

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 106 (1980)  
**Heft:** 40  
  
**Artikel:** Erlaubt ist, was gefällt  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-613530>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



## Erlaubt ist, was gefällt

Die Mode ist ein seltsam schillern-des Wesen, das uns dauernd über die Schulter guckt, stets überall kräftig mitmisch, die Kultursuppen in sämtlichen Kochtöpfen umrührt und mit seinem langen Zeigefinger auf jegliches Gestrige weist, um es apodiktisch als überholt und unbrauchbar zu brandmarken. Abstrakt ausgedrückt, kann man die Mode noblerweise als «das kulturelle Gestaltungsprinzip» bezeichnen. Es hat sich auf dem saftigen Nährboden einer Wohlstandsgesellschaft zu etwas verdichtet, das zwielichtig und zunehmend anspruchsvoller durch unser tägliches Leben geistert. Die Mode ist auch als Lebensform zu definieren, deren Wechsel auf nahezu allen Gebieten des sozialen Lebens durch Tageslaunen bestimmt wird. Gleich den Launen, diesen Bocksprüngen des Gemüts, pendelt die Mode gern von einem Extrem ins andere. Ich erinnere mich des Zeichnungslehrers, der in meiner Jugend die «moderne Sachlichkeit» temperamentvoll und mit Erfolg propagierte. Er war

allem Geschweiften abhold und sprach mit Verachtung und Hohn vom Stil «Louis Chäs». Wie lange die Begeisterung seiner Gefolgsleute anhielt, zeigte später der Sturm auf die Antiquitätengeschäfte ...

Am modeanfälligsten ist man in der Kleidung. Wenn ich «man» sage, dann *meine* ich auch Mann, angefangen beim Zwölfjährigen, der den grünen Pullover nicht mehr tragen will, weil er grün ist, bis zum Ewig-Jugendlichen in der Zeit seines dritten Frühlings, der sich rosa Hemden kauft, obschon ihm die Farbe nicht steht und er keinen Bedarf an Hemden hat. Was von gestern ist, wandert in die hinterste Schrankecke, begleitet von der vergeblichen Hoffnung, es werde übersehen und vergessen. Mitnichten! *Unsere* modischen Bedürfnisse dienen schliesslich der Hebung eines frustrierten Selbstbewusstseins; sie müssen befriedigt werden. Allerdings sollte irgendwo gespart werden. Ein triftiger Grund also für die Gattin, das Verborgene wieder ans Licht zu ziehen ...

Erwähnt seien ferner die Teenager, die ihre vielbeschäftigten Mütter um Hilfe anflehen, weil sie sich kurz vor der Ferienreise in den Kopf gesetzt haben, sämtliche weissen T-Shirts einzufärben. «Wie denn?» «Pink natürlich!» Natürlich. Wie denn sonst?

Aber nicht nur die Farben, auch die Formen wechseln mit schöner Regelmässigkeit. In der Frauenmode – seien wir uns dieses Vorrechts bewusst – darf die Willkür ein frivoles Spiel treiben, denn die Vernunft hat hier kein Einspracherecht. Verboten ist nichts, erlaubt ist alles. Man trage Mini oder Maxi, Bleistift- oder Glockenrock, Pluder- oder Röhrlirose, Bikini oder gar nichts – deshalb wird die Welt nicht untergehen. Chacun à son goût, Hauptsache, es macht jedermann Spass: den Magnaten, deren Wirtschaft rollt – den Geschäftsinhabern, deren Kasse stimmt – der Mehrheit von Konsumenten, die beflissen mitmacht – und einer Minderheit von Zuschauern, die sich lächelnd amüsiert.

Gritli

## Männer machen Mode

Der Erfinder der Mode war meiner Ansicht nach ein Frauenfeind. Man spricht nicht umsonst vom «Modediktat». Wenn ich den Ausdruck «Sich die Füsse wund laufen» vernehme – woran denke ich dann? An die Mode!

Angenommen, ich will mir eine modische, braune Bluse kaufen. Ich laufe von Pontius zu Pilatus, alle Verkäuferinnen der Stadt weisen mitleidig auf Ständer mit Hunderten von Blusen, violett und rosa. Bin ich denn verschoben? Ich liebe ganz einfach die Uniformen nicht, auch nicht in der Fassung von Jeans oder violetten Overalls!

Meine Töchter haben ebenfalls negative Erfahrungen mit der Mode gemacht. Nach langem Suchen landen sie regelmässig im Second-Hand-Shop. Weshalb man dort auch schon violette Sachen kaufen kann, ist mir ein Rätsel.

Die Herren der Schöpfung haben es

da viel einfacher. Mein Gespons, beispielsweise, tätigt seine Einkäufe zweimal im Jahr. Zuvor plant er. Alte Hosen werden zu Gartenhosen umfunktioniert, bestimmte Anzüge in Werktagsanzüge verwandelt. Der Bestand wird ergänzt, im Januar und im Juli, während des Ausverkaufs, mit 20 Prozent Rabatt. An einem Donnerstag im Abendverkauf (das heisst vor dem verspäteten Abendessen) betritt mein Gatte ein einziges Geschäft. Ich darf mitgehen. Oh, nicht, dass er es alleine nicht schafft, weiss er doch genau, was er will. Ich Sorge dafür, dass er die Hemden und Krawatten nicht vergisst. Mein Gespons hat keine Ahnung, welche Grösse er trägt. Der Verkäufer zückt das Massband, und schon hat mein Eheliebster einen Veston an, der perfekt sitzt. Männer müssen nie deprimiert sein, weil die Grösse 40 nicht mehr passt.

Nun steht der Käufer also vor dem

Spiegel. Aber sein Bildnis interessiert ihn nicht, er stellt Untersuchungen an ...

Männer kaufen Anzüge wie Taschenagenden. Das Äussere ist nicht wichtig. Der Inhalt macht es aus. Wenn die Agenda bestimmte Seiten und Kolonnen enthalten muss, um genehm zu sein, so sind es beim Anzug die Innentaschen, die nicht fehlen dürfen. Zu ergründen wäre noch, ob es die Anzahl Taschen oder deren Anordnung ist, die über Kauf oder Nichtkauf entscheidet. Wie sehr habe ich doch meinen Mann schon beneidet! Er kommt, sieht – und erwirbt. Von «Füsse wund laufen» keine Spur; sein Laden befindet sich ganz nahe beim Bahnhof.

Aber: Möchte ich tauschen? Herrenanzüge sind furchtbar eintönig, phantasie-los kreiert. Jener Frauenfeind, der die Mode erfand, war, wie mir scheint, auch ein Frauenkenner!

Dina