Zeitschrift: Pestalozzi-Kalender
Herausgeber: Pro Juventute
Band: 77 (1984)

Artikel: Jeans : einst und heute
Autor: Murer, Christian
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-989556

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

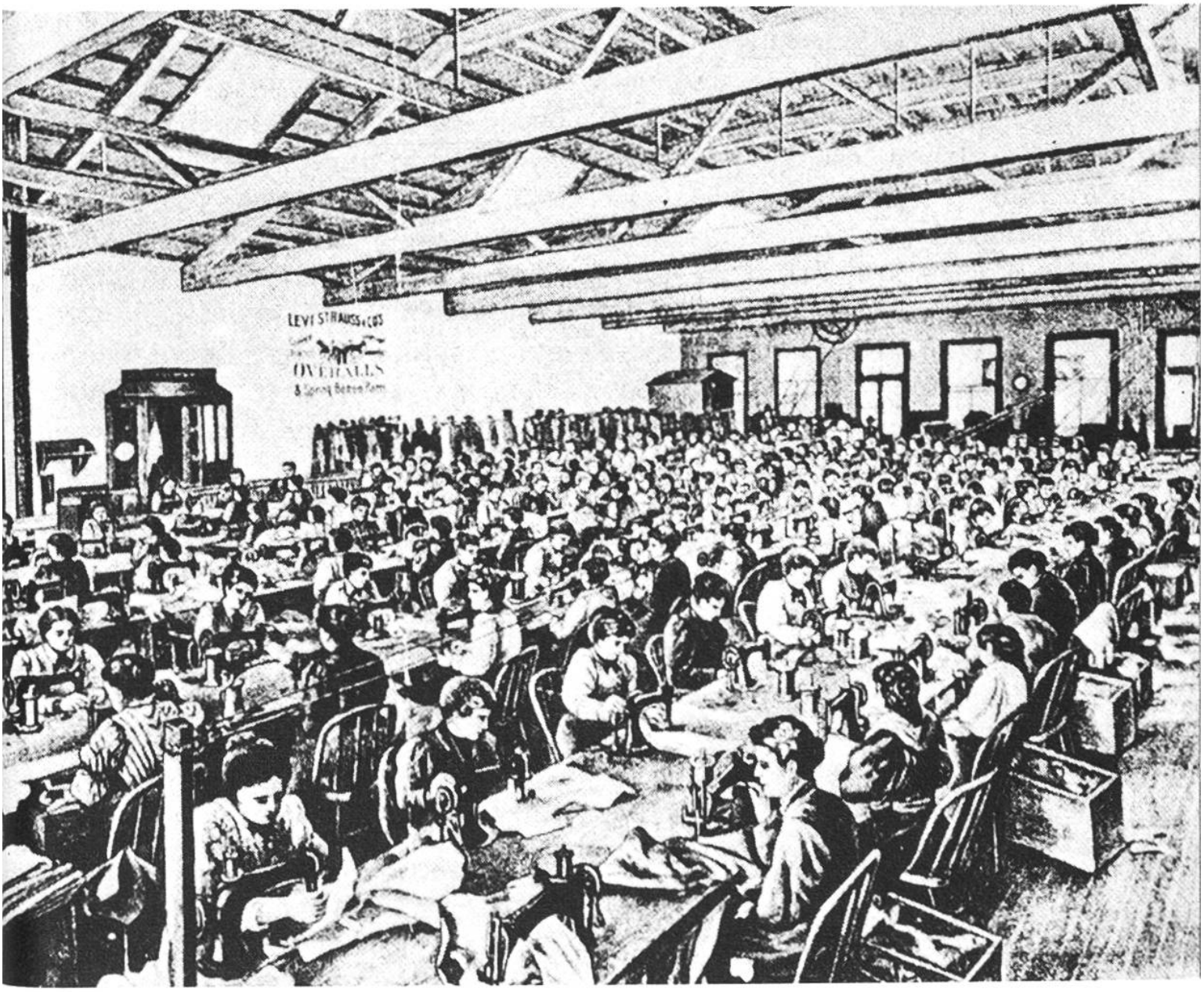
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

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

Jeans – einst und heute

So wurden in der guten alten Zeit die guten alten Jeans vorwiegend von Frauen angefertigt.



Wer von euch trägt sie nicht, die bequeme, robuste, blaue Hose mit den glitzernden Nieten an den Taschen? Wann und wo immer Stoff über die Haut gezogen wird, greifen die Gern-gut-Angezogenen zum «lässigen» Hosen-Wunder. Jeans sind dabei, wenn der Generaldirektor den Rasen düngt, wenn du an den Klassenfez gehst oder wenn die Dreikäsehochs auf dem Spielplatz «sändelen». Längst haben sich die Modeindustrie und die Werbung der Jeans angenommen. Sie schufen den totalen «Jeans-Look». Auf dem Markt gibt's «salonfähige» Jeans-Anzüge, alle möglichen und unmöglichen Mode-Gags aus Jeans-Stoff: Jeans-Mäntel, Jeans-Taschen, Jeans-Etuis, Jeans-Portemonnaies, Jeans-Jacken, Jeans-Hosen mit farbigen Ziersteppnähten, Herzchen und Flicken. Und wenn man an den geschichtlichen Ursprung denkt, so muss man über diesen totalen Modeblödsinn nur staunen. Doch wie war das eigentlich genau mit den Anfängen dieses mehr als hundertdreissigjährigen Modehits? Was nämlich heute fast zur Uniform der Freizeit und zum Inbegriff von Freiheit und Abenteuer geworden ist, war im vergangenen Jahrhundert das Kleid für härteste Arbeit in zumeist sklavischer Abhängigkeit.

Zur Geschichte der Jeans

Die Geschichte der blauen Hosen begann mit dem bayrischen Auswanderer Levi Strauss, der um 1850 mitten im Goldrausch nach Kalifornien kam. Eigentlich wollte er vorerst einen Laden für Goldgräberwerkzeuge aufmachen. Aber anstatt Hacken, Schaufeln und Siebe zu verkitschen, interessierte sich der Deutsche mehr für die Hosen der Goldgräber. Denn was die wackeren Mannen für ihre harte Arbeit brauchten, war ein stabiler Hosenboden, waren vorn und hinten je zwei Taschen, um den ganzen Krimskrams darin zu verstauen. So liess der tüchtige Einwanderer beim Schneider aus blauem Segeltuch strapazierfähige Hosen nähen. Die Goldgräber waren begeistert und gehörten alsbald zu seinen besten Kunden. Das muss dann wohl die Geburtsstunde der eigentlichen Jeans gewesen sein. Die Nieten tauchten allerdings erst 22 Jahre später auf. Einer der Abenteurer war mit Levis Hosen etwa ganz und gar nicht zufrieden. Immer wieder platzten die Hosennähte. Eines Tages hatte der Gräber die Nase voll, die Taschen stets wieder anzunähen. Also griff er kurzerhand zum Hammer und si-

Keiner zu klein, ein Jeans-Werber zu sein! ▶

cherte die gefährdeten Stellen mit blanken Kupfernieten. Brettig-steif, unempfindlich-unverwüstlich und zweckmässig-billig, blieben die Hosen aus indigoblauem festem Segeltuch hundert Jahre Arbeitstracht. Landarbeiter in den Baumwollfeldern des amerikanischen Südens trugen sie so gut wie Holzhacker im Norden. Bekannt wurden Jeans in Europa erstmals im Zweiten Weltkrieg, als amerikanische Soldaten sie trugen. Gewiss wiederum nicht als Kleidung in Freiheit, Freizeit und Ausgang!

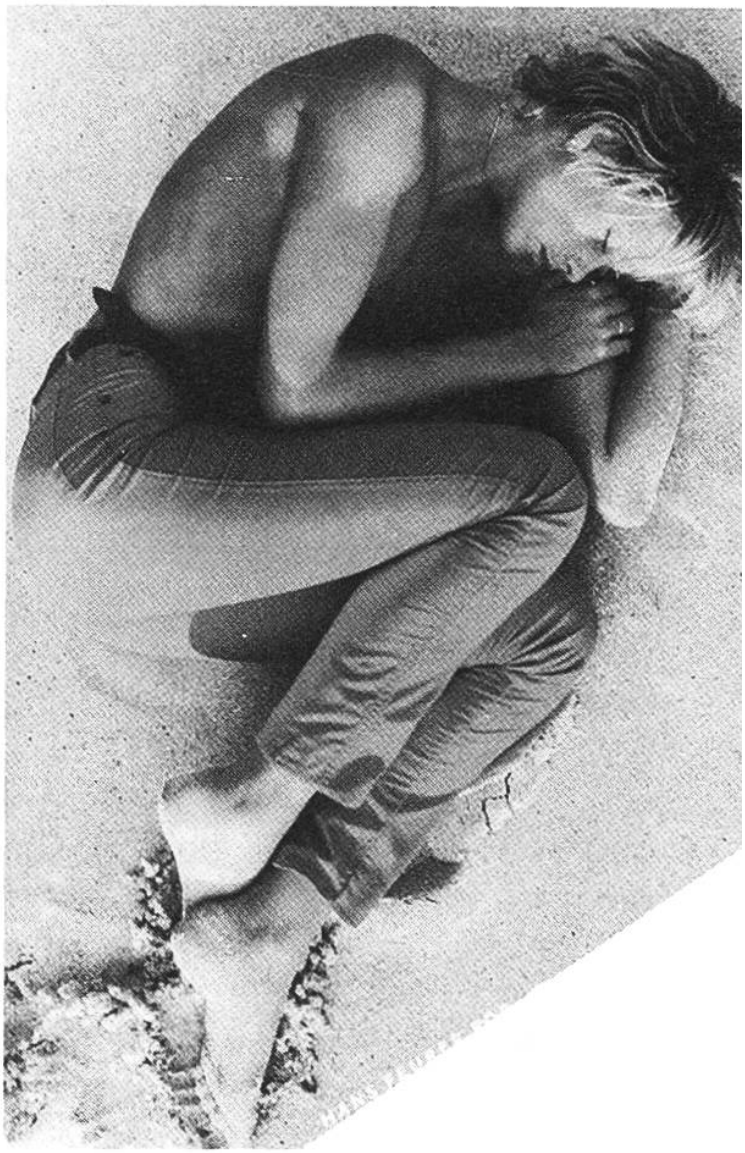
Die eigentliche Jeans-Welle hingegen begann im Kreis der «Halbstarken». Fans von James Dean und Elvis Presley übernahmen sie. Allerdings waren Jeans in den fünfziger Jahren noch verpönt, so dass es ratsam war, sie nur in Gruppen zu tragen. Es gehörte freilich damals eine tüchtige Portion Mut dazu, in blauen Niethosen zur Schule oder zur Arbeit zu gehen. Denn noch lange galt zum Beispiel für Mädchen Rock- und Schürzenzwang! So richtig unter das Volk kamen die Kuhtreiberhosen aber erst mit den Hippies und Blumenkindern. Je abgewetzter, je verflickter, verwaschener und lausiger indes die Hosen waren, um so «befreiter» fühlte man sich.

Längst hat sich inzwischen die einstige Arbeitstracht der Namenlosen zum exklusiven Markenartikel durchgemausert: Jeans mit Namen, eben Markenjeans aus «Jeans-Boutiquen», sind «in». Oft können sie nicht genug teuer sein.

Mit originellen und frechen, oft aber auch einfältigen Plakaten und Werbesprüchen ...

Die Vermarktung des blauen Wunders

Das ganze Jeans-Geschäft hat in den vergangenen Jahren bereits Riesenausmasse angenommen. 1975 kauften in der Schweiz Kinder bis 15 Jahre 2 Millionen (2 000 000) Niethosen, an Jugendliche zwischen 15 und 19 Jahren gingen 770 000 und an Damen und Herren über 35 Jahren immer noch 580 000 Jeans. Zur Veranschaulichung dieses gewaltigen Zuwachses sei zusätzlich eine andere Zahl aufgeführt: Im Jahre 1962 betrug der Jahresumsatz einer einzigen Jeans-Marke beispielsweise allein in Europa 2 Millionen Franken. Sieben Jahre später schnellte er auf runde 600 Millionen Franken. Waren es also nur die Blumenkinder oder blaubehosten Stars und Starlets, welche die zweite Haut so berühmt gemacht hatten? Ganz bestimmt auch, doch in erster Linie war es die meist ungewöhnliche und massive Werbung. Dazu sagte ein amerikanischer Werbefachmann einmal treffend: «Die Leute kaufen ja nicht Jeans, weil sie darin gut aussehen, sondern weil sie sich vorstellen, wie sie darin aussehen.» So plazieren die munteren Werber allemal frechere Sprüche und angriffigere Vorbilder auf die Plakatwände und in Zeitungs- und Heftliseiten. Der knallenge Röhrli-, lockere Rüebli-, klassische oder aller-



... wird um die Gunst der meist jugendlichen Jeans-Käufer geworben.

letzte Schnitt spielt in der Jeans-Werbung längst keine so grosse Rolle mehr. Denn mit solchen Verkaufsargumenten lässt sich

auf dem knallharten Markt – von rund einem Dutzend Hosenschneidern beherrscht – kein Zentimeter blauer Baumwollstoff mehr verhökern. Da müssen schon aggressivere und rauhere Werbemethoden her! Fabelfiguren und berühmte Denkmäler wie «Der Denker», die amerikanische Freiheitsstatue oder das Tell-Denkmal in Altdorf werden als «Jeans-Modelle» missbraucht. Schlange, Nashorn, Nilpferd, ja fast alles, was da kreucht und fleucht, wurde schon in Jeans-Stoff eingepackt. Höhepunkt dieser mehr als fragwürdigen Werbepraxis war jüngst das Plakat mit dem blutten Po, das in vielen Schweizer Städten mit Recht kurzerhand verboten wurde. Genauso verwerflich ist das neuste Jeans-Plakat «Get stoned». Es stellt einen mit Jeans angezogenen Stein im Wüstensand dar. Wenn man aber weiss, dass «stoned» in der Fachsprache «verladen mit Drogen» heisst, so muss man sich schon ernsthaft fragen, ob die Jeans-Werber von allen guten Geistern verlassen worden sind. Werden in Zukunft Werbeagenturen mit noch «dooferen» und einfältigeren Werbefeldzügen um die Gunst der meist jugendlichen Jeans-Käufer buhlen?

Nützliche Einkaufstips

Zum Abschluss dieses Ausfluges in die weite Welt der Jeans-Geschichte seien hier noch ein paar ganz praktische Tips beim Kauf von Jeans angefügt:

- Der letzte Modeschrei in Sachen Schnitt ist der Gesundheit nicht unbedingt am zuträglichsten. Allzu enge Jeans sind ungesund! Jeans sollten also bequem zu tragen sein. Vollführe beim Probieren einige Bewegungsübungen, um sicher zu sein, dass du dich frei und wohl fühlst.
- Studiere stets die Etiketten und Waschanleitungen! Erkundige dich, ob die Hosen beim ersten Waschen eingehen! Kaufe sie deshalb gross genug! Jeans mit der Aufschrift «separat waschen» belasten die Umwelt stärker (Strom, Waschmittel, Wasser).
- Auch beim Jeans-Kauf gilt: Gutes muss nicht teuer sein!

Merke dir also: Jeans müssen nicht nur modisch, sondern angenehm im Tragen, strapazierfähig, farbecht und pflegeleicht sein!

Christian Murer

Fragwürdiges Jeans-Werbeplakat: «stoned» heisst in der Fachsprache «verladen mit Drogen».