Zeitschrift: Wissen und Leben
Herausgeber: Neue Helvetische Gesellschaft
Band: 16 (1915-1916)

Artikel: Mode und "Mode"
Autor: Fueter, E.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-917257

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: 12.07.2025

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

zeichen späterer glücklicherer Zeiten nicht mehr einfach beseitigt werden kann — es ist trotz allen Hohns der Versuch dazu noch gar nicht gemacht worden — so wird schlechterdings nichts anderes übrig bleiben, als nach diesem Kriege auf dem Wege der Entwicklung, den man mit dem Bau des Palastes beschritten hat, einen kräftigen Schritt nach vorwärts zu tun.

BERN ERNST TRÖSCH

□□□

MODE UND „MODE"

Vor einigen Jahren wurde es Mode, im Sommer ohne Hut auf dem Kopf herumzugehen...

Wirklich? War dies je „Mode"?

Mode kann man doch nur nennen, was die große Mehrzahl der Personen, die zur guten Gesellschaft gehören, tut, was dem, der sich darüber hinwegsetzt, den Vorwurf der Nachlässigkeit oder der Exzentrizität zuzieht.

In diesem Sinne ist das Barhauptgehen nie „Mode" gewesen.

Die neue Sitte wurde geduldet, aber nur von einer verschwindenden Minorität der Herren akzeptiert, die wirklich die Mode repräsentieren, d. h. elegant sind, ohne aufzufallen.

Das Barhauptgehen blieb ein Sport, den man jungen Leuten gerne nachsah; Mode wurde es nicht, es konnte im allerbesten Falle als ein Vorläufer einer künftigen Mode gelten.

Und doch redeten auch diejenigen, die zu sehr der wirklichen Mode folgen, als dass sie die neue Singularität mitgemacht hätten, mit leise verächtlichem Lächeln von der „Mode" des hutlosen Promenierens.

Wäre es nicht besser, man gebrauchte in diesem Falle ein anderes Wort, unterschiede die wirkliche Mode, das, was die Mehrzahl der gesellschaftsfähigen Personen tatsächlich trägt, von dem falschen Vetter, der höchstens als „Mode in Gänsefüßchen" bezeichnet werden kann?

Findet der schillernde Begriff doch auch Verwendung auf Gebieten, die mit Kleidung und gesellschaftlicher Sitte nichts zu tun haben.

In der Kunst ist die Mode von der „Mode" sehr verschieden. Als Mode kann man doch eigentlich nur bezeichnen, was bei der Menge der Gebildeten und Kenner einschlägt, was von ihnen begehrt, gekauft und gekostet wird. Man kann gewiss die großen Massen des Publikums aus dem Spiele lassen, denn was bis zu diesen dringt, ist nicht mehr nur Mode, ist populär, und echte Mode ist ganz ohne Exklusivität nicht denkbar. Aber wenigstens die Kreise, die sich als Bildungselite betrachten, sollten in ihrer Majorität gewonnen sein.

Man möchte bisweilen glauben, die Diskrepanz zwischen Mode und „Mode" sei in der Kunst nie so groß gewesen, wie in den letzten zwei oder drei Dezennien. Was in dieser Zeit als Mode von vereinzelten Modernen angepriesen und von zahlreichen Altmodischen perhorresziert wurde, war zu einem guten Teil gar nicht Mode; es wurde nur dafür ausgegeben. Die lehrreichen Ausleihverzeichnisse des Zürcher Museums sind ein augenfälliger Beweis dafür. Wie viele angebliche Modeschriftsteller werden in Wirklichkeit kaum gelesen; wie viele andere, die angeblich nicht in der Mode sind, werden aufs eifrigste verlangt! Die *Salome*

von Richard Strauß, die man für ein Modestück ausgab, wurde hier nach drei Vorstellungen vor einem halbleeren Hause gespielt. Ganz anders der *Rosenkavalier* desselben Komponisten. Er schlug wirklich ein und wurde für längere Zeit Mode. Die *Salome* war dagegen nur „Mode" gewesen, eine Sensation.

Natürlich ist damit über den Wert einer Sache nichts gesagt. Ob das Barhauptgehen vernünftig ist oder nicht, hat damit nichts zu tun, ob es Mode ist oder nur „Mode". Aber um so eher sollte man Tatsachen Tatsachen sein lassen und nicht von einem Modeerfolg reden, wenn sich nur eine kleine Gruppe Interessierter und Uninteressierter erwärmt. Die kleine Gruppe mag eine höhere Intelligenz und einen feineren Geschmack repräsentieren, sie mag die Ansicht der Zukunft vorwegnehmen; aber eine Mode schafft sie nicht, solange sie allein bleibt. Sie ist exzentrisch, und der Geschäftsmann, der im Vertrauen auf sie eine Mode lancieren wollte, würde schwer enttäuscht werden.

Man könnte versucht sein, die Diskrepanz, von der eben gesprochen wurde, darauf zurückzuführen, dass allzu viele Leute an der Mode geschäftlich interessiert sind. Die falschen Moden könnte man sagen, werden von Leuten verkündet, die sich einreden, man könne eine Sache künstlich durch die Reklame und durch die freche Behauptung, sie sei bereits Mode, in die Mode bringen. Das mag vorkommen, aber auf alle Fälle trifft es doch nicht zu. Wer hatte ein geschäftliches Interesse daran, das Barhauptgehen als Mode zu proklamieren? Auch gibt es unter den „Moden" nicht nur neue, sondern auch veraltete Gebräuche. Nach den Schneiderjournalen gehört der Zylinder jetzt noch zur Kleidung des Herrn nach der Mode, obwohl jedermann weiß, dass abgesehen von gewissen feierlichen Gelegenheiten der schwarze Seidenhut schon längst „Mode" geworden ist, d.h. gerade bei einem eleganten Herrn als ungewöhnlich auffallen würde.

Die Mode muss extravagant sein; denn sie ist ein kurzlebiges Geschöpf. Als solches muss sie durch blendenden Glanz die Mittel simpler Schönheit ersetzen, die erst nach und nach wirken können. Aber das Extravagante darf nie nur als solches wirken; es muss zugleich selbstverständlich erscheinen, als das neue, das man auf das altbacken geworden gewohnte hin unbewusst erwartet hatte. Am wenigsten erträgt sie, dass man sie zu ernst nimmt. Wer mit ihrer Hilfe höhere Ziele verfolgen, an der Verbesserung der Hygiene oder der Hebung des künstlerischen Geschmackes mitarbeiten will, hat sie nicht verstanden. Er kann Anhänger finden, fanatische Anhänger sogar; aber gerade dass sie dies sind, entfernt sie von der Menge derer, die wohl gern mit der Mode gehen, aber sie nicht ernst zu nehmen vermögen, und noch weniger gern ihr zu liebe auffallen wollen. Die Grenze ist nicht immer leicht zu finden und es ist allbekannt, welches Fiasko sogar alte Spezialgeschäfte erlitten, als sie dem Publikum eine Mode aufdrängen wollten, die keiner Intuition entsprang, sondern die Tendenz, neu zu scheinen, allzudeutlich zur Schau trug. Die Absicht aber darf man hier am wenigsten merken. Es mag in außergewöhnlichen Zeiten möglich sein, eine „Mode", die sich aus patriotischen Gründen zu empfehlen scheint, für einige Zeit zur wirklichen Mode zu erheben. Aber lange hat dies noch nie angehalten. Die gute Gesellschaft will sich wohl gerne nach der Mode richten; aber man soll ihren Mitgliedern nicht sofort ansehen, dass sie an ihrer Kleidung lange studiert haben.

Sie liebt die Mode, lächelt aber über die „Mode", sei es eine künstlerische oder eine des Kostüms.

ZÜRICH E. FUETER

Verantwortlicher Redaktor: Prof. Dr. E. BOVET.
Redaktion und Sekretariat Bleicherweg 13. — Telephon 77 50