

Zeitschrift: Schweizer Textilien [Deutsche Ausgabe]
Herausgeber: Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
Band: - (1947)
Heft: 2

Artikel: Triumph der Pariser Mode
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-791408>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.04.2025

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

Sonderzeitschrift der
Schweiz. Zentrale für Handelsförderung, Zürich und Lausanne

REDAKTION UND VERLAG: SCHWEIZERISCHE ZENTRALE FÜR HANDELSFÖRDERUNG, POSTFACH 4, LAUSANNE
Die «Schweizer Textilien» erscheinen 4 mal im Jahr. Jahresabonnement: Schweiz: S. Fr. 12.—, Ausland: S. Fr. 20.—
Preis der Einzelnnummer: Schweiz: S. Fr. 3.50, Ausland: S. Fr. 6.50. Postcheckkonto II 1789
Chefredaktor: CHARLES BLASER, Lausanne

INHALT: *Triumph der Pariser Mode, S. 33. — Paris in Blütenschmuck, S. 34. — Pariser Hüte, S. 48. — Schweizerstoffe für die Vereinigten Staaten, S. 50. — Brief aus London, S. 52. — Adel der Seide, S. 54. — Eine Kollektion Schuhe, S. 59. — Die Zukunft der Zellrolle, S. 60. — Einige Schweizer Neuheiten, S. 63. — Wo abonniert man die Zeitschriften der S.Z.H., S. 110. — Die Zeitschriften der S.Z.H., S. 111. — Allerlei aus der Textilbranche, S. 112. Inserenten-Verzeichnis, S. 109.*

Paris



Triumph der Pariser Mode

Gewiss fände man irgendwo in der Mythologie galante Abenteuer einer Göttin oder einer Nymphe, die als Motiv für einen «Triumph der Mode» geeignet wären. Man könnte mit ihren Federn, Bändern und Stoffguirlanden einen Gobelin in fröhlichen Farben besticken, oder mit ihren Figuren eine Bronzegruppe komponieren, aus der — wie am Tag der grossen Wasserspiele — über einem weiten Bassin die sprudelnden Garben in allen Regenbogenfarben leuchten. In einem Versailles der Träume, oder besser noch auf einem dieser herrlichen Pariser Plätze aus Himmel und Stein, deren Schönheit ewig und doch immer jung ist, — in diesem schimmernden Licht, das nur dorthin zu gehören scheint: kurz — in einer echt pariserischen Atmosphäre. Von dort fliessen uns seit Jahrhunderten wie aus einer ewig sprudelnden Quelle Schöpfungen von vollendeter Schönheit und unnachahmlicher Eleganz zu.

Dort, und nur dort, konnte die Mode entstehen, geboren werden und leben, — sich in üppigem Blüten entfalten wie in einem schönen Garten, — immer geschmackvoll und immer liebenswert.

Es gibt Blumen, die darf man nicht unter andere Himmel verpflanzen, sonst verkümmern oder degenerieren sie; dazu gehört auch die Mode. Sie braucht die Pariser Luft, und keine Pflege, keine noch so subtile Kunst vermag diese so typische Atmosphäre zu ersetzen. In den düstersten Momenten der französischen Agonie während des letzten Krieges wollten gewisse Elemente die Pariser Mode nach Berlin verpflanzen, indem sie die französische Kom-

plizität zu kaufen suchten. Aber kein Pariser Couturier willigte in diesen Selbstmord ein. Einige von ihnen etablierten sich zwar auf der anderen Seite des Ozeans, im «Lande der unbegrenzten Möglichkeiten». Sie träumten von einem Aufschwung unter günstigeren materiellen Bedingungen. Aber sie täuschten sich und kehrten wieder heim — geheilt von ihren trügerischen Illusionen. «Nur in Paris kann man schöpferisch arbeiten», sagen sie, «und nur in Paris findet man das Klima, dass die Inspirationen, ihre Verwirklichung und ihr Lancement ermöglicht.»

Nach der Befreiung hat die Pariser Couture mit Schwierigkeiten aller Art zu kämpfen gehabt — Mangel an Material und an Arbeitskräften, staatliche Einschränkungen. Aber sie hat alles überwunden. Heute ist ihr Prestige wieder genau so gefestigt wie je, und kein Land kann sich ihrer Anziehungskraft entziehen. Wo sie auch wohnen mögen, die Frauen von wirklich gutem Geschmack: alle träumen sie davon, ihre Kleider in Paris kaufen zu können, wie zum Beispiel die hübsche Miss Martha Firestone aus New York, die Braut von William Ford, Enkel des Autokonstruktors. Sie ist soben in Paris eingetroffen, um dort ihre Aussteuer und ihr Brautkleid zu kaufen.

Paris, traditions- und völkerverbindend, Ziel und Treffpunkt der Frauen aller fünf Kontinente, die dort Inspiration und Schönheit suchen und dieser ewig attraktiven Metropole ihre Reverenz erweisen — verlockendes Motiv für einen Gobelin oder für die patinaüberzogene Bronzegruppe einer Pariser Fontaine: für diesen «Triumph der Mode».