

Rose O'Neill - Mutter der Kewpies

Rose Cecil O'Neill wurde 1874 in Wilkes-Barre, Pennsylvania als Kind eines Iren und einer holländischen Lehrerin geboren. Ihr Vater besaß einen Laden für Künstler- und Zeichenbedarf und unterstützte sie frühzeitig in ihren künstlerischen Ambitionen. Mit 16 war Rose O'Neill bereits eine erfolgreiche frei schaffende Künstlerin und verkaufte Comiczeichnungen und Illustrationen an *Punch*, *Truth*, *Harper's Bazaar*, *Life* u.a. 1893 zog sie nach New York, um in eine Zeichenschule einzutreten. Bereits drei Jahre später, mit 22, war sie zur bekanntesten Illustratorin der Zeitschrift *Puck* aufgestiegen.

Nach zwei gescheiterten Ehen, unter anderem mit ihrem Redakteur Harry Leon Wilson, zog sich Rose 1908 kinderlos und enttäuscht zurück in ihr Elternhaus. Die kleinen Engelchen, die ihr im Traum erschienen, zeichnete sie auf und nannte sie zunächst „funny, roly-poly creatures“. Als „Kewpies“ hatten sie ihren ersten Auftritt 1909 in der Weihnachtsausgabe der Zeitschrift *Ladies Home Journal*. Sie erreichten sofort große Beliebtheit und erschienen daraufhin als Comics, Zeichnungen oder Kurzgeschichten auch in einer Reihe anderer Zeitschriften.



Im Jahre 1913 ließ Rose O'Neill ihre Kreaturen patentieren und kurz darauf wurden die ersten Kewpie-Puppen aus Biskuitporzellan, unter der persönlichen Aufsicht von Rose O'Neill in Deutschland produziert. Von 1914-1917 lösten die Puppen in Amerika einen wahren „Kewpie-Wahn“ aus. Der Markt war bald überschwemmt mit Konsumartikeln mit dem Kewpie-Motiv: vom Strumpfhalter und Jell-O Pudding bis Dosenmais

Rose O'Neill nutzte ihren rasch wachsenden Reichtum unter anderem zur Förderung der Künste. In der Öffentlichkeit erschien sie gern in fließenden Gewändern und barfuß, veröffentlichte Gedichte und Romane. Ihr letzter Entwurf war 1940 der kleine lachende Buddha „HO HO“. 1944 starb Rose O'Neill umgeben von zahlreichen Kewpie Puppen an Herzversagen. Ihre Memoiren wurden 1997 posthum veröffentlicht.

Erste Kewpies aus Deutschland/Thüringen

„Nach den neuesten Gesetzen der Mode muss jedermann seinen eigenen Schutzengel haben, den er, um seiner Sache ganz sicher zu sein, für alle vorkommenden Fälle auch gleich bei sich trägt.“, berichtete 1914 die Porzellan-Fachzeitschrift *Sprechsaal* ihrer staunenden Leserschaft über ein Phänomen, das der deutschen Spielzeug-Industrie riesige Aufträge sicherstellte und die Exportzahlen in die USA in die Höhe schnellen ließ. Es waren die „Kewpie“ genannten Porzellanpüppchen, die von der Firma Georg Borgfeldt & Co. nach den Vereinigten Staaten in großen Mengen ausgeführt wurden. Beauftragt mit der Produktion war zunächst die renommierte Porzellanfabrik Kestner & Comp. aus Ohrdruf in Thüringen.



Die ersten Kewpies wurden aus Biskuitporzellan hergestellt; zweifach gebranntes Porzellan ohne Glasur, dessen samtige matte Oberfläche einer weichen Babyhaut ähnelt. Hautfarbe, Gesichtszüge und andere Details wurden zwischen den Bränden aufgemalt. Die Kewpies aus Thüringen wurden in allen Ausführungen und Größen, meist splitternackt, geliefert mit einem kleinen, roten herzförmigen Papieraufkleber „Kewpie Germany“. Schon bald konnte die Firma nicht mehr so schnell liefern, wie dieser Modeartikel verlangt wurde.

Weitere Hersteller von Biskuit-Kewpies wurden beauftragt: die Firmen Gebr. Voigt in Sitzendorf sowie Hermann Voigt in Schaal. Als die Exporttarife nach Gewicht berechnet wurden, ersetzte man das schwere, zerbrechliche Biskuit durch Zelluloid. Das leichte, unzerbrechliche und abwaschbare Zelluloid ist ein ideales Material für gebrauchtsresistente Puppen. Mit Stoff-Kewpies versuchte sich Margarete Steiff in Giengen wenig erfolgreich. Neben den klassischen Materialien wurden Kewpies auch aus Gummi und sogar aus Seife angeboten. Später wurde „Komposit-Material“ verwendet, eine Mischung aus Papierbrei, Holzspänen, Ton, Sand, Gips, gemahlene Knochen und Leim. Aus diesem Material konnten auch bewegliche Beine angefertigt werden.



Als eine ganze Schiffsladung mit für Amerika bestimmten Kewpies aus Deutschland vor der englischen Küste auf Grund lief, verlor Deutschland als Produktionsstandort an Bedeutung.

Die Kewpie-Welle in Deutschland dauerte bis weit in die 1920er Jahre. Heute sind Kewpie hierzulande nahezu unbekannt.

Kewpie-Modelle

Der Name „Kewpie“ ist eine Ableitung von „Cupido“, dem Sohn der römisch-griechischen Göttin der Liebe Venus. O’Neill betonte jedoch, dass ihre kleinen Kreaturen das Gegenteil des klassischen Amor seien, da sie nur gute Taten vollbringen: Vogeleier wärmen, verlorene Kinder suchen und finden, mit einsamen Geistern spielen, kleinen Feen eine echte Mutter finden, eben auf ihre charmante, oft eigenwillige Art helfen. Als Inspiration diente ihr die Erinnerung an ihre Brüder, denen sie als Säuglinge die Haare zu demselben spitzen „Haarknoten“ gezwirbelt hatte, der später zu einem der Merkmale der Kewpies werden sollte.



Das erste in Deutschland hergestellte Kewpie-Modell war die „Stehende Kewpie“: nackt, aufrecht, mit blauen Flügelchen, die anfangs noch am Hals angebracht waren, wo man sie besser sah, ausgestreckten Händchen und beweglichen Armen. Fast gleichzeitig entstand „Der Denker“: in derselben Pose wie Rodins berühmte Statue sitzt diese Figur mit angewinkelten Beinen, den Kopf auf die Hände gestützt. Es folgten noch weitere „Action Kewpies“ in einer Vielzahl von Posen: Cowboys, Gärtner, Bauern, Hochzeitspaare, Gitarrenspieler, Soldat mit Hund oder Schmetterling. Etwa 60 Motive sind aus der Anfangszeit verbürgt.



Heute sind die Erscheinungsformen der Kewpies schier unbegrenzt. Sie erscheinen auf T-Shirts, Schmuck, Accessoires, Verpackungsmaterial, als Schlüssel- oder Handyanhänger, auf Stiften, Kalendern Briefpapier u.v.a.m.

Es gibt sie in grün, rosa, gelb, schwarz, braun oder blau, als Weihnachtsmann oder als traditioneller Held Miyamoto Musashi.



Die Kewpie-Figur ist heute vollkommen in die japanische Popkultur integriert, so dass es sogar zu Verdoppelungen beliebter Figuren kommt: als Kewpie-Doraemon oder als Kewpie-Ultraman.

Kewpie-Produktion in Japan

Die Produktion von Kewpie-Puppen begann in Japan 1913 fast zeitgleich mit der in Deutschland. Die japanischen Produzenten erhielten vorerst nur eine einjährige Lizenz, deutsche Modelle wurden parallel bis etwa 1917 importiert.

Das deutsche und das japanische Modell aus demselben Jahr sind sich in allen wesentlichen Punkten gleich, außer den Augenbrauen. Sind sie im deutschen Produkt analog zu den Entwürfen von Rose O'Neill nur zwei Punkte, so verlaufen sie beim japanischen Modell schräg abwärts und sind länger.

Das Besondere der japanischen Kewpies war und ist ihre Eigenwilligkeit und Freizügigkeit im Design. Hielten sich die Hersteller in Europa und Amerika treu an die Vorgaben der Erfinderin, so weichen die Produkte in Japan von Anfang an vom Vorbild ab, zeigen eine kreative Vielfalt von Motiven und Erscheinungsbildern.

Zu den „Japanisierungen“ zählen Kewpie-Puppen in traditioneller Festkleidung, die sogenannten „Matsuri-Kewpie“ mit den Wappen und Namen von Kabuki-Darstellern, als Priester, Adliger, Hochzeitspaar in traditioneller Kleidung, Geisha, oder als Gestalten aus der Sagenwelt, wie Momotarô und Kintarô.



Nachdem in der Folge des I. Weltkrieges in Deutschland die Produktion von Zelluloid-Spielzeug nahezu zum Erliegen kam und Amerika durch den Schwarzen Freitag und die Wirtschaftskrise gelähmt war, stieß Japan blitzschnell an die Weltspitze vor. 1927-1937 wurden 70-80% des weltweiten Zelluloid-Spielzeugs in Japan hergestellt. Kewpies wurden zum preiswerten, für jedermann erschwinglichen Maskottchen und Symbol dieses wirtschaftlichen Erfolgs.

Komposit-Kewpies hatten in Japan ihren Höhepunkt in den 20/30er Jahren und wurden in Amerika bis 1946 produziert. Nachdem dort 1954 die Produktion von Zelluloid-Spielzeug wegen der hohen Entflammbarkeit verboten wurde, ging man zu weichem Vinyl über.

Kewpie in Japan vor/nach dem II. Weltkrieg

1913-1930 sind die Jahre des großen Kewpie-Booms in Japan. Nicht nur der Verkauf der preiswerten Zelluloid-Puppen erzielt Rekordzahlen, auf Postkarten und in der Produktwerbung ist Kewpie eines der meist verbreiteten Motive.



1926 wird anlässlich der Kinder-Expo vor dem Bahnhof in Kioto ein überdimensionaler Turm errichtet, auf dem mit ausgebreiteten Armen eine Kewpie stand. Kewpie zierten die Titelseiten der japanischen Frauenmagazine und Kinderbücher. Soldaten ließen sich zum Abschied mit Kewpies fotografieren.

Zu den freien späteren Adaptionen gehören auch Kewpies als Negerpuppe, sowie ab 1935 Soldaten-Kewpies in Uniform bis hin zu Hitler-Kewpies.



Als während des II. Weltkrieges die Puppen des Feindes in den Schulen von den Kindern selbst öffentlich verbrannt werden mussten, waren Kewpies weitestgehend assimiliert, fielen also nicht unter die Kategorie der „Puppen mit blauen Augen“.



Auf Beschluss der amerikanischen Besatzungsmacht, durften Kewpies sofort nach dem Krieg wieder produziert und exportiert werden. Sie trugen die Aufschrift „Made in occupied Japan“.

Männer wie Frauen um die 60 herum erinnerten sich in einer Umfrage, wie sie ihre kleine Zelluloid-Kewpie während und nach dem Krieg als wertvollen Schatz gehütet haben, gerade, als es kaum etwas zu essen gab. Wenn nach dem Krieg zum Mädchenfest im März der kaiserliche Hofstaat von kostümierten Kindern nachgestellt wurde, dann wurde die Riege erweitert durch eine Kewpie-Figur als Friedensbote und Symbol der Demokratisierung.

Kewpie dienten als Demonstrationsobjekt in Krankenhäusern und beim Schwimmunterricht. Bis Ende der 50er Jahre lernten junge Mütter in Japan an Kewpie-Puppen, wie man ein Baby windelt.

Bis zum Verbot der Einfuhr von Zelluloid-Spielzeug nach Amerika 1954 expandierte die Branche auch nach dem II. Weltkrieg weiter. Trotz der Umstellung auf weiches Vinyl und andere Plastiken verloren die Kewpies nach und nach ihre Monopolstellung an andere beliebte „Character“.

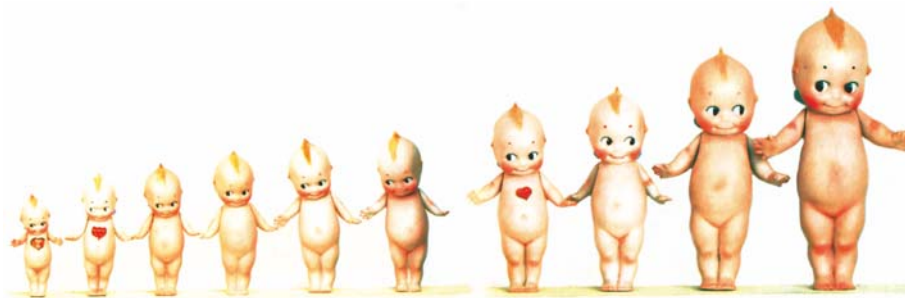
Phänomen Kewpie

Bereits mit Beginn der Meiji-Ära (1868-1912) sind westliche Puppen nach Japan importiert worden, blieben aber fremdartig. Wieso konnten sich Kewpies durchsetzen und zu einem Produkt der Massenkultur werden?

Ein Grund war ihre Erschwinglichkeit. Traditionell gab es die babyähnlichen, runden, talismanartigen *Gosho ningyô* (Kaiserpalast-Puppen), Geschenke an Adlige zur Geburt eines Kindes. Kewpie war endlich die preiswerte Puppe für jedermann.

Kewpies verweigern sich der Zuordnung zu einer menschlichen Rasse. Das Unbestimmte der beflügelten babyhaften niedlichen Wesen erleichterte den Konsumenten in Japan die Integration im Gegensatz zu den westlichen Menschenpuppen. Lediglich Tierfiguren schafften den Durchbruch leicht. Kewpies haben dunkle, also japanische Augen. Erst in den Augen der späten Vinyl-Kewpies oder bei Raubkopien findet sich ein leicht blauer Rand. Das geringe blonde Haar hebt sich nur wenig von der Körperfarbe ab und erinnert an den *chonmage*-Zopf der Samurai. Die Gesichtszüge sind stilisiert, selbst der Mund ist lediglich ein lächelnder Strich ohne ausgeformte Lippen, was der Phantasie genügend Raum lässt. Die Stupsnase erinnert in keiner Weise an die „lange“ Nase eines Europäers.

In japanischen Märchen und Mythen nehmen Menschen oft ein Findelkind zu sich, ziehen es auf und werden dafür belohnt. Auch Kewpies werden mit nach Hause genommen, um ihrem Besitzer Freude zu bringen. Sie ähneln den Glücks- und Schutzgottheiten. Selbst der dicke Bauch gilt als Glückssymbol: wer viel isst, ist zufrieden und wird schnell groß - ein ersehntes Ideal in Zeiten von Hunger und Krieg



Die Geschlechtslosigkeit der Kewpies findet ein Pendant in der buddhistischen Vorstellung, dass Bodhisattva ihre Erscheinung und ihr Geschlecht verändern können, um mehr Menschen zu retten. Sie sind Mittler zwischen dem jenseitigen Welt und den Menschen und damit den androgynen Engeln in den westlichen Vorstellungen ähnlich. Nicht umsonst werden Kewpies in Japan als „Engel des 20. Jahrhunderts“ bezeichnet. Ihr aus dem tiefsten Innersten kommendes Lächeln ähnelt angeblich dem der Kwannon- und Jizô-Statuen.

Kewpie in der Produktwerbung

Gleichzeitig mit den ersten Puppen kamen ihre Abwandlungen in Form verschiedener Produkte auf: Als erstes entstanden Ausziehpuppen aus Papier in Kewpie-Gestalt. Schon bald gab es Kewpie-Backformen, Kewpie-Behältnisse, Kewpie-Masken, Malbücher u.a. Selbst in die Muster von Kimono-Stoffen wurden Abbildungen von Kewpie eingewebt.



Mit Beginn der 1920er Jahre fand sich das Kewpie-Motiv als Werbeträger auf einer endlosen Vielfalt von Produkten: auf Süßigkeiten, Bilderbüchern, Origami, Aufklebern, Schmuck, Porzellanschachteln, Teekannen bis zu Schießbuden auf Jahrmärkten.

Kewpie-Mayonnaise ist ein beehrter Artikel auch in europäischen Asialäden. Mayonnaise wird seit 1925 in Japan hergestellt. Um Alt und Jung auf den Geschmack zu bringen, übernahm die Firma in Zuge des Kewpie-Booms das Symbol, und ließ es sich lizenzieren bevor die Nachkommen von Rose O'Neill ihre Interessen geltend machen konnten. 1957 gab sich die gesamte Firma den Namen Kiyupi-AG. Im Unterschied zu den Puppen (Kyûpi) wird Kewpie bei der Mayonnaise in Japanisch Ki-yu-pi geschrieben, die Aussprache ist allerdings gleich.

Andauernde Rechtsstreits sind die Folge. So hat die von der Familie O'Neill in Amerika lizenzierte „Rose O'Neill-Kewpie“ ein in Japan lizenziertes Kewpie-Geschwisterchen, das auf seinem traditionellen Existenzrecht besteht und das, ob nun mit oder ohne Lizenz, munter die Verpackungen von Produkten, wie Mayonnaise, pharmazeutischen Artikeln, Senf, Bleistiften, Schlüsselanhängern, Brieföffnern, Seife, Nähgarn, Süßigkeiten, Kaugummi u.v.a.m. bevölkert.



Als Maskottchen für Babynahrung animiert Kewpie den japanischen Fernsehzuschauer heute allabendlich in der Werbung zum Kauf.

Kewpie auf Postkarten

Seit 1916 wurden parallel zu den ersten Puppen Post- und Grußkarten mit Kewpie-Motiven in großer Masse produziert.

Dieses Medium verfügt neben den Puppen über die umfangreichste schöpferische Variationsbreite aller Kewpie-Produkte überhaupt.

Postkarten, auf denen die bekanntesten amerikanischen Charaktere, nämlich Kewpie, Mickey Mouse und Betty gleichzeitig zu sehen sind, gab es zwischen 1927 und 1944 ausschließlich in Japan.

Hier zeigt sich am deutlichsten, wie stark Kewpie in Japan assimiliert war und ist. Besonderer Beliebtheit erfreuten sich die von den Japanern in Fülle zu verschickenden Neujahrskarten mit Abbildungen von Kewpies vor traditionell japanischem Hintergrund: mit dem jeweiligen Jahres-Tier des astrologischen Kalenders, in Gestalt der sieben Glücksgötter, als Kabuki-Tänzer oder auf dem Arm junger Frauen im Kimono.



Man mag Kewpies für eine Erfindung aus Japan halten, ein Produkt der japanischen klassischen Kultur, so sehr sind sie in die japanische Bild- und Vorstellungswelt integriert, besonders bei jahreszeitlichen Bräuchen.

Kewpie und Weihnachten

Die ersten von Rose O'Neill gezeichneten Kewpies erschienen 1909 zu Weihnachten.



Kewpie tritt von Anfang an auch in Japan als Weihnachtsbote auf, entweder gemeinsam mit dem Weihnachtsmann oder Kewpie übernimmt dessen Rolle gleich mit. Das ist um so bemerkenswerter, als Abbildungen des Jesuskindes in Verbindungen mit Weihnachten in Japan fast unbekannt sind. Der engelhafte unbescholtene kleine Amor hat diese Leerstelle für sich eingenommen, zumal Weihnachten in Japan heutzutage eher mit einem romantischen Liebes-Date assoziiert wird als mit einem religiösen oder dem Fest der Familie wie bei uns.

Kewpie heute

Rose O'Neill Kewpie International Japan besitzt seit 1997 die alleinige Lizenz für die Verbreitung und Produktion von Kewpie-Puppen in Japan. Sie wird von Kazuo Kitagawa geleitet und hat ihren Sitz in Osaka mit Geschäften in Kobe und Yokohama. Gemeinsam mit seiner Frau betreut er das Kewpie-Erinnerungs-Museum in Arashiyama.



1994 wurde der *Japan Kewpie Club* gegründet. In den *Kewpie Club News* werden die Mitglieder über neue Produkte, Ausstellungen und Events auf dem Laufenden gehalten, tauschen sich aus – bereits jetzt in Hinblick auf den 100. Kewpie-Geburtstag im Jahr 2009. Der Internationale Kewpie-Tag wird jährlich am Rose O'Neills Geburtstag, am 25. Juni begangen.

Während Kewpies in Amerika und Deutschland nahezu vergessen sind, scheint die Produktpalette in Japan schier endlos. Dennoch ist der Absatz der Kewpie-Produkte rapide zurückgegangen, seit auch andere „character“ wie Snoopy, Donald Duck, Hello Kitty, Totoro u.a. den Markt eroberten. Für Liebhaber hat Kewpie eine Sonderstellung, nämlich als ältester, massenhaft verbreiteter „character“ der Welt, der es mit seinen kleinen zarten Flügelchen geschafft hat, Zeit- und Ländergrenzen zu überwinden.

Das von Rose O'Neill ab 1925 in Büchern gezeichnete Kewpieville oder Kewpieland gilt heute als Vorläufer der Disney-u.a. Themaparks.