

Zeitschrift: Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
Band: - (1958)
Heft: 3

Artikel: Brief aus London
Autor: Fonteyn, Ruth
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-792851>

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: 09.01.2026

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



Brief aus London

Die Frühlings-Sommersaison war schlecht in London, für die Warenhäuser sowie für die Modeläden; hingegen war die Geschäftstätigkeit für die Detailhändler in der Provinz etwas reger. In der Hauptstadt haben die Ausverkäufe in der dritten Juniwoche begonnen, gerade zu dem Zeitpunkt, da normalerweise der Verkauf von Ferienbekleidung sehr intensiv hätte sein können, und die Fabrikanten beginnen die Nachbestellungen für gut gehende Artikel zu liefern. Diese bedauerlichen Umstände haben natürlich viel von sich reden machen, und obwohl die Meinungen in den Kommentaren weit auseinandergehen, stimmten sie doch in einem Punkt überein, nämlich darin, dass sie alle einen Sündenbock zu

finden wussten. Sicherlich trugen die von der Regierung auferlegten, finanziellen Einschränkungen dazu bei, dass die Detaillisten mit ihren Bestellungen nicht sehr weit gehen konnten, aber auch die Erhöhung der Mieten verringerte allgemein die Kaufkraft. Trotzdem hätte die Saison in London einigermaßen gut sein können, wenn das Wetter besser gewesen und der Streik der Omnibusse nicht gerade in einem Moment hinzugekommen wäre, da der Detailhandel normalerweise sehr rege ist.

Meines Erachtens sind die Modebranchen selbst für dieses Missgeschick mitverantwortlich, und zwar wegen der Verwirrung, die sie in der Vorstellung des Publikums verursacht haben. Früher waren die Modeschöpfer unter sich einig (wenigstens nahezu), und sie legten zweimal im Jahr eine genau bestimmte Linie fest. Die Frau mittleren Standes konnte, wo sie sich auch befinden mochte, die Wandlungen der Mode mitmachen und mit Freude an der Erneuerung ihrer Garderobe arbeiten. Heute dagegen stehen die Moderichtungen, die von Paris, Rom, New York und selbst London — jawohl, auch von dort — diktiert werden, in vollkommenem Widerspruch, und sogar mitten in der Saison erfolgen noch Änderungen. Unter diesen Voraussetzungen darf man sich nicht wundern, wenn die Frau des Mittelstandes nicht mehr mitkommt, dass sie unsicher wird und schliesslich enttäuscht nach Hause geht und einfach ihre Kleider des Vorjahres länger oder kürzer macht. Ein Fabrikant braucht selbstverständlich mehrere Monate, um seine Modelle mit den letzten Ideen von Paris oder Rom in Einklang zu bringen, muss dann die Bestellungen abwarten und schliesslich genaue Lieferfristen einhalten. Heute sind nun seine Modelle schon unmodern, wenn er sie dem Detailhändler abliefert.

In vielen englischen Kollektionen sieht man noch die Trapez-Linie für Mäntel mittlerer Preislage, daneben auch die viel neuere « hohe » Linie. Unter den Kleidern findet man noch die Hemdlinie, die orientalische Linie, die Glockenform sowie die hohe Taille, die neuerdings wieder beliebte Empire-Form. Um die Verwirrung noch zu steigern, haben gewisse englische Zeitungen einen Riesenradau gemacht wegen der vom Haus Dior vorgeschriebenen Verlängerung der Kleider; manche Schlagzeilen grenzten geradezu an Hysterie. Man wusste, dass der junge Modeschöpfer Yves Saint-Laurent im Kreuzfeuer der allgemeinen Aufmerksamkeit stand; niemand



L. ABRAHAM & Co. SILKS Ltd., ZÜRICH
Gold brocaded Basra.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo John French.

HONEGGER FRERES, WALD

London Agent : Frank Loynes.

Wild silk.

Evening dress by B. & R. Sutin, London.



hätte sich jedoch bei Dior vorzustellen vermocht, wie die Sensationspresse und sogar die seriösen Zeitungen von England reagieren würden. Und da dieser Streit vor der Veröffentlichung der Photographien ausgefochten wurde, ist es durchaus nicht erstaunlich, wenn zahlreiche Frauen eine ganz falsche und krass übertriebene Vorstellung von der Verlängerung der Röcke bekamen. Sie hatten alle geglaubt, dass es wenigstens um 25 cm ginge, und nicht wie es in Wirklichkeit für die Alltagskleider der Fall war, um nur 5 cm. Es ist zur ganz natürlichen Gewohnheit geworden, den Mode-Direktiven von Paris zu folgen, hie und da ein beschwingendes, italienisches Etwas hinzuzufügen, oder mit einem phantasie-reichen Einfall von Übersee ein Modell zu beleben, und Paris ist durchaus nicht im Begriffe, die Führung in der Modegestaltung zu verlieren, noch seinen feinen Spürsinn für « das was man trägt ». Ich denke jedoch manch-

mal, dass die Bekleidungsindustrie aller Länder — von der gepflegten Qualität bis zur Serienfabrikation —, sowie eine stets wachsende Anzahl von Zeitschriften, die der Frauenwelt gewidmet sind, sich gezwungen sehen, mit neuen Ideen zu wetteifern, und dadurch, was Neuerungen angeht, übertrieben weit gehen.

Wandeln, nur aus purer Freude am Wandeln, würde zum Ruin der Modeindustrie führen. Eine Wandlung der Linie, welche für die Mehrzahl der Frauen unvorteilhaft ist, kann keinen Erfolg haben, sondern wird das Vertrauen ins Wanken bringen. Die Mode hat die Aufgabe, etwas für die Frau zu schaffen, soll ihr die Möglichkeit geben, einen neuen Typ auszubilden, ihr Selbstvertrauen heben, und ihre Figur aufs vorteilhafteste zur Geltung zu bringen helfen, kurz, ihr eine Chance geben zu glänzen. Die Mode ist eine Ausdrucksmöglichkeit für die Frau, ein Bereich, in dem sie sich freudig entfalten

und auch einmal etwas wagen darf. Sicherlich sind die von Paris erfundenen Linien nicht ohne Anziehungskraft für die Frauen, welche die nötige Figur dafür haben, für die Frau « ohne Besonderheiten » jedoch sind sie geradezu undankbar, vor allem, wenn sie von der Bekleidungsindustrie, wie so oft, in ganz reizlosen Stoffen interpretiert werden.

Ganz allgemein betrachtet sind die Pariser Modeschöpfer im Laufe eines Jahres ziemlich logisch vorgegangen, vom Sackkleid über das Hemdkleid sind sie heute zur hohen Taillenlinie gelangt. Bei den Mänteln und Kostümen wird die neue Note durch Gürtel, die oft strickartig und gebunden sind, durch Mogelschnitte, Steppnähte, weitausladende Kragen u. a. deutlich gemacht. Die Linien sind gerade, was die Gewebe mehr zur Geltung kommen lässt. Ganz ohne Zweifel werden wir in London sehr rasch eine ziemlich grosse Zahl dieser neumodischen Interpretationen sehen können, denn die anpassungsfähigsten Fabrikanten des Prêt-à-porter werden sie in aller Geschwindigkeit in Angriff nehmen. Die nämliche Einfachheit in den Linien, welche den Mänteln und den Kostümen eigen ist, finden wir auch bei den Kleidern aus Paris, und auch auf diesem Gebiet werden die Londoner Fabrikanten in Eile die Anpassung vollziehen. Sie stehen dabei untereinander in einem sehr lebhaften Wettbewerb, denn es geht dem Grossproduzenten darum, als Erster den Markt zu beliefern.

In den Modellkonfektions-Häusern en gros, welche mehr auf Eleganz eingestellt sind, und ihre Modelle mengenmässig begrenzen, auch auf Schnitt und Material mehr Sorgfalt verwenden, scheint man mit grosser Ruhe mit der sehr sorgfältigen Verarbeitung des Neuen beschäftigt zu sein, der Sorgen der Produzenten nicht achtend.



FORSTER WILLI & Co, SAINT-GALL
Embroidered pure silk organdie.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo John French.



Es versteht sich von selbst, dass es immer die anspruchvollsten Märkte sind, die den Schweizer Produkten der Textil- und Bekleidungsindustrie ein Absatzfeld bieten. Gewisse Modellkonfektionäre des Grosshandels wie Frederick Starke, Susan Small und Frank Usher verwenden vielfach Schweizer Gewebe, andere Häuser wie Roter Models haben in ihren Kollektionen stets mehrere Modelle zur Verfügung, die in Schweizer Material ausgeführt wurden.

Unter den Grossisten, die Fertig-Bekleidung aus der Schweiz beziehen, steht zweifellos MM. Buser & Co. Ltd. an der Spitze; es ist ein Haus von Ruf für gestrickte Kleider und Damenwäsche, dessen Auswahl vom Einfachsten bis zum Luxuriösesten reicht. In der Herrenmode erobern sich die Beltex-Hemden langsam aber stetig den Kundenkreis, welcher ein gut sitzendes und sorgfältig gearbeitetes Hemd (hauptsächlich sportlicher Art) aus einem guten, originellen Gewebe mit einer gewissen Note von Exklusivität zu schätzen weiss.

Schweizer Organdis und Guipüren finden weiterhin regelmässigen Absatz bei den hauptsächlichsten Blusenfabrikanten wie London Pride, Werner & Edgar, Janet Colton, u. a. Was Strickfabrikate angeht, ist Fred Good Ltd. dabei, sich mit der Marke « Frego » einen guten Platz auf dem Markte zu sichern, vor allem durch den Verkauf von schweizerischen Jumpern und Sweaters aus Wollspitze.

Ruth Fonteyn

SOIERIES STEHLI S.A., ZURICH
Pure silk morocaine.
Model Roter Models Ltd., London.
Photo Michel Molinare.