



**D**amenkleider internationaler Designer warben 1963 für die neue Polyesterfaser Diolen (*Abb. 211*): ein schwarz-grün kariertes Jackenkleid von Pierre Cardin, ein orangefarbenes Tageskleid von Emilio Pucci, ein schwarzes Cocktailkleid von Roberto Capucci sowie als Vertreter der neuen »Jungen Mode« ein Freizeitanzug von Bessie Becker. In der Ausstellung repräsentieren diese Kleider den zukunftssträchtigen Schritt, den die in den 1960er Jahren in großem Umfang unternommene Verarbeitung vollsynthetischer Fasern für Textilindustrie und Verbraucher bedeutete. Neben dem von der Frankfurter Hoechst AG hergestellten Konkurrenzprodukt Trevira gehörte Diolen bald zu den mengenmäßig bedeutendsten Chemiefasern. Zugleich stehen sie für den in der modernen Kleidung zentralen Aspekt des Designerentwurfs, der hier über ästhetische Qualitäten hinaus in seiner Indienstnahme für Markt- und Wirtschaftsinteressen deutlich wird.

Die Polyesterfaser Diolen wurde von den Vereinigten Glanzstoff-Fabriken AG in Wuppertal hergestellt<sup>1</sup>. In Kombination mit natürlichen Fasern wie Wolle und Baumwolle oder rein wurde Diolen zu teil- oder vollsynthetischen Stoffen verarbeitet, die sich laut Herstellerangaben durch Eigenschaften wie besondere Strapazierfähigkeit, Knittererholung, Bügelfreiheit, Pflegeleichtigkeit, Waschbarkeit und Formbeständigkeit auszeichneten. Als aufnahmefähiger Markt erwies sich besonders die in den Nachkriegsjahrzehnten rasch anwachsende Gruppe selbstschneidernder Frauen, um die sich die Firmen mit Anzeigen in den wichtigsten Mode- und Frauenzeitschriften und auf Modenschauen gezielt bemühten.

Angeführt wurden die Werbekampagnen für Diolen von großen Modenschauen, die alljährlich in Berlin, München und Düsseldorf stattfanden. Exklusive Veranstaltungsorte waren das Dachgartenrestaurant im Berliner Hilton-Hotel, der »Bayerische Hof« in München und der Düsseldorfer »Malkasten«. Für diese Modenschauen entwarfen führende Couturiers sogenannte Anregungsmodelle, deren Ziel es war, die »Einsatzfähigkeit der Diolen-Faser auf allen Gebieten modischer Bekleidung vom frühen Morgen bis zum späten Abend« zu demonstrieren<sup>2</sup>. Darüber hinaus wurden die Modelle von namhaften Modefotografen für PR-Anzeigen in Modezeit-



212) Label »Pierre Cardin«, 1963

schriften und Illustrierten fotografiert, erhaltenen Aufzeichnungen zufolge für »Brigitte«, »Bunte«, »Burda-Moden«, »Chic«, »Constanze«, »Elegante Welt«, »Film und Frau«, die »Frankfurter Allgemeine Zeitung«, »Für Sie«, »Günthers Modejournal«, »Lady«, »Madame«, »Neue Illustrierte«, »Petra«, »Praline«, »Quick«, »Revue«, »Stern« und »Textil-Mitteilungen«<sup>3</sup>.

**TAGESKLEIDER** Die werbewirksame Mischung der Diolen-Modenschauen beruhte auf der Verbindung bekannter Couturiers mit den neuartigen Stoffen der Marke Diolen. Bei dem herbstlichen Kostüm Pierre Cardins wurde »Diolen-FL« verarbeitet, dem eine Beimischung aus Schurwolle den gewünschten Kammgarn-effekt verlieh<sup>4</sup>. Als Neuheit der Herbst-Winter-Kollektion des Pariser Modeschöpfers,

der bereits 1959 Damenkonfektion für das französische Kaufhaus »Printemps« und wenig später für den deutschen Konzern »Hertie« entworfen hatte, galten Kostüme in modischem »Schotten« mit kurzer Jacke und als Schrägkaro verarbeitetem Rock. Die Modefarbe »Billardgrün« unterstrich den Trendcharakter des »Anregungsmodells« (Abb. 212)<sup>5</sup>.

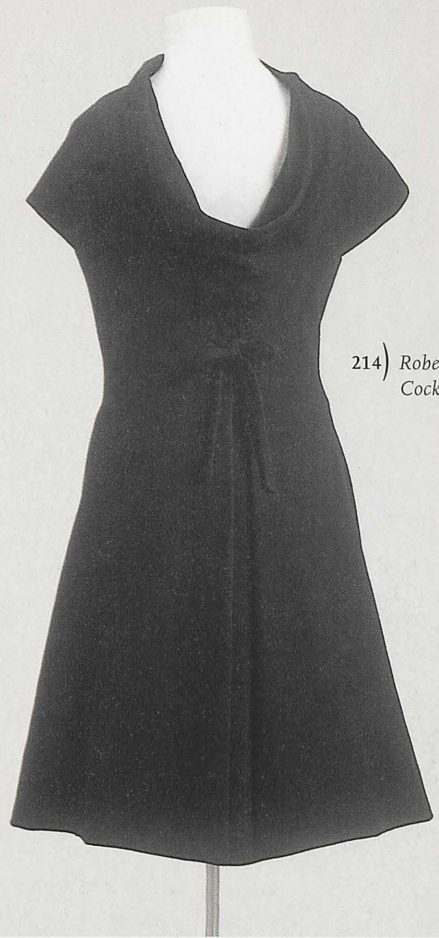
Das »Jumperkleid« des italienischen Designers Emilio Pucci besticht durch die exakte Linienführung der als modische Effekte eingesetzten Nähte<sup>6</sup>. Mit einem Beitrag »Nähte machen Mode« warb auch die Zeitschrift »Für Sie« in ihrer Augustausgabe 1963 für den aktuellen Stil. Charakteristische Details des Modejahres waren darüber hinaus die Schleife in der vorderen Mitte und der über einem ärmellosen, mit dem Rock verbundenen Oberteil aus Futtertaft getragene »Jumper«, der im Rücken mit einem Reißverschluss geschlossen wird.

Unter der Überschrift »Lohnt es sich heute noch, selbst zu schneidern?« erschien dasselbe Kleid im Oktober 1963 zusammen mit einem zweiten aus Diolen im »Seidenlook« in einer doppelseitigen Anzeige der Zeitschrift »Burda-Moden« (Abb. 213). Aus rostfarbenem »Diolen-Flanell« gefertigt, war es eines von 72 Modellen zum Selbstschneidern, die auf »Burda-Modenschauen« in 21 deutschen und 16 österreichischen Städten vorgestellt wurden. Diese Veranstaltungen sollten die »Anregungsmodelle« der Diolen-Schauen einem breiten Publikum bekannt machen. Die damit angestrebte marktwirksame Kooperation zwischen Modezeitschrift und Stofffabrikant zeigt der in der Anzeige enthaltene Hinweis, dass sämtliche Stoffe und Schnitte der Kleider in den Häusern, in denen die Schau vorgeführt wurde, gekauft werden konnten<sup>7</sup>.

**DAS KLEINE SCHWARZE** Für den Abend war »Das Kleine Schwarze« in den 1960er Jahren ein zentrales Modethema. »Das »Kleine Schwarze« ist jetzt groß Model!«, titelte »Constanze-Mode« im Frühjahr-Sommerheft 1962. »Die Ausgangssperre für kleine Schwarze tagsüber endete gegen achtzehn Uhr, danach tauchten sie in trendigen Cafés und Restaurants auf«, bemerkte Jane Mulvagh in ihrer Modegeschichte des 20. Jahrhunderts zum Gebrauch des 1926 durch Coco Chanel in die Modegeschichte eingeführten Gesellschaftskleides<sup>8</sup>.



213) Diolen-Werbung mit Pucci-Kleid, aus: Burda-Moden, Oktober 1963



214) *Roberto Capucci,*  
*Cocktailkleid, 1963*



215) *Unterleid*

Mit seiner schlichten, hochgeschlossenen Vorderpartie und dem über einem markanten Dekolleté drapierten Rücken entsprach das von Capucci für Diolen entworfene Modell nicht nur dem Stil der frühen 1960er Jahre, sondern auch einem Grundprinzip des immer wieder mit übereinander gelagerten Stoffschichten und den Körper umspielenden Formen arbeitenden Couturiers (*Abb. 214, 215*)<sup>9</sup>. Als Material wurde schwarzer Diolen-Jersey verarbeitet, dessen Eignung für die festliche Mode das Kleid unter Beweis stellen sollte. Den gleichen Anwendungsbereich hob auch der Berichterstatter der Berliner Hilton-Modenschau von 1963 mit der Bemerkung hervor, dass dort soeben »schwarze Jerseys aus Diolen mit 45 v. H. Schurwolle ... ihre drapierfähige Schmiegsamkeit an Nachmittags- und Dinnerkleidern« bewiesen<sup>10</sup>.

**JUNGE MODE** Schließlich versprach die Jugend- und Freizeitmode ein interessanter Markt für die aktuellen Stoffe aus Diolen zu werden, deren Trage- und Pflegekomfort den hier gestellten Anforderungen besonders entgegenkam. Als Partner empfahlen sich die neuen Vertreter einer am amerikanischen Markt orientierten Jugendmode, wie sie in Deutschland mit den Marken »Betty Barclay« und »Bessie Becker« ihren Anfang nahm. Speziell auf die Bedürfnisse der Jugend abgestimmte Betty Barclay-Kollektionen gab es in den Vereinigten Staaten bereits in den 1940er Jahren. Seit den 1950er Jahren wurden sie von dem Heidelberger Unternehmer Max Berk zunächst in Lizenz, später als eigene Kollektionen auch hierzulande produziert<sup>11</sup>.

Auch die Anfänge der Münchner Modefirma »Bessie Becker«, mit der die Vereinigten Glanzstoff-Fabriken in der Diolenwerbung zusammenarbeiteten, fallen in die amerikanische Besatzungszeit<sup>12</sup>. Die Bühnen- und Kostümbildnerin mit dem bürgerlichen Namen Irmgard Becker hatte erste Modeentwürfe in der von der amerikanischen Militärregierung herausgegebenen Zeitschrift »Heute« gezeigt. Ihre erste Kollektion stellte sie 1952 in München vor, wo sie ein eigenes Prêt-à-porter-Atelier gründete<sup>13</sup>.



216) Label »Bessie Becker«, 1963

Ein jugendlicher Freizeit-Anzug mit sportlichem Jumper und »Bermuda Shorts«, die Modezeitschriften neben Hosenröcken vor allem zum Radfahren empfahlen, nahm mit leuchtendem Orange die von »Mandarin« und »Aprikose« bis »Blutorange« tendierende Modelfarbe des Sommers 1963 auf. Auch die Kombination mit kontrastierenden schwarzen Blenden, wie sie auf Seitennähten, Ärmeln und Ärmelbündchen erscheinen, fand in Modezeitschriften zahlreiche Parallelen (*Abb. 216, 217*)<sup>14</sup>. Als Material wurde wiederum Diolen-Jersey empfohlen, der wie hier mit Wollbeimischung oder als »Diolen-loft« aus 100% Diolen hergestellt, wesentlichen Anteil an der in den sechziger Jahren auf den Markt drängenden »leicht pflegbaren Maschenware« besaß.

Die Modelle von Pierre Cardin, Emilio Pucci, Roberto Capucci und Bessie Becker wurden dem Museum 1998 geschenkt. Die Spenderin, die früher bei der Düsseldorfer Werbeagentur Geutebrück tätig war, die für die Vereinigten Glanzstoff-Fabriken die Diolen-Kampagnen durchführte, konnte die Kleider dort erwerben, als sie nicht mehr für Modenschauen und Modefotos benötigt wurden.



217) Freizeitanzug mit  
»Bermuda-Shorts«,  
Bessie Becker 1963

—1 München, Deutsches Museum, Firmenarchiv Vereinigte Glanzstoff-Fabriken AG, Wuppertal (1954–ca. 1965).  
—2 Überzeugende Diolen-Modenschau in Berlin. In: *Rundschau. Monatsschrift für Mode und Fachwissen für die deutsche Damenschneiderei*, 6. Juni 1963, S. 217. —3 Freundliche Mitteilung von Frau Dr. Ingrid Skiebe, Düsseldorf. —4 Inv.Nr. T 7676.1–2. —5 Loschek 1987, S. 486. – Burda Sonderheft Herbst-Winter 1962/63. —6 Inv.Nr. T 7675.1–2. —7 Burda-Moden, 1963, Nr. 10, S. 68–69. —8 Amy Holman Edelman: *Das kleine Schwarze*. München 2000, S. 69. —9 Inv.Nr. T 7703. – Roberto Capucci in: Ingrid Loschek: *Die Mode-Designer*. München 1998, S. 32–34. —10 Wie Anm. 2. —11 Kat.Ausst. *Endlich wieder chic. Damenmode der 50er Jahre*. Textilmuseum Max Berk. Heidelberg 1999, S. 20. —12 Vgl. auch Kapitel »Strandleben«. —13 Loschek 1987, S. 483. —14 Inv.Nr. T 7674.1–2. – Vgl. *Burda Sonderheft Frühling-Sommer 1964*, S. 86, 89 (Bermuda Shorts); 104.