

Zeitschrift: Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
Band: - (1953)
Heft: 1

Artikel: Publikationen der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung
Zürich-Lausanne
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-793768>

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: 06.01.2026

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

PUBLIKATIONEN

DER SCHWEIZERISCHEN ZENTRALE FÜR HANDELSFÖRDERUNG
ZÜRICH - LAUSANNE

Zeitschrift « Schweizer Industrie und Handel » :

Orientiert über die wirtschaftliche Lage und Entwicklung der Schweiz ; gibt eine allgemeine Übersicht über ihre Industrien, ihren Handel und ihr nationales Leben.
3 Nummern jährlich in deutsch, französisch, englisch und spanisch.
Ausland : Einschreibgebühr, gültig für 2 Jahre : SFr. 10.—.
Schweiz : Jahresabonnement Fr. 4.—.

Zeitschrift « Schweizer Technik » :

Herausgegeben in Zusammenarbeit mit dem Verein Schweizerischer Maschinen-Industrieller, Zürich. Rundschau der schweizerischen technischen Neuerungen. Studien über neue Maschinenkonstruktionen usw.
3 Nummern jährlich in deutsch, französisch, englisch, spanisch und portugiesisch.
Ausland : Einschreibgebühr, gültig für 2 Jahre : SFr. 15.—.
Schweiz : Jahresabonnement Fr. 6.—.

Zeitschrift « Textiles Suisses » :

Reich illustrierte Fachzeitschrift, bringt fortlaufend Berichte über die Entwicklung des Textilgewerbes sowie über alles, was die Bekleidungs- und Modeindustrie betrifft. Erscheint vierteljährlich in deutsch, französisch, englisch und spanisch.
Ausland : Jahresabonnement : SFr. 20.—.
Schweiz : Jahresabonnement : Fr. 15.—.

« Handbuch der Schweizerischen Produktion » :

Adressbuch der schweizerischen Industrien mit Verzeichnis nach Artikeln, Industriezweigen und Firmen. — In deutscher, französischer, englischer und spanischer Sprache erhältlich.
Preis : Schweiz : SFr. 18.75. Ausland : SFr. 20.40 inkl. Porto.

Broschüre « Die Schweiz und ihre Industrien » :

Zusammenfassende, allgemeine Übersicht über die Schweiz, ihre Institutionen, ihre Wirtschaft und Industrien mit zahlreichen Bildern. Ausgaben in deutscher, französischer, italienischer, englischer und spanischer Sprache.
Preis : Fr. 2.10.

« Wirtschaftliche Mitteilungen » :

Informationszeitung für den Aussenhandel.
Regelmässige Berichterstattung über Auslandsmärkte, Handelsmethoden, Geschäftsmöglichkeiten, Waren- und Zahlungsverkehr. Erscheint wöchentlich 2 sprachig (deutsch und französisch).
Schweiz : Jahresabonnement Fr. 18.—. Ausland : Jahresabonnement SFr. 24.—.

Für alle Auskünfte wende man sich an die :

SCHWEIZERISCHE ZENTRALE FÜR HANDELSFÖRDERUNG

Place de la Riponne 3

LAUSANNE

Telefon 22 33 33



Hinter den Kulissen

Vielleicht werden Sie sich erinnern, dass der Verfasser dieses Berichtes seine Besucher in der letzten Ausgabe der « Textiles Suisses » hinter die Kulissen eines grossen Pariser Modehauses führte. Dabei hat er ihnen einige Personen vorgestellt: den Portier, das Personal der Ateliers, die Verwalterinnen und zuallerletzt die zweiten Verkäuferinnen. Heute soll der Rundgang abgeschlossen werden und die erste Person, von der die Rede sein soll, ist die Verkäuferin.

*
* *
*

Es scheint, dass die Fünfzigerjahre für sie das ideale Alter sind. Sie hat sich Erfahrung und Autorität erworben. Sie kennt den Geschmack *ihrer* Kundschaft; deshalb weiss sie auch sofort, wenn sie der ersten Modeschau der Saison beiwohnt, welche Modelle sie dieser oder jener Kundin vorschlagen wird. Dieses Wissen und Kennen geht sogar soweit, dass sie all die Damen, die von ihr gekleidet werden, als persönliche Bekannte betrachtet; ihre Entschuldigung ist die, dass sie



sie ja auch auskleidet. Die Tatsache, dass sie Hoheiten und Stars auch in einfachster Erscheinung kennt, gibt ihr genau dieselbe Sicherheit, die ein Unteroffizier haben könnte, wenn er daran gewöhnt wäre, die Generäle zu entkleiden. Die Verkäuferin ist somit eine Art Berichterstatteerin des mondänen, internationalen Lebens. Offengestanden ist sie etwas weniger auf dem laufenden wie der Coiffeur, der auserwählte Vertraute, aber der Unterschied ist kaum nennenswert. Die Verkäuferin muss lächeln, aber, wie der Gott Janus, hat auch sie zwei Gesichter, und dasjenige das die Eingeweihten kennen ist nicht immer so anziehend und liebenswürdig. Sie wird natürlich nach dem Prozentsystem entlohnt, und Kundinnen, die den Anschein haben, die Verkäuferin zu wechseln, laufen Gefahr, an diese Ordnung erinnert zu werden, es sei denn, dass sie sich nicht eher gezwungen sehen, das Haus zu wechseln, als dem Zorn der im Stiche gelassenen zu begegnen. Vom Couturier aus gesehen, ist die Verkäuferin notwendig, doch gefährlich. Sie trägt unter allen Umständen zum Verkauf bei, sie ist fähig, ein scheussliches Kleid, das den Geschmack des Hauses verletzt, so zusammenzustellen, dass es noch gut verkauft werden kann. Es ist besser, nicht vom Standpunkt der zweiten Verkäuferinnen aus zu sprechen, die den tausenderlei Tücken ihrer Vorgesetzten ausgeliefert sind.

Im ganzen Haus gibt es nur eine einzige Persönlichkeit, die imstande ist, den Verkäuferinnen, der Verwaltung, ja sogar dem Arbeitgeber selbst die Stirne zu

bieten : das Mannequin. Immer wenn es im Modeatelier nötig ist, wenn die Linie seiner Schultern, die Geschmeidigkeit seiner Taille und Hüften geschätzt werden, wird das Mannequin tabu sein. Es ist grossgewachsen und schlank ; im Hause trägt es ein weisses oder zartfarbenes Berufskleid auf welchem sein Name gestickt ist. Unter dem Berufskleid trägt es nur Slip und Büstenhalter, das ist alles ; nur wenn seine Hüften den Modeschöpfer schielen machen, dann hat es ein Recht, einen einengenden und einschneidenden Schlüpfer zu tragen. Wie steht es auch mit der Haarfarbe des Mannequins ? Sie ist ganz genau so, wie es die Mode vorschreibt, dasselbe gilt auch für die Länge und für den Schnitt der Haare. Das Mannequin ist auch wundervoll geschminkt ; es kennt all die kleinen Kunstgriffe der Schönheit ; schliesslich verwendet es ja auch dreiviertel seiner Zeit dafür.

Die Mannequins leben gewissermassen in Gemeinschaft, in Zimmern, deren Wände mit Spiegeln geschmückt sind ; sie kommen gegen halb elf Uhr morgens, nehmen ihre Berufskleider aus dem Schrank und beginnen sich zu schminken, dies geschieht während einer guten Stunde. Während dieser Zeit tauschen sie den allerneuesten Klatsch aus, mit Vorliebe sentimentale Geschichten ; in ihrem Zimmer ist ein ständiges Kommen und Gehen : Kleider werden geholt, um gebügelt, geändert oder einer Kundin vorgeführt zu werden ; man kommt oft auch nur, um wieder das Neueste zu vernehmen. Es ist kein Geheimnis, dass die Mannequins viel eingeladen werden und alles über die Restaurants und Nachtlokale wissen. Denn — wir erwähnen es nur ganz oberflächlich — die Mannequins befolgen äusserst selten eine Ernährungsdiät ; einmal im Restaurant, und schon beginnen sie, ihr Essen zu verschlingen, Gaylord Hauser und allen anderen Diätspezialisten zum Trotz ; es ist eine der Eigentümlichkeiten der « Mannequin-Rasse », eher den Beruf zu wechseln, als gegen die Gewichtszunahme anzukämpfen, sollte eine solche überhaupt eintreten.

Von Zeit zu Zeit werden Fabienne, Simone oder Lucky vom Studio oder vom Atelier telephonisch verlangt. Da sind die langen Stunden der Anprobe, aufrecht stehend und unbeweglich : « Bewege dich doch nicht die ganze Zeit, ich kann ja nichts sehen wenn du nie stille stehst », die Beine werden steif, die Füsse brennen (könnte es doch nur die Schuhe ausziehen, aber das ändert das ganze Bild und die Jupelänge stimmt auch nicht mehr).

Und dann kommt auch der Tag, an dem das Mannequin, welches von allen als Königin betrachtet wurde, dessen Körper bewundert wurde, weil er den Kleidern ihren Wert verlieh, plötzlich nicht mehr gefällt ; man weiss eigentlich nicht recht warum : es gefällt einfach nicht mehr ; die Erhabenheit wird enthronet, das Mannequin geht fort, um bei der Konkurrenz eine Stelle zu finden, wo es gefallen wird bis zu dem Tage, da...

In den Ankleideräumen der Mannequins finden wir auch die Ankleiderinnen, besorgt um Knöpfe, Reissverschlüsse und Kleider, die gebügelt werden müssen ; sie heben die Kleider auf, aus denen sich die Mannequins nach einer Anprobe wie eine Schlange aus ihrer Haut schälen. Sie sind da, um das Idol vieler zu schmücken, Einkäufe zu machen, die Telefongespräche weiterzuleiten, Abmachungen auszurichten oder sie zu streichen, um auch mit kleinen Geschenken zufrieden zu sein : das sind die Arbeitsbienen, die ihren Königinnen in diesem schwirrenden Bienenkorb so ergeben sind.

Es gibt auch noch andere Abteilungen in einem Modehaus als die, die wir kennengelernt haben. Da ist auch noch die



Abteilung der Expedition und Verpackung, die sich von den anderen nur dadurch unterscheidet, dass man hier am allerbesten weiss, wie ein Kleid, selbst das feinste, in Seidenpapier einzupacken ist — Kleider die schon beim blossen Hinsehen zerknittern wie gewisse Gardenien — damit es das Zimmermädchen, das das Kleid auspackt, nur noch aufzuhängen braucht, unberührt und unversehrt. Die Buchhaltung wäre eigentlich auch noch zu erwähnen, die nichts besonderes an sich hat, als dass sie in einer Umgebung der Unbeständigkeit und fieberhaften Nervosität arbeitet. Sie muss Kämpfe mit dem Personal ausfechten, das sich auch durch noch so gewöhnliche Erfordernisse wie das Gleichgewicht zwischen Einnahmen und Ausgaben herzustellen, nicht zu beschränken weiss. Der Chef der Abteilung muss auch den Wünschen des Couturiers begegnen können, der, neben den notwendigen Ausgaben und der Publizität, oft eine Idee hat, bei der jedem echten und gewissenhaften Buchhalter die Haare zu Berge stehen. Noch zu erwähnen wäre auch das Lieferpersonal, der Chauffeur, der den kleinen, schwarz-glänzenden Geschäftswagen fährt, auf welchem in fein gezeichneten Zügen die Unterschrift des Couturiers eingeprägt ist; da ist noch zweifelsohne der Aufseher der Heizung, der inmitten von Kohle und Dieseloel lebt und der von den Kleidern ebensowenig weiss und versteht wie der Kohlenschaufler eines Linienschiffes von der ersten Klasse... aber, der Erstere hat auch entschieden nichts mit dem Modehaus zu tun.

Sechs, halb sieben, sieben Uhr; das Personal der Ateliers macht zuerst Feierabend, dann ist die Reihe an der Verwaltung, später kommen die Mannequins und dann endlich sind auch die Verkäuferinnen frei. Der Modeschöpfer seinerseits verlässt alsdann sein Haus; der Portier schliesst die Türen ab. In den Schränken, überall verstreut, bleiben die Kleider zurück, sie ruhen sich aus; man hat sie ja sovieler Male anprobiert, abgesteckt, wieder genäht und gebügelt; sovieler Damen wollten ihre Ueppigkeit hartnäckig hineinzwängen, dass sie ihre Ruhe dringend brauchen, und, kaum sind Leuchter und Lampen ausgelöscht, schlafen die Kleider auch schon ein.

X. X. X.

