

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 7 (1931-1932)
Heft: 9

Artikel: Kinder-Moden
Autor: Riederer, Marietta
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1065288>

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: 06.05.2025

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



Text und Spezialzeichnungen für den „Schweizer-Spiegel“ von Marietta Riederer

Wenn wir heute in den vergilbten Modebüchern vergangener Jahrhunderte blättern und neben pompös und äusserst unbequem gekleideten Personen Kinder gezeichnet sehen, werden wir heute noch mitleidig! Kinderkleider waren nämlich nichts anderes als Miniaturausgaben der Erwachsenenkleider. Wir finden vier-



1863



jährige Landsknechte, kleine Mädchen angezogen wie Maria Stuart, oder mit gepuderten Perücken gleich koketten Rokokodamen, langbehoste Biedermeierherren mit Babygesichtern ... kurz, bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurden die Kinder mit Kleidern gequält. In den siebziger Jahren sieht man für sieben- und achtjährige Mädchen kürzere Röcke, die Schnitte der Kleider und besonders die Formen der federn- und blumengeschmückten Hüte gleichen aber noch immer jenen der Mamas.

Um die Jahrhundertwende — sei es dank dem Reformkleid, oder vielmehr des Sports — nimmt die Kinderkleidung eine selbständigere Note an. Es tauchen Matrosenanzüge für Knaben und Mädchen auf, für die Kleinen gibt es Helgo-

ländermützchen; die Stoffe legen sich leichter um den Körper, bis die Nachkriegszeit für Mütter und Kinder die Mode gänzlich änderte.

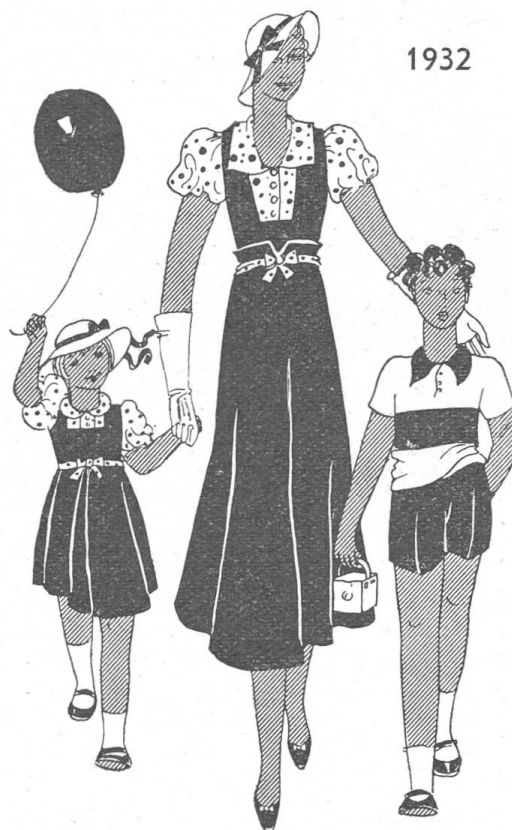
Heute wird jede Mutter ihr Kind einfach und vor allem bequem anziehen. Kinder müssen sich bewegen können, Luft und Sonne sollen möglichst leicht an den Körper gelangen. Trotz allem trifft man auch heute noch — meistens aber in grossen Städten — kleine Mädchen in unzweckmässigen, überladenen und da-



her geschmacklosen Kleidern und Mänteln mit damenhaften Hüten und Täschen — oder Knaben in unnötigen, viel zu langen, « sportlichen » Pumphosen. Man lasse doch den Kindern so lang als möglich die Freiheit der Bewegung, der Zwang der Kleidung kommt noch früh genug!

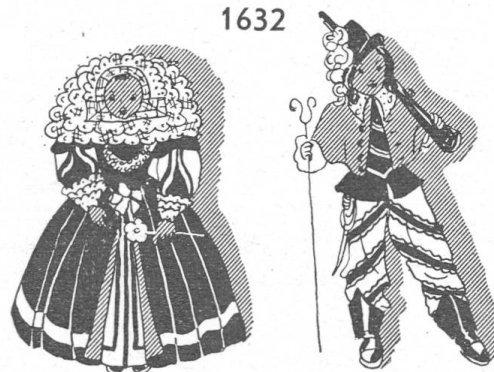
Seltsam aber ist eines, nämlich, dass die Mode von Erwachsenen und Kindern doch immer eine gewisse Ähnlichkeit beibehält, nur dass sich heutzutage die

1932



Mama wie ihr Töchterchen anzieht. Die Mütter sind und bleiben jung, und wenn wir heute eine Mama, wie auf unserer Zeichnung, in dem gleichen Kleid wie ihr vierjähriges Töchterchen — nur in andern Proportionen — oder selbst in dem gleichen Jumper wie ihr Söhnchen treffen würden — wären wir gar nicht erstaunt. Wandlungen der Mode!

1632



REKLAME FÜR REKLAME

„Man kann alle
Leute manchmal
zum Narren halten,

und manche Leute immer zum Narren halten, aber man kann nicht alle Leute immer zum Narren halten.“

DIESER Ausspruch stammt von Barnum, dem berühmten Zirkuskönig, dem grössten Publizitätsgenie des 19. Jahrhunderts.

MAN kann mit schwindelhafter Reklame leicht Scheinerfolge erzielen. Aber man kann nicht auf die Dauer dem Publikum Sand in die Augen streuen. Jeder Artikel, der seit längerer Zeit mit Erfolg inseriert worden ist, *muss* den Käufer zufriedengestellt haben, sonst wäre er ja nicht wieder gekauft worden.

REKLAME ist keine Zauberwissenschaft. Auch die geschickteste Reklame der Welt kann dem Publikum keinen Artikel aufdrängen, mit dem es nicht zufrieden ist. Reklame kann keine Monopole schaffen, nicht einmal Preismonopole. Wenn Kaffee Hag oder Ovomaltine von Millionen und Abermillionen immer wieder gekauft werden, so geschieht das nicht deshalb, weil die Käufer durch die Reklame behext worden sind, sondern weil sie mit diesen Produkten zufrieden waren, weil sie sie gut und preiswert fanden.

ZUGEgeben: Reklame ist in vielen Fällen unerlässlich für den Verkaufserfolg; denn wie soll man etwas kaufen, von dessen Existenz man nichts weiss? Aber Reklame allein tut's nicht. In letzter Linie entscheidet die Ware.

REKLAMESPESEN MACHEN SICH
NUR FÜR PREISWERTE WAREN
BEZAHLT.

Schweizer-Spiegel

Die politischen Mächte
haben versagt!

Die geistigen Führer
unserer Nation
haben jetzt das Wort!

Über die grossen Fragen
unserer Zeit schreiben die
bekanntesten deutschen Schrift-
steller in der Wochenzeitung

Die Literarische Welt

Fordern Sie noch heute Ihr
Freiabonnement an. Sie er-
halten 4 Wochen kostenlos

„Die Literarische Welt“

Gutschein

An die

Literarische Welt, Verlagsges. m. b. H.
Berlin W 50, Passauer Str. 34 S

Senden Sie mir die wöchentlich erscheinende
30-Pfennig-Zeitschrift

„Die Literarische Welt“

kostenlos für die Dauer eines Monats

Name _____

Ort u. Straße _____

Beruf _____

Falls ich Ihnen nach der dritten Nummer nicht mit-
teile, dass ich auf den Weiterbezug verzichte, bitte
ich um weitere Übersendung bis auf Widerruf zum
Preis von Mk. 1.20 monatlich plus 20 Pfennig
Bestellgeld