

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition française]
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1953)
Heft: 2

Artikel: Lettre d'Allemagne
Autor: Kraus-Nover, Emily
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-792379>

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: 30.12.2025

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

Lettre d'Allemagne

Pendant dix ans il n'y eut pas de mode en Allemagne. Lorsqu'on vit, en 1949, reparaître les premiers tissus, robes et manteaux portables, les femmes se lancèrent passionnément dans le «new look». Après avoir porté — pendant une éternité, leur semblait-il — des vêtements retournés et transformés, des «modèles» coupés

dans des rideaux ou des nappes teintes, elles furent enthousiasmées par la possibilité de pouvoir enfin s'habiller de nouveau de manière féminine, moderne et chic.

Mais il fallut patienter encore longtemps jusqu'à ce que la qualité des textiles offerts corresponde — plus ou moins — aux prix. Lentement, néanmoins, les maisons alleman-



TONI SCHIESSER,
FRANKFURT A. M.

Reinseidenes Organza von:
Organza pure soie de:

Reiser & Cie, Zurich.

Photo Rücker



URSULA SCHEWE, BERLIN

Basra uni von *L. Abraham & Co.,
Seiden-AG., Zurich.*

Photo Haenchen

des de la branche se relevèrent, l'importation de marchandises de qualité reprit et les industries du vêtement retrouvèrent le contact avec la mode internationale.

Les textiles suisses refirent leur apparition sur le marché allemand, sous forme de sestrières aux reflets velou-

tés, de vaporeuses blouses de broderie, de mouchoirs de batiste roulottés à la main et de souples dessous de coton tricoté. Vinrent ensuite les popelines, les tissus pure soie, les moelleux pullovers et jaquettes de laine. Ils furent reçus avec enthousiasme et reconnaissance, car, après les



HANS W. CLAUSSSEN,
BERLIN

Honan couleur von
Rudolf Brauchbar & Co., Zurich.

Photo Haenchen

années de guerre, les consommatrices tenaient avant tout à la qualité. La petite étiquette «produit suisse» devint bientôt un certificat de garantie. Il n'y a plus aujourd'hui un magasin d'articles textiles — que ce soient de la bonneterie, de la lingerie ou des tissus — qui voudrait ou pourrait renoncer à vendre des produits suisses.

Avant la guerre il y avait, en Allemagne, un centre de la mode: Berlin. La guerre a détruit ce centre; la plus grande partie des entreprises fut dispersée à tous vents.

Maisons de couture et de confection reprirent pied où elles purent. Des exploitations textiles d'importance considérable prirent naissance à Krefeld, Hambourg, Düsseldorf, Francfort sur le Mein, Munich et même dans bien des petites villes; les maisons qui n'avaient pas quitté Berlin ouvrirent aussi des succursales en Allemagne occidentale.

Entre temps la situation s'est raffermie, et Berlin, revenu le centre de la confection, influence de nouveau



HANS W. CLAUSSSEN,
BERLIN

Tissu Radzimir von
*Heer & Co. AG.,
Thalwil.*

toute la mode d'Allemagne occidentale. Les grandes présentations de collections ont cependant lieu à Dusseldorf. Cette ville passe pour la plus élégante de la République Fédérale. En outre, c'est le centre social de la riche région Rhin-Ruhr. Hambourg vient en seconde place au point de vue de la mode. Son style est traditionnellement plus conservateur et réservé. Munich mêle volontiers une note folklorique à sa mode. Francfort sur le Mein est une ville active, au trafic intense et d'une importance économique

considérable, mais sans élégance, tout au moins dans son aspect extérieur. Elle compte néanmoins un certain nombre de maisons de mode de premier ordre, ainsi qu'un Institut de mode qui joue un certain rôle sur le plan pratique.

Pour juger correctement la situation de la mode en Allemagne, il ne faut pas oublier qu'à côté de la confection (qui a fait des progrès techniques et artistiques considérables depuis la guerre) le travail sur mesures des salons



HANS W. CLAUSSEN, BERLIN

Tweed Belrobe infroissable von
Heer & Co. AG., Thalwil.

Photo Haenchen



SCHWICHTENBERG, BERLIN

Basra uni von *L. Abraham & Co.,
Seiden-AG., Zurich.*

Photo Charlotte Rohrbach



STAEBE-SEGER, BERLIN

Basra uni von *L. Abraham
& Co., Seiden-AG., Zurich.*

Photo Haenchen

GEHRINGER & GLUPP, BERLIN
Atout imprimé von L. Abraham & Co.,
Seiden-AG., Zurich.

et ateliers et de la petite couturière joue encore un rôle considérable. Prêt à porter et «sur mesures» suivent naturellement les lignes indiquées par Paris, mais il reste néanmoins assez de jeu pour la fantaisie créatrice particulière et pour les considérations de la raison pratique, laquelle doit adapter les propositions de la mode internationale aux conditions moins raffinées — et de loin — du marché allemand.

Les superbes créations de la haute confection et des salons de couture renommés sont achetées par un public très riche mais très clairsemé. On ne peut les admirer, dans la plupart des cas, que dans la vie privée ou dans les centres de la vie mondaine et internationale. Il faut un œil exercé pour découvrir une toilette véritablement élégante dans le paysage journalier des rues. Le décor adéquat fait aussi défaut: boulevards ombragés d'arbres, cafés accueillants, opéra et palais, luxueuses boîtes de nuit mettent mieux en valeur les créations des artistes de la mode que des rues bruyantes et poussiéreuses aux nombreux chantiers, des tramways surpeuplés et des restaurants quelconques dans lesquels des gens pressés avalent hâtivement leur repas.

Pour l'Allemande moyenne, les robes des salons et des magasins élégants restent dans le domaine des rêves. La réalité, c'est la petite robe du grand magasin ou ce que coupe et coud la petite couturière. Pour un salaire mensuel net de 200 à 250 marks en moyenne, les modèles de bonne confection, même les plus avantageux, sont inaccessibles.

L'Allemande doit donc faire particulièrement attention à la qualité. Dans les grandes villes, les femmes constituent le tiers de toutes les personnes ayant une occupation lucrative, et une femme mariée sur cinq travaille en dehors de son ménage. La femme n'a donc que peu de temps pour s'occuper de sa toilette. Les premières qualités qu'elle exige des tissus, ce sont d'être infroissables, faciles à laver, d'exiger le moins possible de repassage ou point du tout et de conserver leur forme. Et ce sont précisément les produits textiles suisses qui remplissent aujourd'hui ces conditions dans une mesure croissante.

Emily KRAUS-NOVER.

HANS W. CLAUSSEN, BERLIN
Tissu Radzimir von Heer & Co. AG.,
Thalwil.

