfit her, das jedem Gast beim Betreten der Bar unweigerlich klarmachte, in welchem Club er sich befindet. Die Idee zum Kostüm kam sogar von einer Frau: Die Freundin des Verkaufsleiters Ilsa Taurins machte den Vorschlag, das Bunny-Logo als Inspiration zu nehmen.

Zu Beginn zeigte sich Hugh Hefner wenig begeistert von dem Einfall bis Ilsa, so heißt es in der Legende, persönlich im Satinkostüm mit Hasenpuschel und –ohren in die Redaktion kam und ihn überzeugte. So entstand Amerikas allererste Uniform, die als Marke geschützt ist.

Gleiches wie für die Kostüme galt auch für die architektonische Aufmachung des Clubs: Beim ersten Schritt in den Club sollte jeder sofort die Verbindung zum Playboy-Magazin verinnerlichen und sich fühlen, als befände er sich in einem *Playboy Apartment*, aus den Features des Magazins in die Wirklichkeit geholt. Von der Zeichnung, die die Fantasie anregt, zum betretbaren Raum, dem betretbarem Lebensgefühl des Magazins. Ein wahrer Spielplatz für den urbanen "Indoor Man".

„When Hugh Hefner opened the first Playboy Club in 1960, he was selling men the chance to walk into the pages of his magazine: the swinging-bachelor-pad decor, the carefully garnished cocktails, and, above all, the cantilevered, cotton tailed Bunnies.“⁶⁰

Der Standort des ersten *Playboy Club* wurde sorgfältig ausgewählt, am 29. Februar 1960 eröffnete er in Chicagos *Walten Street*. Die Investition von 100.000 Dollar für den Kauf des Gebäudes war Hugh Hefner zu groß, so wurde es für einen niedrigen Preis gemietet und dieser durch einen Prozentanteil am Gewinn ergänzt.

⁶⁰ Bruce Handy: *A Bunny Thing Happened: An Oral History of the Playboy Clubs*, Vanity Fair, 22.4.2011 siehe <http://www.vanityfair.com/news/2011/05/playboy-clubs-201105>

Es stellte sich heraus, dass dieses Arrangement ein sehr lukratives Geschäft für den Eigentümer Arthur Wirtz wurde, der auch das Chicagoer Stadion besaß.

Bei der Gestaltung des Clubs gab natürlich die Playboy-Architektur aus dem Magazin den Ton an, daneben hatte Hugh Hefner nach eigenen Aussagen beim Entwurf auch *das Café Americain* aus seinem Lieblingsfilm *Casablanca* vor Augen. Für die Umsetzung war der Architekt Art Miner zuständig, der den, in den folgenden Jahren auf der ganzen Welt entstehenden Clubs ein einheitliches, jedoch jeweils individuelles Design verpasste.

Um den Eingang des Playboy Clubs in Chicago zu einem wahren *eyecatcher* zu machen, bediente sich der Architekt der wirkungsvollen Sprache der Kunst: Der gläserne Kubus aus unterschiedlich gefärbten Scheiben erschien wie ein dreidimensionales Piet Mondrian Gemälde. Eine ähnliche Fassadengestaltung findet sich auch beim *Case Study House No. 8*, welches das Wohnhaus von Charles und Ray Eames war. Der *Playboy Club* verteilte sich auf vier Stockwerke, jedes von ihnen war wie ein einzelnes Zimmer konzipiert, offen und geräumig, wie ein Teil des *Bachelor Townhouses*; es gab ein Spielzimmer, eine Bibliothek, ein Wohnzimmer, die Einrichtung wurde beherrscht von modernen Möbeln, Teakholzpaneelen an den Wänden und herbstlichen Farben, die dem Gesamten eine mystische, exklusive Atmosphäre gaben. Gäste waren vom Playboy-Magazin umgeben: An den Wänden hingen *Backlights* mit den Bildern der *Playmates* und es gab eine eigene *Cartoon Corner* mit den besten Cartoons aus allen Ausgaben. Außen wurde der Zugang zu dem Backsteingebäude durch einen bunten, überdachten Vorbau aus Glasquadraten im Piet-Mondrian-Stil akzentuiert. Im ersten Stock war die *Playmate Bar* untergebracht, hier servierten die Bunnies, unter denen sich auch einige *Playmates* aus dem Magazin befanden, Martinis an die dünnbeinigen Tische aus Walnussholz. Selbstverständlich war der Einbau der neuesten technischen Ausstattung: Eine maßgefertigte Musikanlage mit mehr als 1000 Platten sorgte für die nötige musikalische Untermalung, meist war es Jazz, der aus den Lautsprechern erklang. Die Treppe in den zweiten Stock hinauf nehmend, betrat man „The Living Room“, das Wohnzimmer. Der Boden war mit Hasenlogo-Teppich, der speziell für den Club designed wurde, ausgelegt und die Möblierung bestand aus niedrigen Ohrensesseln und Kaffeetischen. Hier konnten Gäste in der *Pianobar* den Klängen berühmter Musiker lauschen oder vor dem Kamin entspannen, ganz wie im Playboy-Wohnzimmer zu Hause.



Abbildung 32: Eingang des Playboy Club in Chicago



Abbildung 33: Case Study House No.8 von Charles und Ray Eames

Im dritten Geschoß, in der „Library“, fanden ab Mitternacht „After Hour Shows“ in einem „maskulinen“, extravaganter Ambiente statt.

Das Interieur sollte Intimität suggerieren, wie man sie aus Kabaretts kannte; Gäste saßen auf Sitzkissen auf dem Boden und verfolgten die Shows. Später wurde im obersten Stock das „Penthouse“ ergänzt, eine Bar mit Tanzfläche und Aussicht über die Stadt.

„In much the same way that Walt Disney conceived of Disneyland as an extension of his films, Hefner designed the Playboy Clubs to embody the lifestyle portrayed in his magazine.“⁶¹

Der Club war vom ersten Tag an ein großer Erfolg. Im ersten Monat kamen bereits 16.800 Gäste, in den letzten drei Monaten des Jahres 1961 zählte der Nachtclub 132.000 Mitglieder und wurde zum meistfrequentierten der Welt. Es folgten Niederlassungen in Miami und New Orleans bis sich ein Netz aus 33 Playboy Clubs über den gesamten Erdball zog. Das Besondere an den *Playboy Clubs* war die Atmosphäre, die sie schufen: Exklusivität, klares und für die damalige Zeit neuartiges Design mit Wohnzimmer-Charakter und ein wenig Verruchtheit. Das Ganze zu moderaten Preisen, sowohl für die Mitgliedschaft (ab 25 Dollar) als auch für die Getränke und Speisen. Die Traumwelt, die Playboy in den Jahren zuvor in den Heften aufgebaut hatte, wurde ab 1960 materialisiert, Leser und Anhänger konnten die imaginäre Architektur, in die sich viele von ihnen hineingedacht hatten, nun wahrhaftig betreten.

„The club was built as a „public“ reproduction of the interior of Hefner’s Playboy House, the design following the distribution of the space on its first and second floors“⁶²

Eine besondere Erwähnung gebührt der Niederlassung in London: Nicht nur wegen seiner finanziell wichtigen Rolle als größtes Casino Europas Mitte der 70er Jahre, sondern auch wegen dem Gebäude, in dem sich der *Playboy Club* befand.

⁶¹ Bruce Handy: *A Bunny Thing Happened: An Oral History of the Playboy Clubs*, Vanity Fair, 22.4.2011 siehe <http://www.vanityfair.com/news/2011/05/playboy-clubs-201105>

⁶² Vgl. (Colomina, *Cold War Hothouses - Inventing Postwar Culture from Cockpit to Playboy*, 2003), S.252

Der 10-stöckige Bau am *Hyde Park*, in direkter Nachbarschaft zum *Buckingham Palace*, wurde von einer Gruppe bekannter Größen der Moderne entworfen: Walter Gropius, Milton Keynes, Richard Llewelyn-Davies und Jeffrey Weeks. Auch wenn bei der Gestaltung mehrere Architekten mitzureden hatten, sicher ist, dass die Fassade aus unebenem, vorgefabriziertem Beton aus der Feder von Walter Gropius stammt.

Der Verkaufsleiter des Magazins, Victor Lowens, wählte das Gebäude für den ersten europäischen *Playboy Club* aus, es passte mit seiner modernistischen Ästhetik und prominenten Lage perfekt in das Konzept der Marke. Das Innere folgte dem gleichen Aufbau und Design wie die amerikanischen Pendants, ein Extra in London war das extrem erfolgreiche Casino im Club; dank der 1960 gelockerten Glücksspiel-Gesetze in England lief nicht nur das Rad am Roulettetisch rund, sondern auch das Geschäft. Als die Spiel-Lizenz jedoch nicht mehr erneuert wurde, musste der Club 1981 schließen; 2011 öffnete wenige Straßen vom originalen Standort entfernt ein neuer *Playboy Club*, der auf die alten Werte der *swinging sixties* setzt und an die alten Erfolge anknüpfen will. Auf der Homepage des Clubs ist zu lesen:

*„Members are brought together by two key values: An appreciation for the finer things in life and a passionate desire to have their expectations exceeded. Playboy Club London was re-launched in June 2011, capturing the original spirit and glamour of the much-vaunted club of the 1960s. The embodiment of sophistication, elegance and luxury, with stylish surroundings and exceptional service – and membership is reserved for people like you: witty, smart and modern.“*⁶³

Der Chicagoer Club genoss eine höchst erfolgreiche Lebenszeit in den 60ern und 70ern, schloss jedoch im Jahre 1986 seine Pforten, er konnte sein Image nicht halten. Nach den Massen an Besuchern schwand die Exklusivität und mit der Zeit rutschte das Etablissement ins „Billige“ ab. Wie das Magazin selbst, verlor auch die Kette der Clubs an Klasse, mehr und mehr wurde Nacktheit und, mit dieser einhergehend, Geschmacklosigkeit mit der Marke *Playboy* verbunden. 1991 war es auch mit dem letzten internationalen *Playboy Club* in Manila vorbei. Ab 2006 eröffneten neue, überarbeitete Versionen in

⁶³ <http://playboyclublondon.com/membership/>

Las Vegas, Macao und Cancun, der Glamour und die Atmosphäre der originalen *Playboy Clubs* konnte jedoch nicht mehr erreicht werden und so schlossen sie wenige Jahre später wieder. Der letzte Überlebende ist der Club in London.

3.6. Playboy Architekten

Neben Einrichtungstipps für die eigenen vier Wände gab es in den Heften laufend Beiträge von namhaften Architekten und ihren Entwürfen. Hugh Hefner, selbst kreativer Kopf und „Hobbyarchitekt“, der bei seinen eigenen Behausungen und den fiktiven Entwürfen im Heft stets mitredete, räumte Architektur viel Platz ein in seinem Heft. Geht vom Bauen und Erschaffen von etwas so Fundamentalem wie dem eigenen, umbauten Lebensraum schon seit jeher eine große Faszination aus. Und die Erschaffer dieser Räume, die Architekten, werden im Heft zu bewunderten Stars. War doch gerade die Nachkriegszeit eine sehr fruchtbare Phase für neue Strömungen in Architektur und Design. Die ersten Stars der Szene wurden geboren und lebten teilweise selbst den Playboy-Lifestyle, wie Frank Lloyd Wright. Laut dem Magazin scheint der Beruf des Architekten ausgezeichnet zu diesem Lebensstil zu passen, ihm haftet ein freigeistiges, künstlerisches und erfolgreiches Image an. Sieht man sich den Beitrag zum „*Penthouse Apartment*“ von 1956 genauer an, erkennt man auf dem Schreibtisch im Arbeitszimmer die Werkzeuge eines Architekten: Pläne, Stifte, Zirkel, Lineal weisen darauf hin, dass hier ein Architekt zu Hause ist. Durch die Architektur-Beiträge im Magazin wurden nicht nur Playboy-Leser zu Fans von Architektur sondern auch Architekten zu Fans von Playboy.

Der britische Architekturhistoriker Reyner Banham schrieb 1960 in einem Artikel im *Architects Journal* „*I'd crawl a Mile for...Playboy*“⁶⁴ und lobte das Magazin dafür, dass es die kulturelle Verlagerung zeige, hin zur Korrespondenz zwischen innerem Befinden und äußerer Erscheinung. Die im Playboy beschriebenen Apartments würden den urbanen, modernen Charakter der Bewohner zeigen.

*„The circle drawn between subjects and their urban representation was finally being closed.“*⁶⁵

⁶⁴ Reyner Banham: *I'd Crawl a Mile for ... Playboy*, in: *Architect's Journal*, April 1960, S.527-529

⁶⁵ Vgl. (Colomina, *Playboy Architecture 1953-79*. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.16

Erstmals wurden Architekten auch außerhalb der Szene bekannt, nicht nur über ihre Bauten sondern auch über sie selbst als Person wurde berichtet. Man bekam endlich ein Gesicht zu den Gebäuden. In den ersten zwei Jahrzehnten des Bestehens von Playboy gab es laufend Features über verschiedene Architekten, die ins Konzept des Heftes passten, also innovative und freie Geister wie Ludwig Mies van der Rohe, Richard Buckminster Fuller, etc.; stets bemüht, einen Blick in die Zukunft der Architektur zu werfen und aktuelle Trends zu pushen. Während Hefner auf dem Foto mit dem Architekturmodell des *Club Hotel Playboy* die typische Haltung der elitären Architekten kopiert, wollen damalige Architekten mehr und mehr das Playboy-Image. In den 60ern zeigt sich ein neues Verhältnis zwischen Architektur und Kommunikationsmedien, durch TV, Kino und Radio werden diese immer wichtiger beim Erreichen neuer „Kunden“.

„So wie auch einige der wichtigsten Architekten jener Zeit erkennt und nutzt Hugh Hefner diese Verwandlung der Architektur in ein Massenmedium. Während für Le Corbusier, Philip Johnson oder Buckminster Fuller die Kommunikationsmedien (...) als Produktions- und Repräsentationsformen der Architektur dienen, versteht Hefner die Architektur, die Erfindung von Formen und das Design eines Innenraums zugleich als Teil der medialen Ausweitung des Playboy.“⁶⁶

3.6.1. Frank Lloyd Wright

„Frank Lloyd Wright brought modern design to the home.“

heißt es 1954 in einem Playboy-Artikel und bringt die Vorreiterrolle als Vertreter einer neuen Architektur auf den Punkt.⁶⁷ Mit seinen kühnen Entwürfen für Einfamilienhäuser setzte er neue Maßstäbe und wurde zu einer Ikone der Architektur. Sein Haus *Falling Water* machte ihn weltbekannt und jeder Architekturstudent rund um die Welt sieht spätestens im ersten Semester die beeindruckenden Bilder von dem über dem Wasserfall „schwebenden“ Gebäude.

Auf drei Seiten wurde den Playboy-Lesern im August 1954 das Leben und die Ambitionen des amerikanischen Architekten näher gebracht.

⁶⁶ Vgl. (Preciado, 2012) S. 18

⁶⁷ Ray Russel: *The Builder* in Playboy Magazin, Ausgabe August 1954, S.11

Unter dem Titel „The Builder“ erscheint das Portrait über den damals bereits 87-jährigen Frank Lloyd Wright, das ihn als „uncommon man“, als einen außergewöhnlichen Mann, beschreibt, der sein Leben genießt und im *Jaguar* seine Runden dreht. Mehrfach verheiratet bzw. geschieden lebte er auf seinem privaten Anwesen Taliesin, abgeschieden von der Welt, ein freies Leben nach seinen Vorstellungen. Ein Musterbeispiel für einen erfolgreichen Playboy.

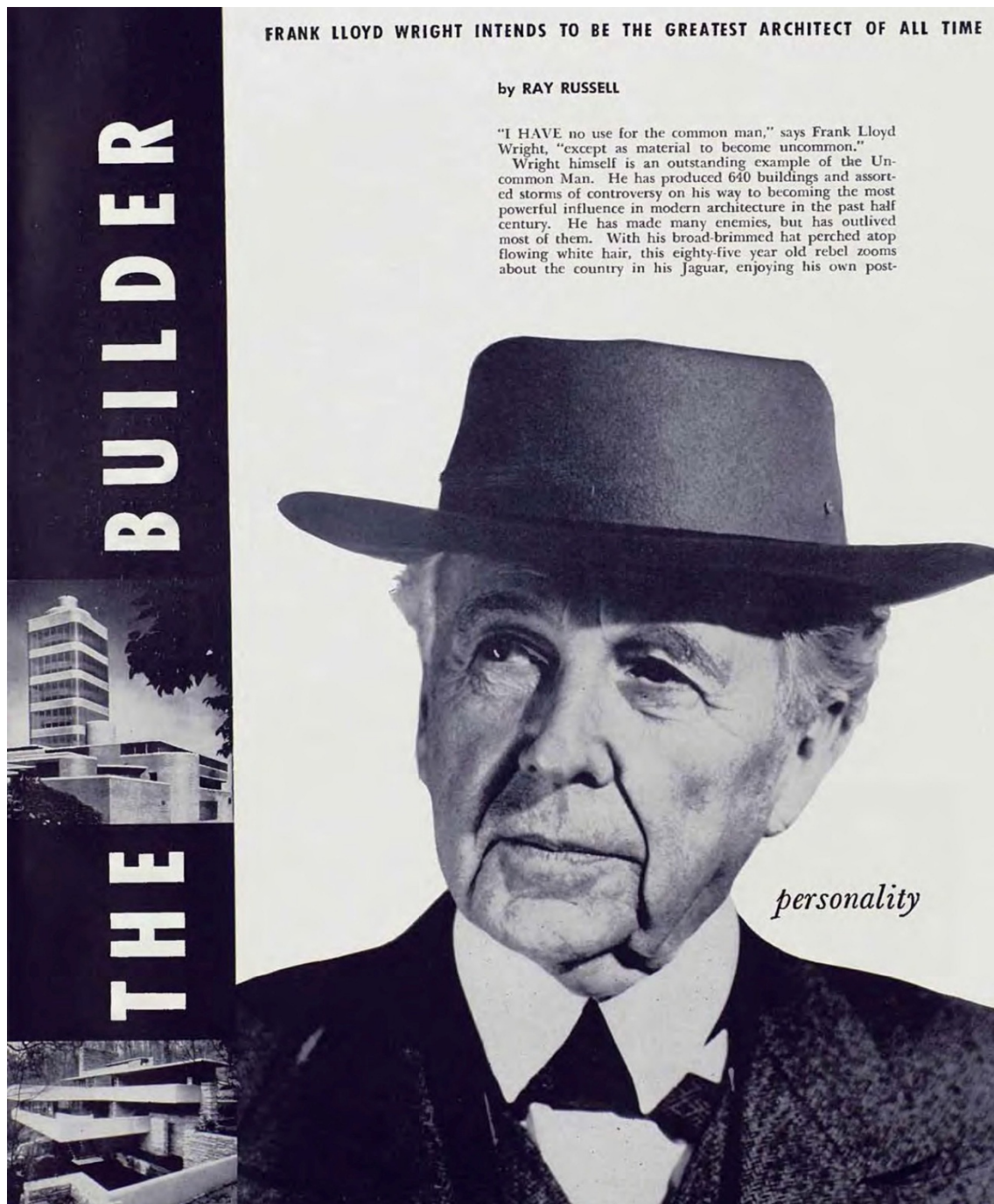


Abbildung 34: Artikel über Frank Lloyd Wright im Playboy

Wrights Metier waren private Wohnhäuser, die menschliche Behausung. Mit dem Bau der revolutionären *Prairie Houses* in den Vororten von Chicago stieß er auf großen Widerstand in der Bevölkerung, die die verschnörkelten Häuser im viktorianischen Stil gewohnt waren. Die waagrechte, geduckte Bauart der Gebäude mit den auskragenden Dachplatten wurde anfangs als kahl und gräulich beschimpft, trotzdem kam Wright mit der Zeit zu Erfolg. Seiner Zeit war er weit voraus und erschuf neuen Lebensraum, auch wenn seine Starrköpfigkeit den Bauherren gegenüber zeitlebens kritisiert wurde, wie man im Artikel „The Builder“⁶⁸ lesen kann: So war Frank Lloyd Wright der Meinung, dass die Bewohner sich an seine Entwürfe anzupassen hätten, nicht umgekehrt; auch die Baukosten überstiegen regelmäßig den zuvor vereinbarten Preis und kosteten Bauherren Zeit und Nerven.

Frank Lloyd Wright und Hugh Hefner verbindet eine gemeinsame Haltung: Mit ihrer Einstellung und Arbeit waren sie Vorreiter ihrer Zeit, waren provokativ und mussten viel Kritik einstecken. Wright als Architekt wollte den amerikanischen Geist von Freiheit, Demokratie und Pioniergeist mit seinen Gebäuden zum Ausdruck bringen und eine eigenständige Architektur Amerikas etablieren, unabhängig von Europa.

Seine Designsprache basierte auf gewissen Prinzipien, die sich in der Playboy Architektur wiederfindet. Im Zentrum der *Prairie Houses* stand der Kamin, um den herum sich die einzelnen Räume entwickelten. Der Grundriss wurde offen und flexibel gestaltet, die klare Struktur ist sofort zu erkennen. Diese Grundsätze und den Kamin als Versammlungsort findet man auch in jedem Entwurf für *Bachelor Pads*.

*„Eng verbunden mit der Anwendung abstrakter, ebener Flächen war auch der Gebrauch verschiedener Materialien und kontrastierender Strukturen. Die breite Ziegelwand eines Kamines und hellgetönte Wände mit dunklen Unterteilungen aus Holz wurden oft einander gegenübergestellt. Sehr früh brachte Wright die grobe Struktur der Natursteinmauer ungebrochen von außen ins Innere des Hauses, wie in primitiven Zeiten.“*⁶⁹

Bei der Farbgestaltung und der Materialität der Innenräume sieht man den Einfluss von Wrights Design: Dunkle, natürliche Farben wie Nachtblau, Mahagonibraun und Betongrau

⁶⁸ Ray Russel: *The Builder* in Playboy Magazin, Ausgabe August 1954, S.11

⁶⁹ Vgl. (Giedion, Raum.Zeit.Architektur, 2015), S.266

gaben den Ton an. Die Form wird auf das Wesentliche reduziert, die Farbe steht im Vordergrund, Frank Lloyd nennt dies „*Conventionalization*“. Weiters soll die reine Natur von Materialien bewahrt werden, Holz soll aussehen wie Holz und Stein wie Stein, die Oberfläche und Farbe soll naturgemäß bleiben. Dieser Einsatz von naturbelassenen, unterschiedlichen Materialien, um einem Raum mehr Komplexität zu verleihen, ist kennzeichnend für die Entwürfe im Playboy-Magazin. Wright wird nie konkret als Vorbild genannt, das passierte bei keinem der für das Magazin geschaffenen Projekte, doch durch sein großes und bekanntes Gesamtwerk an Gebäuden, gerade um Chicago, und seine Präsenz in den Medien ist es nicht naheliegend, dass die Designer des Magazins von seiner Arbeit beeinflusst wurden.

3.6.2.Ludwig Mies van der Rohe

In die Riege der favorisierten und hervorgehobenen Architekten des Playboy-Magazins muss neben Frank Lloyd Wright auch Ludwig Mies van der Rohe genannt werden. So wie sein amerikanischer Kollege taucht Mies van der Rohes Name und sein Werk mehrmals in den Heften auf. Durch seine Arbeit beeinflusste er den Blick auf Architektur und Wohnen, ein weiterer Visionär neben Frank Lloyd Wright und Hugh Hefner, welche die Gesellschaft mit ihren neuartigen Ideen und Ansichten konfrontierten.

1910 wurde eine F.L. Wright Ausstellung in Berlin gezeigt und übte großen Einfluss auf die Arbeit europäischer Architekten wie Mies van der Rohe aus.

„(...)die Tendenz, das Haus als Raumeinheit aufzufassen (flowing space), ließen die europäischen Architekten plötzlich die eigene Erstarrung erkennen. Der Mann aus der Prärie lehrte sie, zur lebendigen Form zurückzufinden. Als Elemente zu Mies van der Rohes späteren Werken erkennen wir die Sorgfalt in der Behandlung neuer Materialien, die Peter Behrens zeigte, und den freien Grundriss F.L. Wrightscher Häuser.“⁷⁰

Für die Bauausstellung 1931 in Berlin entwarf Mies van der Rohe ein eingeschossiges Haus, das das Single-Wohnen thematisierte und somit in engem Bezug zur Playboy-Architektur steht. Kurz vor dem Ende dieser fruchtbaren Zeit im Bereich Bauen zeigte er das Potential

⁷⁰ Vgl. (Giedion, Raum.Zeit.Architektur, 2015), S.356

des freien Grundrisses und seiner Offenheit, geplant für einen alleinlebenden Mann, ganz gegen der Tendenzen jener Zeit, in der das Haus für die Familie im Mittelpunkt stand.

Wie im „Landhaus für einen Junggesellen“ aus dem Jahr 1931 zählt auch beim Bachelor Apartment die Einheit des Raums, die nur durch wenige Wände unterteilt wird und ein hohes Maß an Flexibilität aufweist.⁷¹

Als die Zustände in Deutschland nicht mehr tragbar waren, ging Mies van der Rohe neben vielen anderen Kollegen in die USA und fand sein perfektes Probierfeld in Chicago, der Heimatstadt des Playboys. Mit seinen Bauten wie den Hochschulgebäuden für *das Illinois Institute of Technology*, den *Promontory Apartments* und natürlich den *Lake Shore Drive Apartments* machte er sich einen Namen in der Stadt am *Lake Michigan* und auf der ganzen Welt. Seine Architektur war allgegenwärtig in Chicago und Kulisse für den täglichen Weg zur Arbeit von Hugh Hefner. Die großen Glasflächen und die Klarheit der 1952 fertig gestellten Türme am *Lake Shore Drive* beeindruckten den Playboy-Gründer und er träumte von einem Leben als erfolgreicher Autor in einem der Apartments.⁷²

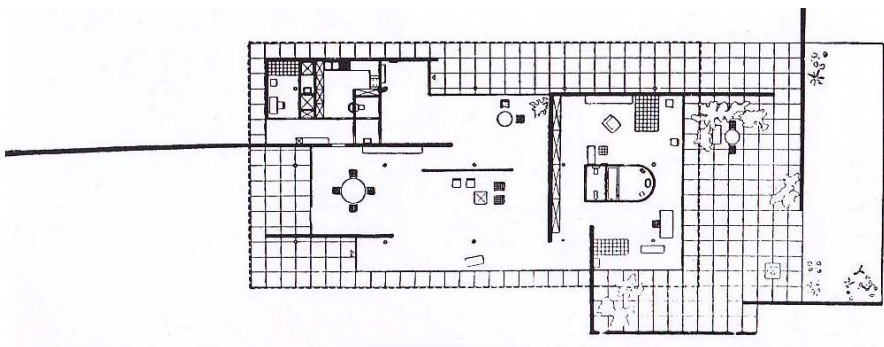
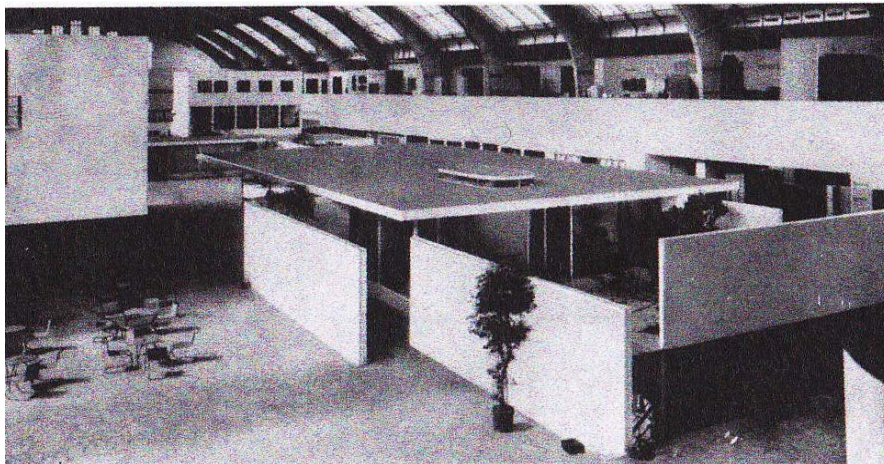


Abbildung 35: Landhaus für einen Junggesellen, Berliner Bauausstellung 1931

⁷¹ Vgl. (Giedion, Raum.Zeit.Architektur, 2015) S.359

⁷² Vgl. (Colomina, Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung, 2014) S.20

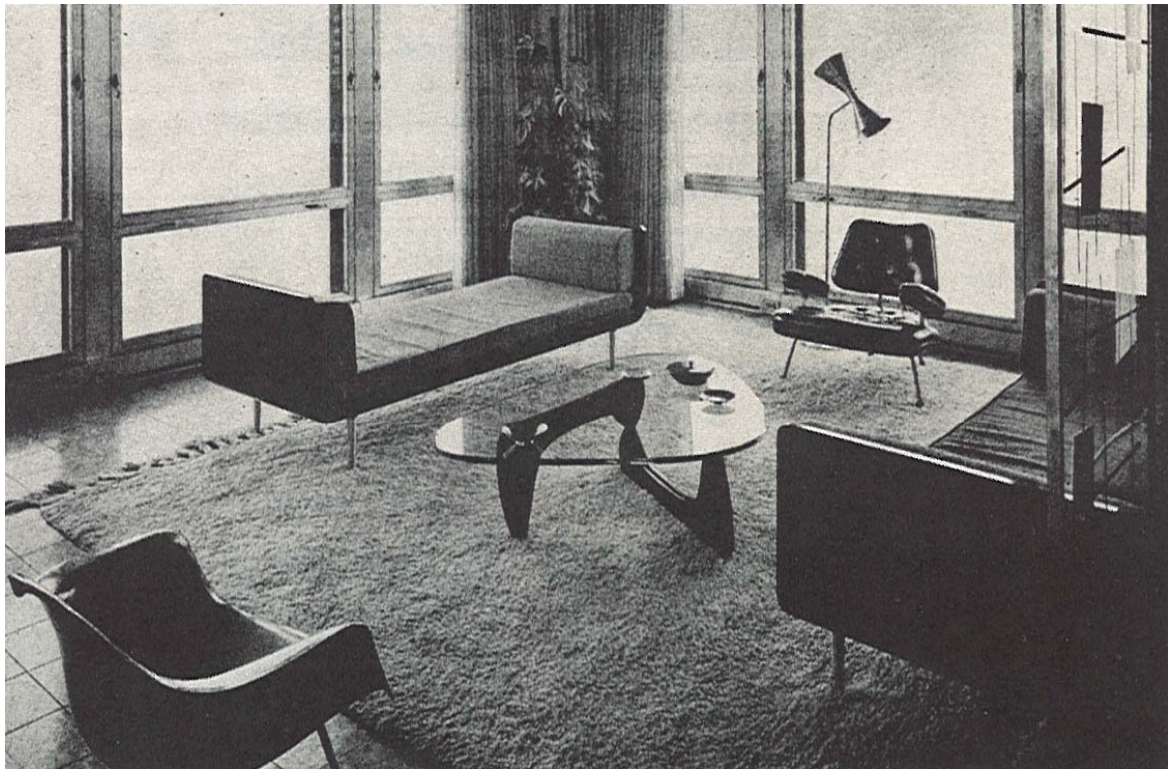


Abbildung 36: Lake Shore Drive Apartment

Vergleicht man die Lake Shore Drive Apartments mit *Playboy's Penthouse Apartment* sieht man eine gewisse Ähnlichkeit. Die Teilung des Schlafzimmers vom Arbeitszimmer passiert im *Penthouse* nicht durch eine Wand, sondern einen verschiebbaren Vorhang, welcher in Mies' Wohnungen ebenfalls vorkommt. Das *electronic entertainment center*, das in einen großflächigen, eingebauten Wandschrank integriert ist, findet sich in beiden Entwürfen exakt am selben Platz; an diesen schließt rechtwinklig jeweils eine raumhohe Verglasung an, Eero Saarinsens *Womb Chair* als Blickfang darf dabei nicht fehlen. Für die Umsetzung des Interieurs nach Mies' Ideen war die Firma *Burton James Associates* zuständig, die zur damaligen Zeit einer der führenden Betriebe in Sachen moderner Inneneinrichtung und Möbel war. Einige Stücke, die von Burton James hergestellt wurden, finden sich im Beitrag *Weekend Hideaway* wieder, wie der Beistelltisch und die Sitzbank im Wohnraum.

Im August 1958 erschien „*Slenderella in the sky*“, ein Artikel über Mies und sein kurz zuvor fertiggestelltes *Seagram Building* in New York City, das seine Bekanntheit nochmals erheblich steigerte. Der Leser bekommt einen Einblick in das Leben des Architekten und sein Werk. Am Ende des Artikels heißt es treffend:

*“Mies’ very perfectionist attitude toward detail, his insistence on order, his uncompromising truth to material, his precise adjustments of scale and proportion have all been brought together to achieve an architecture for the ,whole man‘ of the 20th century“*⁷³

3.6.3. Richard Buckminster Fuller

In den späten 60er Jahren lud Playboy den amerikanischen Architekten Richard Buckminster Fuller ein, seine Ideen und Anschauungen zu unterschiedlichen Themen wie „The Definition of Power“ kundzugeben. Auf diese Bitte folgte ein reger Austausch zwischen der Redaktion und dem Architekten über mehrere Jahre; ausschlaggebend für diese Verbindung war ein Brief Buckminster Fullers, den er 1968 an die Herausgeber des Playboy-Magazins schickte, in dem er den Artikel über Stanley Kubrick lobte und sich somit als begeisterter Leser outete. 1972 erschien schließlich ein ganzes Interview mit ihm im Magazin, das im Original ganze 16 Seiten füllte.⁷⁴

Auf den ersten Blick passt Fuller mit seiner Weltanschauung nicht ins Bild von Playboy, pries er doch Sparsamkeit und versuchte seine experimentellen Projekte stets energie- und materialeffizient zu konstruieren.

*„I always try to point one thing out: If we do more with less, our resources are adequate to take care of everybody.“*⁷⁵

Doch in einigen Ansichten waren sich das Magazin und Architekt gar nicht so unähnlich: Buckminster Fuller war auf seinem Gebiet experimentierfreudig und seiner Zeit voraus; sehr wahrscheinlich hatte er zu Beginn seiner Karriere mit Zweiflern und Kritikern zu kämpfen, die nicht an seine innovativen Konzepte glaubten. Dies trifft auch auf das Playboy-Magazin bzw. seinen Gründer Hugh Hefner zu. Als rastloser Mensch, der sein Wissen in unterschiedlichen Berufen erwarb und kein einschlägiges Architekturstudium an einer Eliteuniversität genossen hatte, kam Fuller durch seine experimentellen Entwürfe doch zu großem Erfolg. Eine seiner geodätischen Kuppeln wurde zum US-Pavillon für die EXPO 1967 in Montreal und

⁷³ *Slenderella in the Sky* in Playboy Magazin, Ausgabe August 1958, S.22

⁷⁴ <https://bfi.org/sites/default/files/attachments/pages/CandidConversation-Playboy.pdf>

⁷⁵ R.Buckminster Fuller im Interview siehe Playboy Magazin, Ausgabe Februar 1972, S. 59

erschien auf dem Cover des VIP-Magazins, ein eigens für Mitglieder des *Playboy-Clubs* herausgegebenes Heft. Wie Hefner hinterfragte er den Status quo der jeweiligen Zeit und war stets interessiert am „Neuen“. Auch übten beide einen gewissen Einfluss auf die Gesellschaft aus und waren bemüht, diese zu ändern. Beide waren der Ansicht, dass jeder (Mann) für sein eigenes Umfeld selbst verantwortlich ist.

Man könnte sagen, auch die Leichtigkeit ist ein gemeinsamer Nenner: Fullers schwerelos wirkenden Konstruktionen aus Metallstäben und Playboys publizierte „leichte“ Lebensweise. Playboy veröffentlichte im Januar 1968 einen großen Artikel mit Fullers „City of the Future“ und ein Jahr später seinen Artikel „The Decent Society“.

In „City of the Future“ ⁷⁶ wird Fullers visionäre Idee einer kompakten Stadt der Zukunft präsentiert. Eine dreiseitige Pyramide, jede Seite mit 5000 Wohneinheiten mit eigener Terrasse. Im Erdgeschoß der Megastruktur ist ein öffentlicher Garten eingeplant, der durch riesige Schlitze in der Fassade Sonnenlicht erhält. Die pyramidenförmige Stadt soll autark sein und kann als gesamte Struktur an Land oder auf dem Meer schwimmend positioniert werden.

„The changes taking place are still unfamiliar to everybody, even to those who expect change. If you start plotting the changes that are occurring, the most difficult to plot is the change of attitude, the change of awareness.“ ⁷⁷

a candid conversation with the visionary architect/inventor/philosopher
R. BUCKMINSTER FULLER

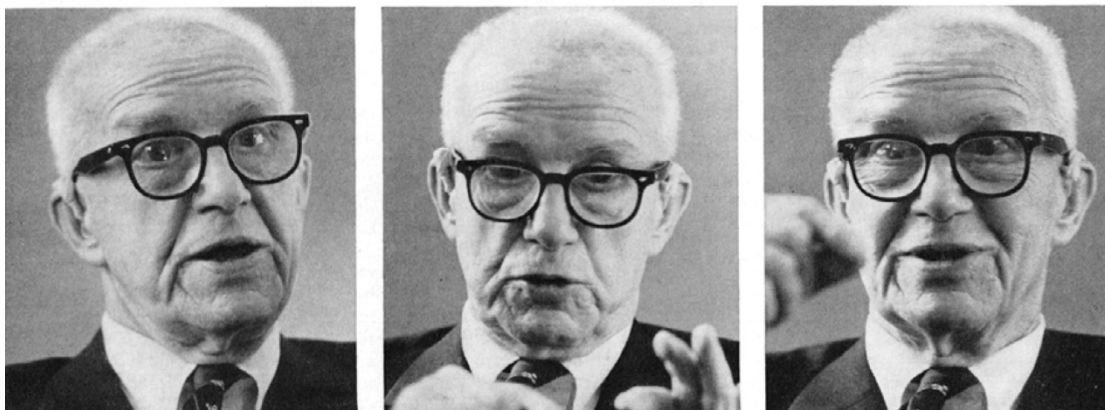


Abbildung 37: Richard Buckminster Fuller im Playboy Interview

⁷⁶ R. Buckminster Fuller: *The City of the Future* in Playboy Magazin, Ausgabe Januar 1968

⁷⁷ R. Buckminster Fuller im Interview in Playboy Magazin, Ausgabe Februar 1972, S.59 siehe <https://bfi.org/sites/default/files/attachments/pages/CandidConversation-Playboy.pdf>

3.6.4. Designs for Living: Universaldesigner formen Amerika

Mit einem mehrseitigen Feature lenkte Playboy im Juli 1961 die Aufmerksamkeit der Leser gezielt auf die herausragenden kreativen Köpfe des Landes: Aufgereiht auf den bekanntesten Sitzgelegenheiten des jeweiligen Erschaffers sitzen unter dem Titel „Designs for Living“ George Nelson, Edward Wormley, Eero Saarinen, Harry Bertoia, Charles Eames und Jens Risom. Ihre Möbel sind mitunter die meistgezeigten im Heft und tauchen regelmäßig in den Beiträgen auf, sei es als gezeichnete Version in den Visualisierungen der verschiedenen *Bachelor Pads* oder aufgelistet als *must have* in der Kategorie „The men’s shop“.

Sitzmöbel, vor allem moderne, nehmen im Playboy einen besonders hohen Stellenwert ein, da sie durch ihre Präsenz ein Zimmer besonders stark beeinflussen können bzw. dazu fähig sind, einen Raum im Raum erschaffen. Ein wohl geformter Sessel ist nicht nur Sitzmöbel sondern auch Skulptur, ein Stück Architektur im Miniformat. Wie es im Playboy heißt, kann nur durch das Platzieren eines Sessels ein jeder Mann sein eigenes, kleines Reich schaffen.

Schon 1954 heißt es in einem Artikel über die angesagtesten Sitzmöbel:

“It would be overstating it, perhaps, to suggest that the proper chair can serve as a throne in a man’s castle, but one wonderful chair can certainly complete a man’s quarters, and give him a comfortable corner that is very much his own. (...) It will soon be obvious that such a chair is more than just a static piece of furniture. In a carefully planned room, it can be just the right touch – a focal point of interest.”⁷⁸

Der Artikel zeigt die große Diversität im Bereich Design zur damaligen Zeit und regt zur Diskussion über neue Formen und Materialien an, in einer Periode, die heute als eine historisch so signifikante bezeichnet wird. Exakt ident könnte dieser Beitrag in einer Architekturzeitschrift erschienen sein.

„Unfettered dogma, the creators of contemporary American furniture have a flair for combining functionalism with esthetic enjoyment“⁷⁹

⁷⁸ *One wonderful chair* in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1954, S.13

⁷⁹ *Designs for Living* in Playboy Magazin, Ausgabe Juli 1961, S.81



Abbildung 38: G. Nelson, E. Wormley, E. Saarinen, H. Bertoni, Ch. Eames und J. Risom im Playboy, 1961

Alle sechs verwirklichten ihre innovativen Ideen nicht nur im Bereich Möbeldesign, sondern stehen in enger Verbindung zur Architektur. Wie F.L. Wright und Mies van der Rohe war ihr Schaffen und Können breit gefächert, vom Entwurf für einzelne Möbel über Einfamilienhäuser bis zu Großprojekten wie Eero Saarinens *TWA Terminal* in New York City. Ebendieser und George Nelson genossen sogar ein Architekturstudium an der Eliteuniversität Yale.

Aufgefädelt in bester Playboy-Manier, in Anzug und Krawatte, posieren die Playboy-Designer selbstbewusst mit ihren Entwürfen vor der Kamera. Als erfolgreiche Unternehmer mit innovativem Geist und modernem Stil repräsentieren sie den Typ Mann, den Playboy in seinem Magazin darstellt.

Der erste in der Reihe ist George Nelson, der sich als Architektur- und Designtheoretiker einen Namen machte und Herausgeber des Magazins „Architectural Forum“ war.

Damit spannt Playboy den Bogen zu namhaften Architekturmagazinen der damaligen Zeit und festigt seine wichtige Stellung als Förderer von modernem Design.

Von 1946 bis 1972 war Nelson Designdirektor bei Hermann Miller und konnte Charles und Ray Eames für die Marke gewinnen, die während dieser Zeit ihre größten Erfolge feierten.

Neben Edward Wormley, der ebenfalls als Designer und Architekt tätig war, sitzt an dritter Stelle von links in lässiger Playboy-Pose Eero Saarinen in seinem *Womb Chair*. Dieser 1946 entworfene Sessel ist einer der meist gezeigten Sitzmöbel im Playboy und tauchte erstmals als assistierendes Mobiliar im Artikel *Playboy's Progress* ⁸⁰ auf und wurde auch in der Ausstellung „Playboy Architecture, 1953-79“ gezeigt.

Als einer der bekanntesten und erfolgreichsten Architekten des 20. Jahrhunderts prägte Eero Saarinen die Arbeit der folgenden Generationen massiv. Als Exil-Europäer in den USA (er lebte und arbeitete zuvor in Finnland) orientierte er sich an dem Werk Mies van der Rohes. Mit Charles Eames plante er in Los Angeles das Case Study House No.9, auch *Entenza House* genannt, das dem Stil der Architektur-Entwürfe im Playboy nicht unähnlich ist. Die formal reduzierte Form und die starke Materialität der unterschiedlichen Oberflächen sind als Parallelen zu nennen.

Der nächste in der Reihe ist Harry Bertoia in seinem *Diamond Chair* aus dem Jahre 1952, den er für Knoll entworfen hat. Wie Eero Saarinen und Jens Risom ist auch er gebürtiger Europäer, der seine größten Erfolge nach der Auswanderung in die USA feierte; dies macht den großen Verlust kreativer Köpfe für Europa deutlich, den unser Kontinent zu der Zeit der Weltkriege erlitt.

Natürlich darf in der Riege der besten Designer des frühen 20. Jahrhunderts, oder sogar jemals, Charles Eames nicht fehlen: Mit seiner Ehefrau Ray entwickelte er bahnbrechende Entwürfe durch den Einsatz neuer Materialien und Verarbeitungstechniken, sowohl im Bereich Möbeldesign als auch Architektur. Ihre Sessel aus gebogenem Schichtholz oder Fiberglas sind bis heute die beliebtesten und meisterverkauften Sitzmöbel der Welt. Besonders beliebt in der Playboy-Redaktion war der *Lounge Chair*, der unter anderem im Büro im Penthouse Apartment auftaucht und in der Novemberausgabe 1958 als perfektes Weihnachtsgeschenk für den Playboy-Leser beworben wird. Das 1949 fertiggestellte *Case Study House No. 8*, das den Eames als Wohnhaus diente, könnte als Vorbild für den Eingangsbereich des ersten Playboy Clubs in Chicago gedient haben. Die, in bunte Rechtecke aufgeteilte Fassade des Wohnhauses, ist dem Eingang des Clubs nicht unähnlich.

Last but not least: Jens Risom, der als einer der Ersten skandinavisches Design nach Amerika brachte.

⁸⁰ *Designs for Living* in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1954, S.22

Ausgebildet in Kopenhagen, gründete er 1942 mit Hans Knoll die *Knoll Furniture Company*, DIE Möbelfabrik des 20. Jahrhunderts. Der Stuhl „C140“, mit dem Risom im Playboy abgebildet ist, wurde nach dem Erscheinen der Ausgabe sogar als „Playboy Chair“ bezeichnet.⁸¹

Der Beitrag „Designs for living“ zeigt die Gesichter hinter den Möbeln im Heft und stellt die Designer/Architekten gekonnt als typische Playboy-Leser dar. Sie wurden zu den Playboy-Designern erhoben und wurden durch den Artikel noch bekannter. Alleine die Tatsache, dass Jens Risoms C140-Stuhl nach diesem Beitrag den Namen *Playboy Chair* erhielt, lässt den Einfluss des Playboys auf die Welt des Designs und die Gesellschaft erkennen. Die Stühle ersetzen hier die Models, sie werden zum Objekt der Begierde des „Indoor Man“.

Man könnte behaupten, dass die Sitzmöbel mit ihren geschwungen Formen und schlanken Beinen an die Kurven einer Frau erinnern, was Möbel in einem ganz neuen Licht darstellt. Stühle wurden sinnlich und zu einem Statussymbol.

*„Liberated, fanciful and romantic as today's design is, it has arrived at this happy condition via a direct route from concepts formulated by the founders of the modern style. In a phenomenon perhaps unique in the history of all the arts, a major movement in architecture and design was consciously planned, plotted and programmed from the beginning.“*⁸²

3.7. Gebaute Geschlechterrollen: Playboy/Playmate

Dieses Kapitel soll einen Überblick über das Verhältnis Mann-Frau, das Playboy darstellte und jenes, das im behandelten Zeitraum üblich war, geben. Dabei liegt der Fokus auf den Bereich Architektur und das gebaute Wohnumfeld des Playboys, die genaue Art der Geschlechterrollen und die Veränderungen, die diese in den 50ern und 60ern betrafen, möchte ich Spezialisten aus anderen Fachgebieten überlassen und daher nur einen Überblick geben, der für das Thema der Arbeit relevant ist.

Erstens wird das Bild der Frau im Heft genauer beleuchtet und weiter die Auswirkungen auf die Architektur durch die im Playboy-Magazin dargestellten Geschlechterrollen.

⁸¹ <https://www.onekinglane.com/info/home/jens-risom-chairs/#.VngyjlKziFU>

⁸² *Designs for Living* in Playboy Magazin, Ausgabe Juli 1961

3.7.1. Playboy/Playmate und das Wohnen

Ganz klar ist das Bachelor Apartment darauf ausgelegt, dass es nur ein einzelner Mann bewohnt, die Damen sind nur zwischenzeitliche Gäste. Die Architektur im Playboy zeigt sich als ein Wohnumfeld für alleinlebende Personen bzw. Männer. Die offene Grundrissgestaltung und fehlenden Türen würden für eine typische Familie Probleme wie Lärm und fehlende Privatsphäre mit sich bringen. Die Architektur schließt gewissermaßen ein Leben als Familienmensch aus und unterstreicht den Lebensstil des freien Bachelors.

Wie aber im Magazin und später von Hugh Hefner selbst erläutert wird, ist der Lifestyle des Bachelors, der im Heft aufgezeigt wird, eine Phase und nicht das komplette Leben. Der Lebensabschnitt als Single sollte länger als damals üblich ausgekostet werden; Playboy plädiert zu einer verlängerten Jugend, um sich selbst zu finden und sich kennen zu lernen, bevor man sich ewig bindet. Auch Hugh Hefner hatte, wie bekannt, immer wieder langzeitige Partnerinnen und Ehefrauen. Kein Bachelor auf Lebenszeit also.

„Imagined as the site for liberating masculinity from the constraints of domestic ideology, the bachelor apartment was fundamental to Playboy's representation of bachelorhood as a viable alternative to married life from the very beginning of the magazine's history. The bachelor apartment served as a the primary setting of a playboy lifestyle that absorbed the single man's sexuality into the more important activity of his consuming.“⁸³

Eine Wohnung sollte mit allen möglichen Annehmlichkeiten wie technischen Geräten, Bar, Indoor Pool etc. ausgestattet sein, um das Leben im Inneren perfekt zu gestalten. So sollte ein Bachelor sein zu Hause am liebsten nie verlassen wollen, eine Wohlfühl-Blase sollte geschaffen werden.

Das Frauenbild, das im Playboy präsentiert wurde, ist umstritten. Von Beginn an, besonders aber ab Mitte der 60er Jahre, wird es kritisiert und angeprangert. Einerseits wirkt die Darstellung der *Playmates* im Heft herablassend, die Models werden in der Anfangszeit so gut wie immer als Sekretärinnen, Partybesucher und Cheerleader dargestellt, nie in einer starken Führungsposition. Sie erhalten in den Fotostrecken ein kindliches und naives Image.

⁸³ Vgl. (Cohan, 1997), S.271

Andererseits wird die Frau im Magazin Playboy als „Playmate“ beschrieben, als Spielgefährtin. Auch sie kann theoretisch alleine leben, frei sein und ein „Playboy-Leben“ führen. Sie scheint dem Playboy ebenbürtig, das Einverständnis zum „Spiel“ kommt von beiden Seiten.

Das Magazin kann auch als eine Hommage an die Frau und ihre Schönheit gesehen werden. So wird im Artikel „Playboy’s Progress“, in dem es zwar um die Verführung einer Frau geht, als Ort „Playboy’s Penthouse“ genannt, als Akteure „Playboy and friend“. Die begehrte Frau wird also als Freund bezeichnet, als ebenbürtig. Playboy baut auf das Wecken von Begierde beim Leser. Die Frau wird zum Objekt der Begierde, neben ihr auch Möbel, gebaute Beispiele von Playboy-Architektur, Schallplatten von Frank Sinatra oder italienische Lederschuhe.

In den Artikeln herrscht ein spielerischer, amüsanter Ton, die Aussagen sind stets mit einem Augenzwinkern zu verstehen. Das Geschriebene soll unterhalten und den Leser zum Schmunzeln bringen. Nicht jeder Satz sollte todernst genommen werden. Daneben wurde das Playboy-Magazin auch von Frauen gelesen und zum Teil auch geschrieben.

„My husband and i are extremely excited over your September issue: the ‘Playboy Penthouse Apartment’ is just fabulous. There are so many ideas shown that I would like to use in our own home of the future.“⁸⁴

Texte und Kurzgeschichten von weiblichen Schriftstellerinnen, wie der preisgekrönten Kanadierin Margret Atwood oder der Britin Doris Lessing, erschienen genauso im Playboy wie die ihrer männlichen Kollegen. In der Redaktion arbeiteten ab der Anfangszeit des Magazins sowohl Männer als auch Frauen, und das nicht nur als Sekretärinnen.

„It was a truly wonderful place to work. (...) Whatever hostility was directed at Hefner, bunny ears and tails and all of that stuff, had absolutely zero impact on working there.“⁸⁵

⁸⁴ Dear Playboy in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1956, S.8

⁸⁵ Barbara Nellis im Gespräch mit Glynnis Macnicol, siehe <http://www.elle.com/culture/career-politics/a33168/inside-the-secret-sisterhood-of-women-who-worked-at-playboy/>



Abbildung 39: Fotostrecke im Playboy, 1955

Das Bild der jungen, unselbstständigen und etwas naiven Frau im Heft unterschied sich von der generellen Einstellung Hugh Hefners und seinem Imperium, verkaufte sich aber einfach sehr gut; das war es, was die Leser sehen wollten. Feministinnen warfen dem Konzern Diskriminierung und Sexualisierung vor, das kann man vielleicht auf die Bilder im Magazin beziehen, nicht aber auf die allgemeine Stellung der Frau im Unternehmen.

Neben der Abbildung von jungen Damen brachte Playboy seinen Lesern moderne Architektur ins Haus. Dem bis dahin vorherrschenden Urteil, dass die Inneneinrichtung ein reines Frauenthema sei, wurde massiv entgegen gewirkt und Männer sollten dazu animiert werden, sich mit dem Thema Design eingehender zu beschäftigen. Somit wird in den Zuständigkeitsbereich der Frau von damals eingedrungen. Ist dies positiv oder negativ zu sehen? Auf der einen Seite wird der Trennung von Themen durch Geschlechterrollen entgegengewirkt, ein Thema/ Interessensbereich ist nicht mehr vom Geschlecht abhängig, egal ob Mann oder Frau. Somit unterstützte Playboy die Aufhebung traditioneller Grenzen zwischen den Mann/Frau-Bereichen.

Auf der anderen Seite könnte man das „Übernehmen“ des Themas Inneneinrichtung durch den Mann als die Verdrängung der Frau sehen. Der Mann nimmt nun alles selbst in die Hand und bestimmt über das Innendesign des Hauses. Ist das die männliche Emanzipation? Er nimmt der Frau einen wichtigen Zuständigkeitsbereich weg, gestaltet, kocht selbst. Die Frau wird überflüssig. Oder brachten die Artikel über Architektur und Design Frau und Mann ein gemeinsames Thema, über das sie sich unterhalten können und hob so Grenzen auf?

Die Bewegung zum „Hausmann“ kann als Antwort auf die Zeit des 2. Weltkrieges gesehen werden. Als die Männer in den Krieg zogen, übernahmen die Frauen ihre Berufe und drangen in den Bereich des Mannes ein. Nun kommt Playboy und promotet den kochenden „Indoor Man“.

„The new male, at once unsuited for monogamous family life and scientifically aware of the radiating dangers on the exterior, stepped back into the house as woman’s strongest rival – rather than complementary partner - promoting a new gender segregation within the domestic space.“⁸⁶

Die Idee vom getrennten Wohnen von Mann und Frau, wie sie in einer Weise die Playboy Architektur aufnimmt, wird schon in den 20er Jahren von Sigrist beschrieben:

In seinem Modell des männlichen Wohnens wäre der Wohnraum des Mannes *„in äußerster Einfachheit, um nicht zu sagen Nüchternheit, ohne Schmuck, sachlich“* zu halten und *„zu irgendeiner privaten Arbeit, lesen, schreiben, basteln“* zu nützen.

Das Wohnumfeld der Frau wäre hingegen *„weicher, behaglicher, mit einigen von den kleinen Dingen, die den Frauen so wichtig sind“* und *„geeignet weniger zur Arbeit mehr als Empfangsraum für Gäste“*.⁸⁷

Sigrist spricht vom Mann als Liebhaber der Frau, der als Besucher im Zimmer/der Wohnung der Frau ein und aus geht; dies entspreche dem Drang nach Freiheit und Unabhängigkeit des Mannes. So sieht Sigrist die *„neue Frau“* dem Mann gleichberechtigt, sie ist aber nicht im gleichen Maße unabhängig und mobil.

Dies gibt in gewisser Weise das Rollenbild im Playboy wieder. Sind Frau und Mann vielleicht nicht dazu bestimmt, gemeinsam unter einem Dach zu leben? Dies ist nicht eindeutig zu beantworten, ist doch jedes Individuum und jede Beziehung anders. Während es für viele reibungslos auf wenigen Quadratmetern funktioniert, ist das für andere unmöglich. Die Haltung des Playboy ist klar: Mann und Frau brauchen je ein eigenes zu Hause und sollten sich nur gelegentlich treffen.

⁸⁶ Vgl.(Colomina, Cold War Hothouses - Inventing Postwar Culture from Cockpit to Playboy, 2003) S. 222

⁸⁷ Vgl. (Pollak, 2004) S. 148

„Während der Durchschnitt der Männer erfahrungsgemäß dem Aussehen der Wohnung verhältnismäßig gleichgültig gegenübersteht und kein sehr lebhaftes Bedürfnis nach den Dingen zeigt, die man unter den Schlagworten Behaglichkeit, Wärme, Schönheit zusammenfasst, ist die Frau mehr oder weniger immer noch darauf aus, Ihre Wohnräume (...) ein bisschen hübsch zu machen“⁸⁸



Abbildung 40: Der kochbegeisterte Playboy

⁸⁸ Vgl.(Schwab, 1973) S. 128

3.7.2. Die Küche

Die Küche nimmt im zu Hause des Junggesellen einen, für damalige Verhältnisse, ungewöhnlich hohen Stellenwert ein. Durch das „Fehlen“ einer kochenden Ehefrau muss die eigene Versorgung mit Essbarem sichergestellt werden. McDonald's und Lieferservice waren zur damaligen Zeit ja noch nicht so verbreitet wie heute.

Ungewöhnlich ist, dass der Küche nicht nur wenige Quadratmeter am Rande der Wohnung zugeteilt werden, sondern dass sie ein wichtiger Bestandteil des Gesamten wird. Zum Esszimmer hin offen konzipiert und ausgestattet mit den neuesten technischen Haushaltsgeräten, soll sich der Bewohner gern in ihr präsentieren. Arbeit sollte als Vergnügen und nicht als Belastung angesehen werden. Dies geschah laut Playboy durch eine ansehnliche Ausstattung und technisches „Spielzeug“.

„Coming down the hallway, we are able to view the entire width of the apartment, and threw the open casements, see the terrace and the winking towers of the city beyond. Then, quite suddenly, we are in the apartment proper – a modern kitchen adjoins the dining room and before us is the main living area.“⁸⁹

So wie die übrigen Räume im Heim des Playboys wird auch die Küche zur Bühne. In den 50ern und 60ern setzt generell eine Technisierung der Küche ein und Playboy treibt das Ganze auf die Spitze. Während in einer modernen amerikanischen Vorstadtküche gerade mal ein Geschirrspüler oder ein elektrischer Mixer das technische Highlight waren, trumpfte eine echte Playboy-Küche mit Geräten aus der Zukunft auf: Der Kochbereich ähnelt mit seiner Ausstattung einer Werkstatt oder einem Labor, bewahrt sich aber dennoch ein ansehnliches Aussehen und einen gewissen *Style*. Keine bunten Kästen und gehäkelten Vorhänge wie in einer typischen Frauenküche, sondern Technik, die ihrer Zeit voraus war.

Im Artikel *Playboy's Penthouse Apartment* ist zum Beispiel in der Küchenzeile ein Induktionsherd eingebaut, daneben ein spezieller Geschirrspüler, der das Geschirr in nur 3 Minuten mit Hilfe von *ultrasonic sound waves* und ohne Wasser reinigt.

⁸⁹ *Playboy's Penthouse Apartment* in Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.60



Abbildung 41: The kitchenless kitchen – a fabulous food bar for informal dining

Das Ausräumen entfällt, da das saubere Geschirr nach der Reinigung automatisch in die Schränke verfrachtet wird. Ins Auge fällt beim Betrachten der Illustrationen der höhenverstellbare Grill mit Glaskuppel, der brät, kocht, dünstet und freie Sicht auf das Fleisch zulässt.

1959 stellt Playboy die „kitchenless kitchen“⁹⁰ vor, eine Kochinsel, die keine ist. Auf der freistehenden Bar ist nur das Spülbecken fix integriert, alles andere, was man zum Kochen braucht, wird durch elektronische Geräte ersetzt. Sie sind leicht und flexibel, können bei Bedarf aus dem Schrank geholt werden und verschwinden nach dem Mahl wieder. Eine eingebaute, versteckte Leiste mit unzähligen Steckdosen macht es möglich, die automatischen, elektrischen Kochutensilien mit *Timer* und Thermostat gleichzeitig zu nutzen.

⁹⁰ *The Kitchenless Kitchen* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1959, S.53

„This handsome hunk of furniture, designed by Playboy, dispenses with a kitchen as such entirely; it renders the proverbial hot stove unnecessary; it has no use for the usual collection of pots, pans, oven and other customary kitchen gear.“⁹¹

Diese „Küche“ ist für den besonders freiheitsliebenden und flexiblen Bachelor, der eigentlich nicht so gerne kocht, jedoch für jede Situation (und hungrigen Gast) vorbereitet ist. Wenn nicht gerade nach dem Theaterbesuch Damen verköstigt werden müssen, kann er die Kochinsel als Arbeitsfläche oder Bar zum Mixen von Martinis nutzen.

Plötzlich wurde die Küche das Terrain des Mannes; in der er sich noch dazu gerne aufhält und vor seinen Gästen zeigt. Kochen wurde im Playboy-Magazin in einen neuen Stand gehoben, es wurde zum gesellschaftstauglichen Ereignis, dem die Gäste beiwohnen sollten. Die Tätigkeiten sollten nicht mehr versteckt stattfinden, wie es lange Zeit üblich war und vor allem nicht mehr allein durch die weibliche Hand verrichtet werden. Playboy ruft zur „Selbständigkeit“ auf, ein Mann sollte auch die typischen Aufgaben einer Frau übernehmen. Wird dadurch die geschlechterspezifische Rollenverteilung gestärkt oder geschwächt?

Auf der einen Seite wird es so dargestellt, als ob der Mann sehr gut ohne Frau leben könnte. Er, als unabhängiger Mann, weiß sich mit technischen Geräten zu helfen. Im Magazin spielt Essen und dessen Zubereitung eine wichtige Rolle. In fast jeder Ausgabe gibt es Beiträge über Ernährung und Kochen, im Alltag sowie zu speziellen Ereignissen wie *Thanksgiving*. Vom leichten Sommersalat über deftige Truthähne mit Beilage findet man alles im Playboy, in DEM Männermagazin. Klingt heute noch ungewöhnlich, tat es in den 50ern noch viel mehr.

Man kann hier von einer männlichen Emanzipation sprechen. Doch der Playboy zählt auf die Frau, sie spielt eigentlich die Hauptrolle. Für sie wird gekocht, für sie zieht der Mann sich schick an, sie will er beeindrucken. Auf der einen Seite wendet sich das ideale Lebensbild von bekannten Konventionen ab und propagiert das Single-Leben des Mannes. Aber auch das der Frau.

⁹¹ *The Kitchenless Kitchen* in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1959, S.53

3.8.Playboy nach 1969

Der Höhepunkt für das *Playboy-Magazine* und *Playboy Enterprises* waren unbestreitbar die 60er Jahre. Die Verkaufszahlen des *Lifestyle*-Magazins waren auf gleichem Niveau wie die von angesehenen Zeitungen und der Club in Chicago wurde zum meistfrequentierten, nicht nur seiner Zeit, sondern bis heute. Der Name "Playboy" stand für Style, Erfolg und gehobenen Lebensstandard.

Die frühen 70er folgten dem Beispiel der 60er, die Erfolgskurve war noch auf ihrem Höhepunkt, begann dann aber schön langsam zu fallen.

Das Magazin bekam zunehmend starke Konkurrenz durch andere Formate wie *Penthouse*, *GQ*, etc. und fühlte sich gezwungen nachzuziehen und mehr Seiten mit Aktfotos zu drucken, denn schon damals galt: *sex sells*. Die sehr interessanten und breit gefächerten Artikel wurden immer weniger und mussten den Nacktfotos Platz machen. Playboy verlor seine Vormachtstellung als einziges Magazin seiner Art, andere machten es Hugh Hefner nach und imitierten seine "Produkte".

Durch die generelle Überflutung durch Playboy verlor die Marke ihre Exklusivität. Eine Übersättigung der Welt mit Playboy brachte sinkende Verkaufs- und Besucherzahlen.

In den 50ern und 60ern bestand die Zielgruppe aus erfolgreichen, stilsicheren, polyglotten *Gentlemen*, ab den 70ern verkam das Magazin zunehmend zu einem schmutzigen Heft, das unter der Matratze lag.

3.8.1.Die Playboy Clubs

Durch den großen Erfolg in den ersten zwei Jahrzehnten war Hugh Hefner übermütig geworden, er dachte, es würde ewig so weiter gehen und investierte Unsummen in neue Clubs und Hotels. Doch nur die großen Niederlassungen in Chicago, New York und Los Angeles brachten wirklichen Profit, die kleineren, die über den ganzen Globus verstreut waren, schrieben hingegen rote Zahlen. Der einzige Club, der lange erfolgreich blieb, war der Casino Club in London. Durch die hohen Profite, die das Glücksspiel abwarf und die vielen wohlhabende Gäste aus großteils arabischen Ländern konnte die Niederlassung in London den weltweiten Clubbetrieb am Laufen halten. Das Geld, welches das Casino abwarf, konnte für einige Zeit den Verlust der anderen Clubs ausgleichen, doch nicht sehr lange.

Als die Besucherzahlen zurück gingen, versuchte man die Clubs zu verändern, geschlossen wurde lange keiner. Umbauten und Umsiedlungen in "hippere" Viertel brachten den „Glamour“ nicht zurück. Als der Londoner Club 1981 schließen musste, weil Playboy seinen Spielern gegen das britische Gesetz Kredite genehmigte, war es zu Ende mit der Club-Kette. Hugh Hefner expandierte zu schnell, geblendet durch den Erfolg der vorangegangenen Jahre. Die eröffneten Playboy-Hotels in Lake Geneva, Great Gorge und Miami waren finanzielle Desaster. *Playboy Enterprises* wurde übermütig und drängte auf Märkte, die nicht zu der Marke passten.

„At the time Hefner thought if the Playboy Club concept is working now it always will. But it couldn't and didn't. As the Playboy Empire moved into the seventies, the more business-minded Playboy executives knew the Clubs were failing.“⁹²

Die Exklusivität ging dabei verloren; zu Beginn hatten die Playboy Clubs „Member“ und auch wenn diese Mitgliedschaft sehr einfach zu erhalten war fühlten sich die Mitglieder als etwas Besonderes. Mit dem Auftauchen der Clubs von Cincinnati bis Denver, in jeder größeren Stadt der USA und außerhalb, konnte jeder in den Playboy Club spazieren. Es war kein elitärer Kreis mehr aus mondänen Großstädtern in Anzug oder Abendkleid (denn Abendgarderobe war anfangs Pflicht) die neben den *Bunnies* auch wegen dem guten Essen und der Live-Musik kamen. Mitglieder hatten sich ordentlich zu verhalten, die *Bunnies* mit Respekt zu behandeln und das oberste Gebot war: nicht anfassen! Auch Namen und Telefonnummern auszutauschen war offiziell verboten.

„Although the Playboy Clubs began in 1960 they were conceived in 1959 and bear the imprint of the fifties. But by the end of the sixties the sophisticated lounge nightclub, playing jazz with comedians and singers, was on the decline as an institution. The Playboy Clubs, still the most successful nightclub chain in history to this day, could no longer successfully continue as they were.“⁹³

⁹² <http://www.explayboybunnies.com/history/byebyebybunnies/byebyebybunnies.html>

⁹³ <http://www.explayboybunnies.com/history/byebyebybunnies/byebyebybunnies.html>



Abbildung 42: Der Eingang des originalen Playboy Clubs in London in den 1960ern ...



Abbildung 43: ...und heute.

Daneben hatte sich auch das Interesse der Zielgruppe geändert: Samstag Abend nach einem Dinner bei Kerzenschein einem Jazz-Konzert zu lauschen war nicht mehr "IN". Mit den 70ern wurden Diskotheken und Tanzlokale immer beliebter, ungezwungenes und wildes Tanzen war modern.

1986 schlossen schließlich die drei großen und legendären *flagship clubs* in Chicago, New York und Los Angeles, fünf Jahre später die letzte Niederlassung in Manila. Nach einigen erfolglosen Wiederbelebungsversuchen in den letzten Jahren z.B. in Las Vegas oder auf Rhodos ist aktuell noch ein Playboy Club (+ Casino) in London geöffnet. Dieser hält sich bereits seit 5 Jahren und wirbt auf seiner *homepage* mit dem *Glamour* und *Spirit* der 60er Jahre.

“The embodiment of sophistication, elegance and luxury, with stylish surroundings and exceptional service – and membership is reserved for people like you: witty, smart and modern“⁹⁴

Im Fernsehen versuchte sich Playboy auch nochmal: 2011 lief die TV-Serie “The Playboy Club” auf NBC an, in der es um das Leben der Bunnies im Chicagoer Club in den 60ern geht. Für das *Set* wurde die erste Niederlassung inklusive gläsernem Eingangsbereich im Piet-Mondrian-Stil nachgebaut. Die Serie wurde jedoch nach Ausstrahlung der 3. Folge wieder abgesetzt.⁹⁵

3.8.2.Architektur im Heft

Durch die wachsende Konkurrenz durch andere Magazine, die “mehr Haut” zeigten und die Veränderung der Gesellschaft, die sich nach 20 Jahren langsam an Nacktheit gewohnt hatte und mehr forderte, wurden die Seiten zunehmend für die *Playmates* reserviert. Artikel zu Kunst, Musik und Mode wurden weniger und so verschwanden auch die Architekturbeiträge mit der Zeit; zwar wurden bis 1979 noch einige bestehende Gebäude als *Playboy-Pads* gefeatured, darunter Ikonen wie das *Elrod House* von John Lautner oder experimentelle Bauten von Chrysalis und Ant Farm, doch mit den stilvollen Entwürfen inklusive künstlerischer Illustrationen war es vorbei. Playboy gab seinen Job als Architekt auf, ein letzter selbstdesignter Entwurf erschien im Jänner 1970 unter dem Titel “Playboy plans a Duplex Penthouse”. Mehrere Räume gruppieren sich auf zwei Ebenen um ein Atrium, es sieht aus wie eine Mischung aus *Playboy’s Penthouse Apartment* und dem *Townhouse*. Die Schaubilder sind bereits digitale Renderings, keine Handzeichnungen mehr.

⁹⁴ <http://playboyclublondon.com/membership/>

⁹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=F-95qfa956A>

Auch Interviews und Beiträge mit namhaften und innovativen Architekten gab es ab Mitte der 70er keine mehr, das letzte große war jenes mit Richard Buckminster Fuller in der Februar-Ausgabe 1972.

3.8.3. Hugh Hefner

Nicht nur das Magazin und die Clubs erfuhren Veränderung, auch bei dem Gründer selbst wurde einiges anders: Sein avantgardistisches Stilbewusstsein als Vorzeige-Playboy wandelte sich zu einer Vorliebe für neohistorische Scheinarchitektur. Was bereits in der *Mansion* in Chicago teilweise zu erkennen war, so war der Wohnraum neben skandinavischen Möbelklassikern der Moderne mit altertümlichen Holzvertäfelungen, Schnörkeln und Ritterrüstungen versehen, fand seinen Höhepunkt im Umbau der *Playboy Mansion West*: 1974 zog Hugh Hefner endgültig von Chicago nach Los Angeles, nachdem er einige Jahre lang zwischen den beiden Städten gependelt war. Vom architektonischen Juwel und der Geburtsstadt des Wolkenkratzers in die architektonische „Wüste“.



Abbildung 44: Die Playboy Mansion West in den Beverly Hills

Die Villa in den Beverly Hills wurde 1927 von Arthur R. Kelly im gotischen Tudor-Stil erbaut. Auf knapp 2000 m² Wohnfläche, die nochmal von 2 Hektar Land umgeben ist, finden 29 Zimmer inklusive Bibliothek, Kino und Weinkeller Platz.

Die Umbauarbeiten zu Hefners Traumhaus und parkartigem Garten mit Zoo dauerten 3 Jahre, die Fassade des Gebäudes blieb dabei unberührt.

Die *Playboy Mansion West* war und ist nicht nur Schauplatz legendärer Parties sondern auch beliebter Drehort für Hollywood-Produktionen: Neben Filmen wie *Sex and the City*, *Beverly Hills Cop II* und *Charlie's Angels: Full Throttle* wurden hier auch Musikvideos von Justin Timberlake, Weezer und Nickelback gedreht.

Von 2005 bis 2010 lief nach weniger erfolgreichen Fernsehversuchen von *Playboy Enterprises* (*Playboy's Penthouse*, *Playboy After Dark*) schließlich die Serie

„The Girls next Door“ an und erreichte relativ hohe Einschaltquoten. Die Architektur bzw. das private Wohnhaus des Playboy-Gründers als Bühne für Größen des *Showbiz*. In der Sendung erhielt man Einblicke in das private Leben von Hugh und seiner damaligen drei „Freundinnen“ bzw. Hauptbunnies, von denen er eine, Holly Madison, später sogar heiratete. Der Titel spielt auf das Frauenbild an, welches das Magazin mit seinen Fotostrecken vor allem zu Beginn seines Erscheinens vermitteln wollte.

Hefner liebt das Rampenlicht und Los Angeles bot ihm den perfekten Ort dafür, in Chicago wäre diese Art von Medienpräsenz wahrscheinlich weniger erfolgreich bzw. angemessen gewesen. Dasselbe gilt für die *Mansion* selbst, die mit ihrer Künstlichkeit perfekt in die Schein- und Glitzerwelt Hollywoods passt.

Über die Gründe für die Geschmacksveränderung vom Liebhaber avantgardistischer, moderner Architektur, wie man z.B. im Artikel in der *Chicago Daily News* über seine erste Wohnung mit seiner Frau Millie sehen kann⁹⁶, hin zum Bewohner einer neohistorischen Tudorvilla kann man nur mutmaßen. Vielleicht ist es mit Hefners fortschreitendem Alter zu erklären oder seinen regelmäßigen Aufenthalten über Jahre in Los Angeles, welches nicht wirklich für eine moderne, qualitätsvolle Architektur berühmt ist. Es scheint, als suchte Hefner mit dem sinkenden Erfolg von Playboy mehr Privatsphäre und ein etwas (für seine Verhältnisse) ruhigeres Leben und dies drückte er durch Architektur bzw. sein Wohnumfeld aus. Ein großes Landhaus mit weitläufigem Garten in der Vorstadt statt einem Penthouse im Stadtzentrum. Auch privat ging er es ab den 70ern ruhiger an, 8 Jahre war Hugh mit der 24 Jahre jüngeren Barbi Benton liiert.

⁹⁶ William Kiedaisch: *How a Cartoonist Lives* in *Chicago Daily News*, 21.3.1953 in: (Fraterrigo, 2009) S.16

Das Sinken des Playboy-Sterns vom Erfolgshimmel hält weiter an, aktuell steht die Mansion zum Verkauf, unter der Bedingung, dass Hugh Hefner ein lebenslanges Bleiberecht erhält.⁹⁷

Für 200 Millionen US-Dollar könnte man also ein Stück Geschichte kaufen oder anders gesagt, eine renovierungsbedürftige Villa im Tudorstil.

Vielleicht wäre es wünschenswert, wenn das Magazin wieder zu alten Werten und so zum alten Glanz der 60er zurückkehren würde. Vielleicht ist aber seine Zeit einfach gekommen und es ist gut so, wie es ist.

⁹⁷ <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-35288460>

4. Résumé

In dieser Arbeit wurde der Einfluss des Magazins Playboy während seiner Anfangszeit auf das amerikanische Leben und Wohnen untersucht. Das Ziel war es, die starke Präsenz von Architektur und Design zu zeigen und in welcher Verbindung diese mit dem Erfolg des Heftes stand. Der Playboy beeinflusste die Sicht auf Architektur und Wohnen der amerikanischen Gesellschaft und wiederum wurde Architektur zum fixen Bestandteil im Heft. „No Playboy without architecture“, wie Beatriz Colomina sagte. Als erstes Massenmedium brachte es in großem Ausmaß seiner Leserschaft Architektur näher. Playboy war das auflagenstärkste Magazin seiner Zeit und schaffte es somit, eine immense Reichweite zu entwickeln. Man könnte Playboy als das erste erfolgreiche Architekturmagazin bezeichnen.

Auf eine Weise zeigte Hugh Hefners Heft und gleichzeitig seine eigenes Verhalten neue Lebensformen auf. Eine eigene Art von „Lebemann“ wurde dargestellt, der dem Genuss und dem Schönen huldigt. Wie in Hefners eigenem Leben, wurde der Innenraum zum maßgebenden Lebensraum erkoren. Die nachzueifernde Figur des erfolgreichen Playboys, des unabhängigen Bachelors, wurde als „Indoor Man“ dargestellt, der seine Zeit am liebsten drinnen verbringt. Er wurde zum Vorbild für viele junge/junggebliebene Männer. Aus dieser Definition des „Indoor Man“ entwickelten sich die Themen im Heft und die Affinität zur Architektur.

Playboy hat die Architektur nicht neu erfunden, leistete dieses Magazin aber einen außerordentlichen Beitrag für die Erkenntnis der Bedeutsamkeit von Architektur.

Der Zeit weit voraus wurden Aspekte des Wohnens dargestellt, die auch heute noch gültig sind. Die Artikel zeigten, dass es da draußen auch Alternativen zu dem geklonten Vorstadthaus und dem 20 mm Rasen vor der Tür gibt. Eine Alternative zum gepriesenen Familienleben. Playboy machte klar, wie wichtig der umbaute Raum ist, der uns tagtäglich umgibt, in dem wir uns jeden Tag aufhalten und wie sehr der eigene Wohnraum unser Leben beeinflusst bzw. widerspiegelt. Auf der anderen Seite ist diese Art des ständigen Innenlebens, des Immer-drinnen-lebens auch zu hinterfragen. Dieses Fokussieren auf den Innenraum und das Ablehnen des Außenraums, wirkt als ob die Leser des Playboys zur Agoraphobie getrieben wurden. Auch der Lebensstil von Hugh Hefner, der Pate stand für die Inhalte des Magazins, ist wahrscheinlich nicht der gesündeste für Körper und Seele. Er selbst gab zu, dass er sein Haus nur ungern verlässt.

Eine Art Kontrollzwang könnte ein Grund für dieses Leben sein, im eigenen Haus kennt man jeden Quadratmeter, und kann alles überwachen. Die immense technische Ausstattung mit Kameras, Lautsprechern, elektronischen Türöffnern, etc. der imaginären Playboy-Architektur im Heft sowie der Mansions weist auf den Drang nach Kontrolle hin. Ein Playboy überlässt nichts dem Zufall.

Die Playboy-Architektur war eine Mischung von Einflüssen der damals aktuellen Architektur- und Designströmungen und einer eigenen Lebens- und Genuss-bejahenden Formensprache. Die Ausstattung mit technischen Feinheiten hatte oberste Priorität und zeigt Ideen im Bereich Haustechnik, die erst Jahrzehnte später am Markt wichtig wurden und heute unter dem Begriff „Smart Living“ oder „Intelligentes Wohnen“ bekannt sind. Zukunftsweisende, unkonventionelle Aspekte waren stets Teil von *Playboy Enterprises*.

Die Designer der Playboy-Redaktion zählten bei ihren Entwürfen auf Komfort und Wohlbefinden, brachten Ideen für die Ausstattung der eigenen vier Wände in die Köpfe der Leser, an die sie zuvor nicht gedacht hatten. Man könnte dem Magazin vorwerfen, dass die gezeigten Häuser und Wohnungen übertrieben sind, mit zu viel technischem Schnick Schnack ausgestattet und sowieso für den Großteil der Menschheit nicht leistbar. Doch muss man groß träumen können, um eine Veränderung zu schaffen. Wie gern sieht man sich selbst Hochglanzdrucke in Magazinen von höchstwahrscheinlich niemals leistbarem Eigentum an und erfreut sich am Anblick?

Mit der präzisen Detailverliebtheit, den anschaulichen Renderings und der genauen Auflistung der gezeigten Möbel bekam man die Möglichkeit sich bei fehlenden Millionen am Bankkonto auch nur ein kleines Stück *Playboy-Lifestyle* nach Hause zu holen. Gleichzeitig wurde Playboy zu einem Werbemedium für moderne, vielfach skandinavische Möbel und ihre Designer.

Mit der Ideologie, die Innenstadt als attraktiven Wohnraum darzustellen, wendete sich der Playboy gegen den damaligen Trend der Abwanderung in die Vorstädte.

Das Magazin zeigte, wie Wohnen im Zentrum einer Stadt aussehen kann, welche Vorteile es bietet und wie lebenswert es sein kann. Damit wurde ein Zeichen gegen die Zersiedlung der Städte gesetzt.

Hervorzuheben ist der enge Kontakt mit den Lesern: Ihre Meinung war wichtig und in den Ausgaben wurde sowohl Lob als auch Kritik abgedruckt, und das in umfangreicher Weise

jeweils am Anfang einer Ausgabe. Auf Fragen und Anregungen zu Artikeln reagierte die Redaktion öffentlich und druckte die Antworten im darauf folgenden Heft ab. Nie zu ernst zu nehmen, pflegten die Redakteure einen amüsanten Umgangston, stets unterhaltsam und interessant zu lesen.

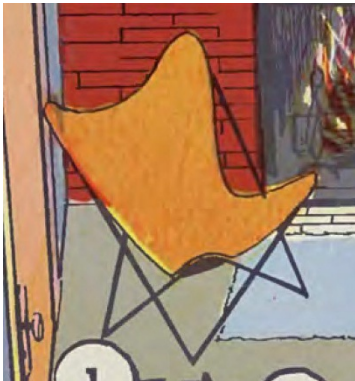
Die Rolle des Playboy als Unterhaltungsmagazin mit wirklich guten Artikeln zu den verschiedensten Themen und vor allem der Architektur scheint in Vergessenheit zu geraten, heute ist der Satz „Playboy lese ich nur wegen der Artikel“ eine belächelte Ausrede, doch entsprach es in den ersten Jahrzehnten seines Erscheinens tatsächlich der Wahrheit.

In Zukunft wollen die Herausgeber zurück zu den Wurzeln und wieder vermehrt auf gehaltvolle Beiträge setzen und weniger auf nackte Tatsachen, so war es zumindest im Oktober 2015 in der *New York Times* zu lesen.⁹⁸ Es bleibt zu hoffen, dass Architektur und Design wieder an Bedeutsamkeit im Heft gewinnen und wie damals, in den 1950er/60er Jahren, wertvolle Artikel zum Thema erscheinen.

⁹⁸ Somaiya, Ravi: *Playboy to Drop Nudity as Internet Fills Demand* in New York Times, 12.10.2015

5. Inventarliste

5.1. Playboy's Progress



Hardoy Butterfly Chair, 1938
Design: Hardoy/Bonet/Kurchan
Produzent: Knoll



Womb Chair, 1948
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll

5.2. Playboy's Penthouse Apartment



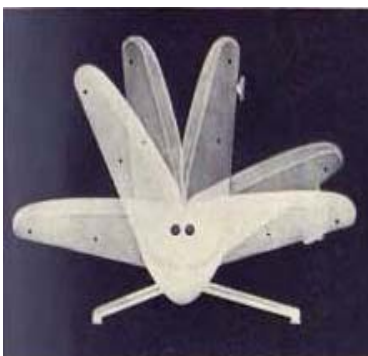
Maria Flap Table, 1936
Design: Bruno Mathsson
Produzent: Mathsson



Thin Edge Cabinet, 1952
Design: George Nelson
Produzent: Herman Miller



Carlo di Carli Armchair, 1950
Design: Carlo di Carli
Produzent: M.Singer & Sons



D70 Couch, 1954
Design: Osvaldo Borsani
Produzent: Tecno



P40 Chair, 1955
Design: Osvaldo Borsani
Produzent: Tecno



Womb Chair, 1948
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll



Womb Sofa, 1950
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll



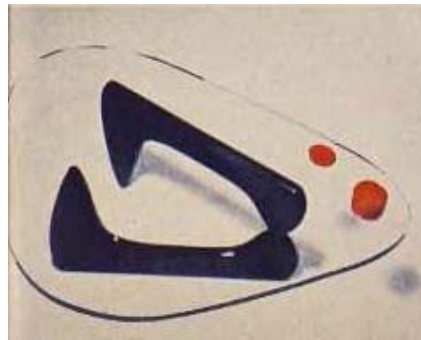
Rocking Stool, 1954
Design: Isamu Noguchi
Produzent: Knoll



LCW Chair Plywood Group
Design: Charles & Ray Eames
Produzent: Herman Miller



T Angle 305 Table, 1952
Design: Florence Knoll
Produzent: Knoll



Coffee Table
Design: Isamu Noguchi
Produzent: Herman Miller



Swivel Chair, 1950
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll



Bertoia Bench, 1952
Design: Harry Bertoia
Produzent: Knoll



Square Back Easy Chair, 1936
Design: Gilbert Rohde
Produzent: Herman Miller



Lounge Chair, 1956
Design: Ch. & R. Eames
Produzent: Herman Miller



Cabinet #542, 1952
Design: Florence Knoll
Produzent: Knoll



Desk #1500, 19??
Design: Florence Knoll
Produzent: Knoll



Vanity Seat, 1948
Design: George Nelson
Produzent: Herman Miller

5.3. Playboy's Weekend Hideaway



Rocking Chair, um 1950
Design: Folke Ohlsson
Produzent: Dux



Modular Credenza, 1950
Design: Jens Risom
Produzent: Knoll



Chaise, um 1950
Design: unbekannt
Produzent: Burton James Associates



Maria Table, 1936
Design: Bruno Mathsson
Produzent: Karl Mathsson



Teak Chair, um 1950
Design: unbekannt
Produzent: Norskand



Cocktail Table, 1955
Design: unbekannt
Burton James Associates



Bar Stool, 1950
Design: Erik Buch
Produzent: G. Tanier



Chair EA119, 1958
Design: Ch. & R. Eames
Produzent: H. Miller



Lounge Chair NV53, 1953
Design: Finn Juhl
Produzent: Niels Vodder



Hardoy Butterfly Chair, 1938
Design: Hardoy, Bonet, Kuchan
Produzent: Knoll

5.4. The Playboy Town House



Tulip Chair, 1958
Design: E. & E. Laverne
Produzent: Laverne



Sofa, 1949
Design: Edward Wormley
Produzent: Dunbar



T Chair, 1952
Design: Katavolos, Littell, Kelly
Produzent: Laverne



Cone Chair, 1958
Design: Verner Panton
Produzent: G. Tanier



Bar Stool, um 1960
Design: E. & E. Laverne
Produzent: Laverne



Tulip Table, 1955
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll



Tulip Chair, 1955
Design: Eero Saarinen
Produzent: Knoll



Fire Place, um 1950
Design: unbekannt
Produzent: Vega



Barcelona Chair, 1928
Design: L. Mies van der Rohe
Produzent: Knoll



Plastic Armchair, 1950
Design: Ch. & R. Eames
Produzent: H. Miller

6.Quellen

6.1.Literaturverzeichnis

- Banham, R. (April 1960). I'd Crawl a Mile for ... Playboy. *Architect's Journal* , S. 527-527.
- Billard, E. B. (2004). *the presence of the case study houses*. Basel: Birkhäuser.
- Cohan, S. (1997). *Masked Men: Masculinity and the Movies in the Fifties*. Bloomington: Indiana University Press.
- Colin, C. (28. Dezember 1999). Hugh Hefner. *Salon* .
- Colomina, B. (2003). *Cold War Hothouses - Inventing Postwar Culture from Cockpit to Playboy*. New York: Princeton Architectural Press.
- Colomina, B. (2014). *Playboy Architecture 1953-79. Begleitheft zur Ausstellung*. Frankfurt: DAM.
- Colomina, B. (1996). *Privacy and Publicity. Modern Architecture as Mass Media*. Woburn: DEKR Corporation.
- Depkat, V. (2008). *Geschichte Nordamerikas*. Köln: Böhlau.
- Fraterrigo, E. (2009). *Playboy and the Making of the Good Life in Modern America*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Giedion, S. (1985). *Befreites Wohnen*. Frankfurt am Main: Syndicat.
- Giedion, S. (2015). *Raum.Zeit.Architektur*. Basel: Birkhäuser Verlag GmbH.
- Handy, B. (22. april 2011). A Bunny Thing Happened: An Oral History of the Playboy Clubs. *Vanity Fair*.
- Hayden, D. (Jänner 1980). What would a non-sexist city be like? Speculations on housing, urban design and human work. *Signs Journalon of Women in Culture and Society*.
- Hefner, H. (Dezember 1953). Ausgabe 1 . *Playboy* .
- Kiedaisch, W. (21. März 1953). How a Cartoonist Lives. *Chiacago Daily News* , S. 8.
- Mumford, L. (1975). *architecture as a home for man*. New York: Architectural Record.
- Neumeyer, F. (1986). *Mies van der Rohe. Das kunstlose Wort. Gedanken zur Baukunst*. Berlin: Siedler.
- Pollak, S. (2004). *Leere Räume. Weiblichkeit und Wohnen in der Moderne*. Wien: Sonderzahl Verlagsgesellschaft m.b.H.
- Preciado, B. (2012). *Pornotopia - Architektur, Sexualität und Mulitmedia im Playboy*. Berlin: Klaus Wagenbach.
- Ruff, J. (4. Oktober 2007). Levittown: The Archetype of Suburban Development. *History Net*
- Schwab, A. (1973). *Das Buch vom Bauen. 1930 - Wohnungsnot, neue Baukunst aus sozialistischer Sicht*. Düsseldorf: Bertelsmann.
- Schwarting, A. K. (2005). *Building America. Die Erschaffung einer neuen Welt*. Dresden: Thelem.
- Sewell, J. E. (2011). *Power, Sex and Furniture: Masculinity and the Bachelor Pad in 1950s-60s America*.
- Somaiya, R. (12. Dezember 2015). Playboy to Drop Nudity as Internet Fills Demand. *New York Times*.
- Watts, S. (2008). *Mr. Playboy. Hugh Hefner and the American Dream*. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc.

Playboy Artikel

The Kitchenless Kitchen in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1959
Playboy's Penthouse Apartment in Playboy Magazin, Ausgabe September 1956
Dear Playboy in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1956
Designs for Living in Playboy Magazin, Ausgabe Juli 1961
One wonderful chair in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1954
R. Buckminster Fuller: *The City of the Future* in Playboy Magazin, Ausgabe Januar 1968
Slenderella in the Sky in Playboy Magazin, Ausgabe August 1958
Ray Russel: *The Builder* in Playboy Magazin, Ausgabe August 1954
Highlife in the Round in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1968
New Haven Haven in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1969
The Playboy Bed in Playboy Magazin, Ausgabe April 1965
Airy Aerie in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1964
Manhattan Tower in Playboy Magazin, Ausgabe August 1965
Duplex Digs in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1965
Playboy's House Party in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1959
The Playboy Bed in Playboy Magazin, Ausgabe November 1959
Playboy's Electronic Entertainment Wall in Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1964
Playboy's Patio-Terrace in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962
The Playboy Townhouse in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962
The Playboy Mansion in Playboy Magazin, Ausgabe Januar 1966
Dear Playboy in Playboy Magazin, Ausgabe Juli 1959
Playboy's Weekend Hideaway in Playboy Magazin, Ausgabe April 1959
Dear Playboy in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1956
About the first Half Decade in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1958
Playboy's Penthouse Apartment in Playboy Magazin, Ausgabe September 1956
Playboy's Progress in Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1954
Volume I Number I in Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953
The Playboy Reader in Playboy Magazin, Ausgabe September 1955

6.2.Internetseiten

http://www.bureau-europa.nl/en/manifestations/playboy_architecture_1953_1979/
http://mediamodernity.princeton.edu/index.php?option=com_content&view=article&id=134:architecture-in-playboy&catid=119&Itemid=547
<https://www.princeton.edu/main/news/archive/S36/78/61O37/index.xml?section=featured>
<http://www.welt.de/vermischtes/article150814413/Hugh-Hefner-verkauft-Villa-fuer-200-Millionen-Dollar.html>
<http://www.magnumphotos.com/Catalogue/Burt-Glenn/1966/USA-1966-Hugh-HEFNER-NN1119060.html>
<http://www.meathaus.com/townhouse/>
<http://archpaper.com/news/articles.asp?id=7924#.VICHkL-zIFU>
<https://www.youtube.com/watch?v=gxh02n0NNJg>
<http://www.playboyenterprises.com/>
<http://www.chibarproject.com/Memorial/PlayboyClub/PlayboyClub.htm>
<http://www.vanityfair.com/culture/photos/2011/05/vintage-playboy-bunnies-slide-show-201105#14>

<http://www.getthefive.com/articles/the-idealist/five-origins-1961-icons-of-midcentury-design-featur/>
<http://selvedgeyard.com/2009/03/17/the-mad-men-of-modern-design/>
<http://imgur.com/a/9759s/embed?background=161616&link=c90467#11>
<http://www.home-designing.com/2010/10/mid-century-modern-classic-chairs>
<http://www.explayboybunnies.com/history/byebunnies/byebunnies.html>
<http://www.bbc.com/news/world-us-canada-35288460>
<https://www.youtube.com/watch?v=F-95qfa956A>
<http://playboyclublondon.com/membership/>
<http://www.salon.com/1999/12/28/hefner/>
<http://www.aaschool.ac.uk/VIDEO/lecture.php?ID=2248>
<http://volumeproject.org/volume-33-beatriz-colomina-radical-interiority-playboy-architecture-1953-1979/>
<http://www.housebeautiful.com/room-decorating/kitchens/g393/kitchens-1950s-0609/?slide=3>
<http://www.historynet.com/levittown-the-archetype-for-suburban-development.htm>
<http://www.elle.com/culture/career-politics/a33168/inside-the-secret-sisterhood-of-women-who-worked-at-playboy/>
<https://www.onekingslane.com/info/home/jens-risom-chairs/#.VngyJkZiFU>
<https://bfi.org/sites/default/files/attachments/pages/CandidConversation-Playboy.pdf>
http://mediamodernity.princeton.edu/index.php?option=com_content&view=article&id=134:architecture-in-playboy&catid=119&Itemid=547
<http://www.shmoop.com/1950s/culture.html>
<http://magzus.com/archive/playboy/page/10/>
<http://www.fuelyourillustration.com/1950s-illustration-when-mass-media-met-pop-culture/>
<https://vimeo.com/69680750>
<http://www.nicholaspajerski.com/Modeling-for-Playboy>
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Playboy>

6.3. Abbildungsnachweis

Abbildung Titelblatt: Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.2
 Abbildung 1: <http://www.public.asu.edu/~icprv/courses/hst598%20urban/new%20urban%20web/Levittown.htm>
 Abbildung 2: <http://www.nicholaspajerski.com/Modeling-for-Playboy>
 Abbildung 3: http://www.bureau-europa.nl/en/manifestations/playboy_architecture_1953_1979/
 Abbildung 4: Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, Titelseite
 Abbildung 5: Playboy Magazin, Ausgabe Dezember 1953, S.2
 Abbildung 6: <http://www.pencil.com/gallery.php?p=167822139283>
 Abbildung 7: Playboy Magazin, Ausgabe Jänner 1959, S.88
 Abbildung 8: Elisabeth Fratterigo: *Playboy and the Making of the Good Life in Modern America*, Oxford University Press Inc., 2009, S.16
 Abbildung 9: Beatriz Preciado: *Pornotopia – Architektur, Sexualität und Multimedia im Playboy*, Klaus Wagenbach, 2012
 Abbildung 10: <https://www.pinterest.com/pin/429319776956543445/>
 Abbildung 11: <http://www.villapalladio.nl/recensies/playboy-architectuur/>

Abbildung 12: <http://www.chicagomag.com/Chicago-Magazine/August-2012/Hugh-Hefners-Hutch-Sells/>

Abbildung 13: Karte von <https://www.google.at/maps>

Abbildung 14: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.58

Abbildung 15: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.59/60

Abbildung 16: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.61

Abbildung 17: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.73

Abbildung 18: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.49

Abbildung 19: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.52

Abbildung 20: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.90

Abbildung 21: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.94/95

Abbildung 22: Playboy Magazin, Ausgabe August 1963, S.96

Abbildung 23: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1964

Abbildung 24: Playboy Magazin, Ausgabe November 1959, S.66

Abbildung 25: Playboy Magazin, Ausgabe April 1965, S.84

Abbildung 26: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1964, S.71

Abbildung 27: Playboy Magazin, Ausgabe April 1966, S.120

Abbildung 28: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1968

Abbildung 29: <http://www.metropolismag.com/Why-Charles-Moore-Still-Matters/index.php?cparticle=3&siarticle=2#artanc>

Abbildung 30: <http://dohermes.livejournal.com/1177797.html>

Abbildung 31: <http://cityrag.com/2011/09/playboy-club-time-machine/>

Abbildung 32: <https://www.pinterest.com/pin/269090146457347570/>

Abbildung 33: <http://thedude.oucreate.com/uncategorized/eames-case-study-no-8-eames-house-charles-and-ray-eames/>

Abbildung 34: Playboy Magazin, Ausgabe August 1954, S.11

Abbildung 35: Siegfried Giedion: *Raum. Zeit. Architektur*, Birkhäuser Verlag, 2015

Abbildung 36: The Glass House Brochure: <http://860880lakeshoredrive.com/1957-brochure/>

Abbildung 37: <https://bfi.org/design-science/primer/candid-conversation-visionary-architectinventor-philosopher-r-buckminster>

Abbildung 38: <http://selvedgeyard.com/2009/03/17/the-mad-men-of-modern-design/>

Abbildung 39: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1955, S.31

Abbildung 40: Playboy Magazin, Ausgabe Februar 1958, S.33

Abbildung 41: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1959, S.53

Abbildung 42: <http://playboyclublondon.com/>

Abbildung 43: Foto von James Newton siehe <http://www.e-architect.co.uk/london/playboy-club-london>

Abbildung 44: Foto von Jim Bartsch siehe <http://www.latimes.com/business/realstate/hot-property/la-fi-hotprop-playboy-mansion-for-sale-20160111-story.html>

Inventarliste

Hardoy Butterfly Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1954, S.22
Womb Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1954, S.22
Maria Flap Table: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.56
Thin Edge Cabinet: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.56
Carlo di Carli Armchair: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.56
D70 Couch: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.57
P40 Chair: <http://veiling.catawiki.nl/kavels/309355-osvaldo-borsani-borsani-p40-lounge-chair>
Womb Chair: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.57
Womb Sofa: <https://sumally.com/p/141343>
Rocking Stool: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.57
LCW Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.67
T Angle 305 Table: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.57
Coffee Table: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.67
Swivel Chair: <https://www.flickr.com/photos/acesfinds/8786887990>
Bertoia Bench: <https://www.etsy.com/ca/listing/130250750/reserved-for-w-vintage-bertoia-bench-or>
Square Back Easy Chair: https://www.1stdibs.com/furniture/seating/armchairs/gilbert-rohde-herman-miller-art-deco-square-back-easy-chair-no-3681/id-f_1813673/
Lounge Chair: <http://www.californiamarkt.com/market/living-room>
Cabinet #542: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.67
Desk #1500: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.69
Vanity Seat: Playboy Magazin, Ausgabe Oktober 1956, S.68
Rocking Chair: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.53
Modular Credenza: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.53
Chaise: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.53
Maria Table: Playboy Magazin, Ausgabe September 1956, S.56
Teak Chair: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.53
Cocktail Table: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.54
Bar Stool: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.54
Chair EA119: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.54
Lounge Chair: Playboy Magazin, Ausgabe April 1959, S.54
Hardoy Butterfly Chair: https://www.liveauctioneers.com/item/11455504_jorge-ferrari-hardoy-original-butterfly-chair
Tulip Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.88
Sofa: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.88
T Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.88
Cone Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.90
Bar Stool: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.90
Tulip Table: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.88
Tulip Chair: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.90
Fire Place: Playboy Magazin, Ausgabe Mai 1962, S.90
Barcelona Chair: Creative-Commons-Lizenz, I.Sailko
Plastic Armchair: http://www.designathome.de/moebel/sitzen/stuehle/eames_plastic_armchair-dax_sitzpolster