

Ein Fräulein für den Krieg der Stoffe

Von Tennessee aufs Jungfrauojoch: 1957 eroberte eine blonde Amerikanerin die Schweiz für die Baumwolle. Die Spuren der «Maid of Cotton» führen in eine Zeit, als die ersten Blusen aus Nylon waren und die Kleider immer öfter von der Stange kamen.

MARTIN WIDMER

Mit 20 Koffern und 37 Modellen von Baumwollkleidern landete am 13. Juni 1957 um zwölf Uhr die Maid of Cotton in Genf Cointrin. Helen Landon, eine zwanzigjährige Studentin aus Huntingdon, Tennessee, hatte bereits eine fünfmonatige Tour durch die US-Bundesstaaten und sechs europäische Länder hinter sich.

Das dreitägige Schweizer Programm sah am selben Nachmittag eine Modeschau in Montreux vor, am Abend die eigens für sie organisierte «Gala de Mode» im Theatersaal des Casinos in Interlaken. Am zweiten Tag war ein Ausflug aufs Jungfrauojoch geplant, der möglichst bei einem Schneesturm zeigen sollte, dass Baumwolle allen Bedingungen standhält. Am dritten Tag dann, zum Abschluss ihres Besuchs in der Schweiz, eine Modeschau beim Seiden-Griener in Zürich. Die Botschafterin von King Cotton – ausgerechnet beim Griener am Paradeplatz, im prominentesten Haus der Seide.

«Sommerlich und jugendfrisch»

Die Maid of Cotton war gekommen, um die Baumwolle vom Alltags-Image zu befreien. Denn Baumwollstoffe wurden in den Nachkriegsjahren vor allem im Haushalt verwendet: für Bettwäsche, Tisch- und Küchentücher oder Schürzen. In der Damenbekleidung war sie gut für kochende Unterwäsche und einfache Sommerkleider. Die PR-Kampagne mit der Maid wurde von den amerikanischen Baumwollpflanzern und den Baumwollbörsen von Memphis, New Orleans und New York organisiert und scheint in der Schweiz auf fruchtbaren Boden gefallen zu sein. Unter den Titeln «Von Kopf bis Fuss auf Baumwolle eingestellt» oder «Mit Baumwolle durch den Sommer» berichteten Zeitschriften und Zeitungen über den Auftritt der «reizenden Maid».

Die grosse, blonde Amerikanerin, «die im Nebenberuf an der Universität studiert und nach gründlicher Prüfung auf Persönlichkeit, Schönheit und Bildung aus den Kandidatinnen der dreizehn US-Staaten des sogenannten Baumwollgürtels ausgewählt worden war» – sie beeindruckte nicht nur die «Zürcher Woche». «Das charmante Lächeln und amerikanische ‚How do you do?‘, mit dem sie jeden begrüßte, war so sommerlich, strahlend und jugendfrisch wie die bedruckten Baumwollkleider selbst», berichteten die «Neuen Zürcher Nachrichten», und auch der «Bund» war hingerissen: «Es wirkt wie ein Wunder, zu was sich die bescheidene Baumwolle verwandeln lässt: Satin, Stickereistoffe, Ripsgewebe, halbtransparenter Organdy, Mousselin oder Jacquardgewebe; duftige Imprimés wechseln ab mit Pieds-de-poule oder neuartigen Streifendessins.»

Die Zeitschrift der Textil-, Bekleidungsindustrie und der Detaillisten, die «Textil-Revue», stimmte ins Loblied ein: «Wir kennen die Baumwolle als Konkurrentin der Seide und duftiger Gewebe. Jetzt lernen wir sie recht eigentlich als Siegerin auf der ganzen Linie kennen. Brauchbar für jede Jahreszeit, in jeder Form, für jeden Gebrauch, für hohe modische Ansprüche auch auf dem Gebiet der Mäntel und Kostüme – und mit anderen Worten auch als Konkurrentin der Wolle.»

Baumwolle beim Seiden-Griener

Peter Griener war damals 29-jährig, der junge Chef eines traditionsreichen Unternehmens mit 240 Angestellten, das sein Grossvater gegründet hatte und Seidenstoffe in 900 Farbnuancen am Lager hatte. Heute wohnt er in einem ehemaligen Bauernhaus am Waldrand von Zumikon, nur wenige hundert Meter vom grossen Landhaus entfernt, in dem er aufgewachsen ist. Fast fünfzig Jahre ist es her, seit er die Maid of Cotton empfangen hat. «Nicht paradox, sondern ganz folgerichtig war es, der Baumwolle Tor und Tür zu öffnen», erinnert sich Peter Griener. Er habe das Konzept des Seidenunternehmens Mitte der Fünfzigerjahre «völlig umgekrempelt», denn er habe keine Zukunft im Verkauf von Stoffen und schon gar nicht von Seidenstoffen gesehen.

Im Garten seines Hauses schildert er, wie er 1951 auf einer Reise durch die USA die zukunftssträchtigen Konzepte für «Speciality Department Stores» kennen gelernt habe. In Dallas machte er ein Praktikum bei Neiman-Marcus, damals wahrscheinlich das bekannteste und extravaganteste Warenhaus der Welt, vergleichbar höchstens mit Harrods in London. Weil Griener das breite Sortiment nicht kannte, stellte ihn der Besitzer Stanley Marcus als Empfangschef in die Eingangshalle. Und so lernte der junge Schweizer die neureichen Ölmagnaten, ihre Frauen und Freundinnen sowie deren ausgefallenste Wünsche kennen, die ihnen bei Neiman-Marcus alle erfüllt wurden.

Nierentische und Cocktailkleider

Griener kehrte mit der Idee nach Zürich zurück, aus dem Seiden-Griener ein ebenso einzigartiges Luxuswarenhaus mit einer Vielzahl von Boutiquen zu machen. 1952 taufte er das traditionsreiche Haus an der besten Adresse in «Griener les Boutiques» um. «Seitdem ist der Name ‚Seiden-Griener‘ nie mehr auf einem Geschäftspapier erschienen», betont Griener. «Und doch», sagt er und fährt sich über den weissen Bart, «der Name Seiden-Griener blieb. Obwohl wir nur noch zu einem kleineren Teil Seidenstoffe verkauften, stand das Wort Seide als Synonym für Luxus.»

Die Maid of Cotton war also willkommen, als Botschafterin Amerikas und der

Baumwolle. Zur Modeschau im ersten Stock lud Griener die Presse ein, die Fabrikanten und die Leiterinnen der vielen Schneiderateliers, die es damals in Zürich noch gab, seine Kundschaft wie auch die Mitglieder des «Seventeen-Club», eines firmeneigenen Klubs für die jüngsten Kundinnen aus gutem Haus. Die Maid of Cotton präsentierte eine breite Palette amerikanischer Modelle: ein Auto-Ensemble beispielsweise, ein gross kariertes Deuxpièces in einer festeren Baumwolle, ein «Wintercotton» oder ein leichtes Sommerkleid.

Neun weitere Mannequins zeigten Modelle von Schweizer Couturiers aus Schweizer Baumwollstoffen und mit St. Galler Stickereien. Vertreten waren Grieders eigene Couture-Abteilung sowie Maison Bouchette, Max Lattmann, Armin Rohr, Rose Bertin, alle aus Zürich, und Willy Roth aus Bern. Die Eingeladenen sassen gruppiert um niedrige Nierentischen und begutachteten ein Cocktailkleid aus weissem Baumwollsatins mit Silberfaden oder ein weiss-violett gestreiftes Gartenkleid. Zum Abschluss trat die Maid of Cotton in einem schwarzen, kunstvoll gerafften Cocktailkleid auf, darüber trug sie einen weissen Guipure-Überwurf, ein Kunststück aus St. Galler Stickerei, das zu schweben schien.

«Alles ist zulässig»

Damals, Anfang der Fünfzigerjahre, war der Kauf von Kleidern ab Stange noch nicht selbstverständlich. Bei einem Detaillisten wählte man den gewünschten Stoff aus und nähte sich nach Schnittmustern die Stücke selbst, oder man ging mit den Stoffen

in ein Schneideratelier. Für die gut betuchten Kundinnen gab es die Couturiers, die sich von den Modeschöpfern in Paris inspirieren liessen. Von Coco Chanel zum Beispiel, die 1957 mit ihren fließenden Linien ein grosses Comeback feierte. So musste auch Dior nach seiner strengen «Ligne H», «Ligne A» und «Ligne Y» die Formen verwischen. Man sprach von der «Ligne Libre», und «Le Flou» war das Wort, das in jenem Sommer den Ton angab. «Gerade in den besonders ausgeklügelten Kollektionen kommt die unbestimmte, gleitende Linie am besten zum Ausdruck», schrieb «Textiles Suisses»: «Alles ist zulässig. Die Kleider werden länger oder kürzer oder sogar beides zugleich. Die Büste, die Taille und die Hüften dürfen so erscheinen, wie sie die Natur geschaffen hat.»

Ein Kleid, nach Mass in einem Couture-Atelier hergestellt, konnte gerne 60 bis 70 Stunden Aufwand bedeuten. Das trieb bei den steigenden Löhnen die Preise in die Höhe. Die fortschreitende Rationalisierung der Bekleidungsindustrie verbreitete das Angebot an Konfektion in allen Preissegmenten rasant und kam auch jenen Kundinnen und Kunden entgegen, die nicht auf die Fertigstellung warten wollten. Peter Griener bemerkte damals auch, wie sich das Gefühl für die Eigenheiten eines Stoffs verflüchtigte, wie die Käuferin nach einer Etikette suchte, die ihr erklärte, wie warm ein Kleidungsstück gewaschen werden darf oder ob es sich chemisch reinigen lässt. Ob reine Seide oder Baumwolle, ob eine Mischung von Baumwolle und Kunstseide oder ob rein synthetisch – das spielte beim Kauf ab Stange nur eine kleine Rolle. Ist es waschmaschinentauglich?



«Botschafterin Ihrer Majestät Baumwolle», so nennt die «Textil-Revue» 1957 die Maid of Cotton. Hier trägt sie ein «Auto-Ensemble».



Mehr Glamour für den Alltagsstoff: Bei Grieder am Paradeplatz in Zürich führt Miss Landon ein baumwollenes «**Stadtensemble**» für den Winter vor.



Im Casino Interlaken zeigt sie «ein **Sommerkleid**, welches ausgezeichnet zum endlich angebrochenen Sommerwetter passt». BILDER: «TEXTIL-REVUE», 1957

Knitterfrei? Das waren die entscheidenden Fragen neben den Farben und Dessins. «Auch in Bezug auf die Stoffe war alles zulässig. Die Devise ‚anything goes‘ beherrschte immer mehr das Denken bei den Modeschöpfern, den Konfektionären und den Kunden», blickt Peter Grieder zurück in jene Zeit, als der «American Way of Life» in Europa Fuss fasste. «Und vielleicht wird uns heute erst bewusst, dass diese Devise auch auf die Geisteshaltung abgefärbt hat», fügt er leise an.

«Män meed faibers»

Paul Rothenhäusler hat die damalige Tour der Maid of Cotton organisiert. Heute ist er 81-jährig und lebt in Stäfa am Zürichsee in einer geräumigen Wohnung, die auch das Domizil seines Verlages ist. Wie auf Knopfdruck kann er sich an die Maid erinnern und fragt als Erstes: «Ist Ihnen das Wortspiel aufgefallen: Maid of Cotton – made of cotton?»

Rothenhäusler leitete 1956/57 die Publizitätsstelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie in St. Gallen und hatte für den «Cotton Council of America» den Schweizer Teil der PR-Reise einzufädeln. In Genf habe er eine etwas müde Maid am Flughafen abgeholt, nach der Tour durch alle US-Bundesstaaten und halb Europa sei das auch verständlich gewesen. Auf den Fotos in den Zeitungen erschien sie jedoch immer mit einem perfekten Lächeln. Der Niederschlag der Tour mit mehr als zwei Dutzend Presseartikeln war ausserordentlich. Damals waren Public Relations noch ein Fremdwort in der Schweiz und Rothenhäusler einer der Ersten, die nach amerikanischem Vorbild

PR-Kampagnen durchführten. In seinem Buch «Amerika für Anfänger» (1952) beschreibt er kurz und bündig, was darunter zu verstehen ist: «Ein Trick der Public Relations besteht darin, in den Textteil einer Zeitung zu kommen, was erstens billiger und zweitens viel durchschlagskräftiger sein kann als ein bezahltes Inserat.»

Stolz verweist er auf die Doppelseite in der «Textil-Revue» mit drei grossen Bildern, die aufgeschlagen auf dem Tisch liegt (Abb. oben). Merkwürdig berührt, dass alle Aufnahmen ausschliesslich schwarzweiss sind, erst ganz vereinzelt treten blaue oder grüne Bildumrahmungen auf. Und nur in der grossformatigen Exportzeitschrift «Textiles Suisses» gibt es 1957 ganz wenige vierfarbige Modeaufnahmen, die heute zart und verblasst daherkommen.

Rothenhäusler kennt sich aus mit der PR für Textilien, hatte er doch zuerst für die Publizitätsstelle der Schweizerischen Baumwoll- und Stickereiindustrie gearbeitet, dann als selbständiger PR-Berater für die Kunstfaserindustrie, Ende der Sechzigerjahre schliesslich für die Zürcher Seidenindustrie. Während die «Sidigen» mit dem Slogan «Es gibt nichts Schöneres als reine Seide» warben, trumpften die Synthetikfabrikanten mit dem Waschkomfort der Hemden und Blusen aus Nylon auf: nur in die Waschmaschine legen, aufhängen und dann ohne zu bügeln sofort tragen. Als sie 1956 einen Titel für ihre Imagekampagne suchten, war das Plastikzeitalter noch in seinen Anfängen, und es galt, die Vorurteile gegenüber Stoffen aus synthetischen Fasern zu entkräften – dass man in Nylonhemden schwitze und sich

erkälte, dass Kleidungsstücke aus Nylon speckig glänzten speckig und nichts für festliche Auftritte seien.

Ein Bild der Kampagne zeigt ein junges Paar auf einer Parkbank, wo er seiner Angebeteten gesteht, dass er nur Nylonhemden trage, sie sogar selber wasche und sich noch nie erkältet habe. Ein anderes Bild zeigt ein strahlendes Mannequin mit einem weit ausladenden Spitzenkleid, sie erhebt die Arme nach oben, wo die Überschrift ihre Gedanken enthüllt: «Glückseligkeit, du kamst zu mir...» Der Text verdeutlicht: «Wer würde da nicht glücklich sein... in diesem Spitzenkleid aus Nylon, das Jacques Griffe, Paris, geschaffen und mit dem Namen ‚nuit blanche‘ getauft hat?» Und es ist keine Frage, wenn es weiter heisst: «Nützen Sie die neuen Möglichkeiten, die Man made Fibres (män meed faibers) bieten! Man made Fibres helfen mit, das Leben zu verschönern, wie können Sie da abseits stehen?» Die Anleitung zur Aussprache war 1957 allerdings noch notwendig.

Nancy, Yvonne, Laura, Olga, Nancy

«Die Herkunft des Namens Nylon kennen Sie aber?» fragt Rothenhäusler und liefert umgehend die Erklärung. «Nylon» sei eine Zusammensetzung aus den Vornamen der Frauen seiner fünf Erfinder: N für Nancy, Y für Yvonne, L für Laura, O für Olga und N für die zweite Nancy. Verena Rothenhäusler setzt sich ebenfalls an den Tisch. Sie hat sich damals nicht ins PR-Geschäft ihres Mannes eingemischt, doch weil er keinen Fahrausweis besass, chauffierte sie ihn oft. In einem alten Mercedes, mit Trittbrettern und einem handbetrie-

benen Winker, fuhr sie durch die ganze Schweiz und bis nach Venedig, auf den Rücksitzen und im Kofferraum die Couture-Modelle für die Modeschauen.

Die gelernte Schneiderin, die vor ihrer Hochzeit bei der «Annabelle» die Schnittmusterseite betreute, ist eine Fachfrau für alle Stoffe. Das Begleiten der Maid of Cotton war dagegen nicht nach ihrem Geschmack. Und sie hat sie auch nicht in bester Erinnerung; so freundlich wie auf den Zeitungsbildern habe sie nie dreingeschaut. «Sehr gesprächig war sie auch nicht», ergänzt Verena Rothenhäusler, «eher langweilig.» In Zürich musste sie mit ihr «shoppen» gehen, sie wollte unbedingt ein «Ührli». Das «Auto-Ensemble» mit dem engen Rock, das die Amerikanerin getragen habe, sei beim Aus- und Einsteigen nicht sehr praktisch gewesen.

Die erste und die letzte Maid

Die erste PR-Tour der Maid of Cotton fand 1939 statt, vor dem Hintergrund der Lancierung des Nylons. Im Krieg wurde dann zwar der grösste Teil der Nylonproduktion für Fallschirme verwendet, nach 1945 begannen die Nylonstoffe jedoch ihren Siegeszug, was das Cotton Council bewegte, die Maid of Cotton auch durch Europa touren zu lassen. Der Absatz der Rohbaumwolle stagnierte, der Trend war auf der Seite der knitterfreien Textilien aus synthetischen Fasern.

«Es musste richtig geschleckt aussehen, kein Rumpf war erlaubt», erzählt Ethel Kocher, die heute in Hondrich bei Spiez wohnt. Ab 1964 leitete sie die Publizitätsstelle der Baumwoll- und Stickereiindustrie in St. Gallen. In dieses Jahr fiel denn auch der letzte Besuch einer Maid of Cotton in der Schweiz. Es sei schwierig gewesen, Auftrittsorte für die Maid zu finden, denn sie brachte in ihren Koffern die amerikanische Mode vom letzten Jahr mit; die Schweizer Produzenten von Baumwollstoff und die St. Galler Stickereiindustrie hätten jedoch die Stoffkreationen für die nächste Saison präsentieren wollen. Katy Sue Meredith aus Andalusia, Alabama, habe auch nicht die Figur eines Mannequins gehabt, dafür habe sie geplaudert «wie ein Wasserfall» und charmant ihre Werbebotschaften platziert. Schliesslich liess sich ein Auftritt an der Expo organisieren, wo sie vom US-Botschafter und seinem Landwirtschafts-Attaché begrüsst worden sei. Beim Globus in Basel und Zürich konnte sie ihre Modelle vorführen. «Das Mädli», erzählt Kocher in ihrem Berner Dialekt, «hat aber nicht in die Haute-Couture-Modelle aus St. Galler Stickereien gepasst, sie war zu pummelig.»

Mit Hilfe der Bardot

Ethel Kocher machte von 1964 bis 1988 PR für die Baumwolle, hatte jedoch im Vergleich mit der chemischen Industrie, die für die synthetischen Fasern warb, ein zehnt bis zwanzig Mal kleineres Budget. «Ich konnte nur mit der kleinen Kelle anrichten», lacht sie und erzählt von einem PR-Erfolg, für den sie keinen Rappen zahlte. «Als Brigitte Bardot das erste Mal heiratete, trug sie eine Hochzeitsrobe aus simpler, schwarz-weiss gewürfelter Baumwolle. BB machte dieses zweifarbig karierte Baumwollgewebe zu einem kurzen modischen Renner.»

Mit starkem Rückenwind segelte die PR-Chefin der Baumwolle jedoch erst Ende der Sechziger- und Anfang der Siebzigerjahre. Nun kam ihr die junge Generation zu Hilfe, die die Nase rümpfte über die Kleider aus Helanca, Dralon, Orlon oder Terylen. Baumwolle war wieder Trumpf, und Falten waren nicht mehr verpönt. Hauptsache, es sah natürlich aus und unterschied sich vom biedereren Look der Eltern. King Cotton hatte sich durchgesetzt und brauchte seine Maid nicht mehr.

Zum Thema: Noch bis 9. Januar zeigt das Landesmuseum in Zürich die Ausstellung «Bling bling – Traumstoffe aus St. Gallen» («Bund» vom 7. September). Im Internet: www.bling-bling.ch.

WEITE WELT

Himmelblaue Aussichten

ALEXANDER SAMBUK

Das hier mal gekocht und gegessen wurde, daran erinnert nur noch der Stumpf eines abgehackten Gasrohrs, der in der Mitte der hellgrün gestrichenen Wand hängen geblieben ist. Unter der verstümmelten Gasleitung hängen heute drei kleine Bilder: ein Triptychon in Blau. Dies sei eine Impression aus der Rjasaner Landschaft, erläutert mir sein Schöpfer Waleri Sachatow. Die winzige Küche musste vor dreissig Jahren zwangsläufig geopfert werden bei der Umwandlung einer sowjetischen Standard-Zweizimmerwohnung in ein Atelier in der Dachetage eines zehnstöckigen Wohnhauses.

Die Freiheit hat ihren Preis

Der Schwiegervater von Waleri, der Maler und Grafiker Michail Rudakow, konnte damals sein Glück kaum fassen. Kein Wunder, denn bis dahin haperte es mit der Gerechtigkeit ganz gewaltig im Leben von Michail, der 1914 in der Ukraine zur Welt gekommen war. Dem Studium der Grafikkunst, das er just vor dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs abgeschlossen hatte, folgten der Dienst in der Roten Armee und die deutsche Kriegsgefangenschaft. Für wenige Monate Gefangenschaft musste er später sechs Jahre im Gulag büssen und dann noch zehn Jahre auf seine Rehabilitierung warten.

Die Zuteilung einer «Produktionsfläche» von 35 Quadratmetern durch den Moskauer Künstlerverband habe der Kriegs- und Gulag-Veteran als Zeichen höchster Anerkennung von seinen Berufskollegen wahrgenommen, erzählt mir Waleri. Er holt von einem Regal Farbzeichnungen und breitet auf dem Fussboden Illustrationen von Michail Rudakow zu Nikolai Gogols Erzählungen aus. Bilder vom märchenhaften rustikalen Leben und drollige Bauernporträts sollen zum 90. Geburtstag des Künstlers erstmals in Buchform abgedruckt werden. In der Sowjetzeit wurden sie von einer zuständigen Kommission des Künstlerverbandes als ideologisch falsch abgelehnt.

Ein moderner Maler in Russland arbeitet heute in einer Atmosphäre unzensurierter und uneingeschränkter Freiheit. Das ist die eine Seite der Medaille. Auf der anderen gibt es heute auch kein engmaschiges System der Existenz- und Arbeitssicherung mehr. Kaum noch erhalten sind die über das ganze Land verstreuten Erholungsheime mit symbolischen Übernachtungspreisen, wo man an idyllischen Orten wochenlang unbekümmert arbeiten konnte. Dieses Künstlerleben ist für immer vorbei.

Der Rausschmiss droht

Die Künstlerverbände von damals gibt es zwar noch. Aber um ihren rechtlichen Status unter den neuen Lebensumständen festzulegen, findet der postkommunistische Gesetzgeber in Russland keine Zeit. Wer aber in dieser rechtlichen Grauzone mehr und mehr ungeduldig wird, ist der Immobilienmarkt. Man kann die Makler und Agenten gut verstehen. Wer würde sich an ihrer Stelle gedulden angesichts der Perspektive, Künstlerateliers in Dachetagen locker zu einem lukrativen Penthouse umzubauen? Dabei wird so gut wie kein Widerstand geleistet. Oft stellt sich heraus, dass Atelierinhaber keine Papiere vorweisen können, die ihre Miet- oder Eigentumsrechte bestätigen.

Waleri schliesst nicht aus, dass auch ihm bald der Rausschmiss aus seinem Atelier in der Stadtmitte droht. Er habe gehört, das Haus, in dem sein Atelier ist, solle zu einem Hotel umgebaut werden. Im Unterschied zu anderen Malern in Moskau haben er und seine Frau immerhin noch ein Häuschen auf dem Land.

Der Autor lebt in Moskau und ist Redaktionsleiter der politischen Wochensendung «Vesti nedeli» beim Fernsehsender Telekanal Rossiya.

Impressum

Redaktion: Alexander Sury (Leitung), Barbara Birchler (Gestaltung), Daniel Di Falco, Patrick Imhasly, Christine Iselin-Kobler, Sandra Leis (Literatur), Margareta Sommer (Bild).