

## Der Wiener-Mode-Erfolg in Holland.

Das Komitee für österreichische Edelfarbe und Kunst, dem die niederösterreichische Landes-Gewerbeförderung, die Handels- und Gewerbekammer und die in Betracht kommenden Interessenten angehören, veranstaltete bekanntlich anfangs März in Amsterdam und im Haag eine Modenschau, die als ein vollständiger Sieg des Wiener Geschmacks und der Wiener Erzeugung zu betrachten ist und auch im Ausland als solcher gewertet wird. Es seien hier einige Stimmen holländischer Blätter veröffentlicht.

Ueber die erste Vorführung dieser Modenschau sagte „Nieuws van den Dag“ vom 6. März unter anderem: „Die Wiener Kleiderindustrie verdient speziell dort mit Auszeichnung genannt zu werden, wo sie eifrigst darauf bestrebt ist, ohne andere Hilfsmittel als Nadel und Faden ein Kleid aufs geschmackvollste zu belegen, zu schmücken. Wo die Wiener Methode sich in Applikationsarbeit zeigt, erreicht sie auch einen glänzenden Erfolg. Das grauseidene Kleid mit grauer Tuchapplikation in kräftig eingerahmten Diagonalen mag in dieser Hinsicht als ein recht gut gelungenes Beispiel gelten. Die wenigen Pelzmäntel waren vorzüglich gearbeitete, kostbare Stücke. Das Gebotene rechtfertigt das gemachte Versprechen.“

Das „Handelsblad“ vom 6. März schrieb: „Wien ist nun einmal ein Modezentrum, so gut als Paris. Das heißt, daß dort Fabriken sind und Werkstätten, wo Modeartikel gemacht werden, daß die Mode einen bedeutenden Teil vom Wiener Betrieb, vom Wiener Leben bildet. Dieser Betrieb soll bald nach dem Krieg wieder aufblühen und sich verstärken; er soll sich ausdehnen und kräftiger als je die Konkurrenz auch wider Paris führen. Daher fangen auch die großen österreichischen Modewarenhandlungen schon jetzt mit der Propaganda an, und wie könnten sie das besser machen als dadurch, daß sie in natura zur Schau stellen, was sie können — auf die neueste — auf Pariser Weise — daß sie Mädchen veranlassen, sich in ihre besten und zierlichsten Schöpfungen zu kleiden und so gekleidet den bewundernden Blicken der Zuschauer, vor denen sie auf- und abgehen, sich zu zeigen. Davon läßt sich nichts nehmen, denn ist nun einmal nicht anders, das ist etwas Hochfestliches, aber es sind doch Geschäfte zu machen mit dem Antrieb zur Verstärkung der eigenen Industrie“... Der Schluß der langen Besprechung lautet: „Alles ist einfach bei diesen Wiener Schöpfungen: die Farben sind gedeckt, die Modelle streng, nur der Zuschnitt, die Coupe blieb vornehm; jede Toilette zeigt Vornehmheit, eignet sich besonders für Standespersonen. Das aber kennen wir von den Wiener Modellen, zumal von den tailor-mades aus der österreichischen Hauptstadt. Wir wissen nun auch, daß die Schleppe wieder in Gnaden angenommen werden wird. Kein Schrecken! Die tailor-mades, die Promenadenkleider, die Sommerkleidchen sind noch alle süßfrei, obgleich ein paar Zentimeter länger als bisher. Aber die Toiletten für große Abendgesellschaften werden wieder lange, sehr lange

Schleppen bekommen; von denen man welche mit reizender Eleganz und mit zierlichem Schwung über dem Arm trägt.“

Das in Diensten der Entente stehende Blatt „De Telegraaf“ vom 6. März äußert sich zu der Veranstaltung in einem längeren Artikel voll Schwulstigkeit, dem wir nur folgenden Satz entnehmen: „Einfache Arbeit, ohne irgend welche Exzentrität oder Gewagtheit charakterisieren die Wiener Mode der Jetztzeit.“

Zu den Erfolgen der Wiener Mode trug selbstverständlich wesentlich auch das Wiener Ausstellungsorchester unter der Leitung des Kapellmeisters Baezel bei. Das Komitee für österreichische Edelfarbe und Kunst, an dessen Spitze der rührige Referent der niederösterreichischen Landes-Gewerbeförderung Landesauskunft Hermann Bielohlawek und kaiserlicher Rat Ligner stehen, kann auf den errungenen Erfolg stolz sein.