

Badische Landesbibliothek Karlsruhe

Digitale Sammlung der Badischen Landesbibliothek Karlsruhe

Neue Frauenkleidung und Frauenkultur

Deutscher Verband für Verbesserung der Frauenkleidung

Karlsruhe, 6.1910 - 10.1914; 12.1916

Die Frau als Konsumentin von Ilse Müller-Östreich

[urn:nbn:de:bsz:31-107152](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:31-107152)



Abb. II. Brautkleid von Mathilde Scheidt-Hannover.
Rückansicht und Beschreibung Seite IX.

setzlich gewährten Termin ist zweifellos für viele Frauen eine Existenzfrage.

Wo auch immer es zugänglich ist, sollten daher alle Frauenorganisationen versuchen, die freilich nur sehr kurze Spanne Zeit auszunutzen, um die Handwerkskammern zur Einrichtung von Meisterkursen zu veranlassen, die noch beiseite stehenden Handwerkerinnen von der Notwendigkeit des Besuches zu überzeugen und so den oft schwer um ihre Existenz ringenden Frauen ratend und helfend beizustehen.*

Die Frau als Konsumentin.

Eine Erziehungs- und Bildungsfrage.

Bei den Debatten, die der Mädchenschulreform vorangingen, wurde von den verschiedenen Richtungen auf der einen Seite mehr Berücksichtigung der Berufsbildung und andererseits mehr Beachtung der natürlichen Aufgaben der Mädchen als künftige Hausfrauen und Mütter verlangt. Aber niemals wurde gefordert, daß die Mädchen

*) Über »die Ausbildung und Organisation der Handwerkerin« gibt die Broschüre gleichen Namens von Frau Bohn-Engelhardt klaren und umfassenden Bescheid. Die Broschüre enthält den von Frau Bohn-Engelhardt auf der General-Versammlung des Rheinisch-Westfälischen Frauenverbandes gehaltenen Vortrag (Dortmund, 26. April 1913) und ist durch die Geschäftsstelle des Rheinisch-Westfälischen Frauenverbandes — Post Crengeldanz, Bezirk Dortmund — zu beziehen. Preis 20 Pf. (Die Schriftleitung.)

nicht benutzen. Und doch bieten diese Kurse solch unzweifelhafte Vorteile, daß auf ihre Errichtung und Benutzung in letzter Stunde noch einmal hingewiesen werden muß. Sie gewähren der Handwerkerin die einzige Möglichkeit, sich für geringes Entgelt alle die Kenntnisse anzueignen, die bei der Meisterprüfung verlangt werden, und das Ablegen dieser Prüfung bis zu dem ge-

auch auf ihren Beruf, ihre Pflichten als Konsumentin vorbereitet würden. Man kann die Zahl der weiblichen Käufer wohl auf $\frac{9}{10}$ des kaufenden Publikums schätzen, denn die Frauen haben ja nicht nur für die Deckung ihres persönlichen Bedarfs zu sorgen, sondern zu ihren Pflichten gehört der Einkauf der Lebensmittel, ihrer und der Kinder Garderobe, der Aussteuer für den neuen Haushalt wie der Ergänzungen des alten. Und durch die Art des Einkaufes beeinflussen sie nicht nur die Lebensführung ihres eigenen Familienkreises, sondern weit über diesen hinaus die Lebensbedingungen derjenigen, die Anteil an der Produktion und der Verteilung der Güter haben. Doch nur eine kleine Zahl der Frauen ist sich dieser Macht und zugleich auch der Verantwortung bewußt, die sich aus dieser Stellung der Frauen im Wirtschaftsleben ergibt. Denn die Schule hat es versäumt, sie über die volkswirtschaftlichen Zusammenhänge aufzuklären, ihnen zu zeigen, daß es auch heute noch letzten Endes von den Konsumenten, den Käufern, abhängt, was produziert wird und unter welchen Bedingungen die Waren hergestellt werden. Allerdings hat die Produktion bei der immer weiterschreitenden Arbeitsteilung, der Verwendung von Maschinen für die meisten Arbeitsprozesse ein Interesse daran, den Willen des einzelnen Konsumenten nach Möglichkeit auszuschalten und nur für den Durchschnitt der Masse zu fabrizieren, da die Herstellung von Massenartikeln eine bessere Ausnutzung der Maschinen ermöglicht.* Etwa laut werdende Wünsche einzelner Käufer sucht man eben zu beschwichtigen mit dem beliebten Hinweis »das ist modern« oder »das trägt man nicht! — und nur zu oft gelingt es, den »Feind«, die Kundin mit eigenem Geschmack, zu besiegen.

Dank ihrer mangelnden volkswirtschaftlichen Bildung sind für die Mehrzahl der Käuferinnen weniger soziale Grundsätze, als in erster Linie solche egoistischer Natur maßgebend, vor allem der, billig zu kaufen, d. h. möglichst viel Ware für möglichst wenig Geld. Gewiß erfordern es die Einkommensverhältnisse vieler Familien, daß jeder Einkauf sorgsam überlegt und berechnet wird. Das sollte aber nicht dazu führen, daß an der Qualität gespart wird, indem z. B. statt eines Stoffes aus reiner Wolle ein halbwollener — »Wolle plattiert« sagt man jetzt diplomatisch — dafür aber in Farbe und Musterung moderner Stoff gewählt wird, der dann auch kaum die Mode überdauert. In Wahrheit ist es ja auch keineswegs immer der Zwang sich einzurichten, der die Frauen veranlaßt, in dieser Weise »billig« einzukaufen. Es ist einmal der Hang etwas zu kaufen, das nach mehr aussieht als es eigentlich wert ist, dann auch die Überlegung, daß sie für das, was sie im Augenblick z. B. bei der Anschaffung eines Kleides durch Wahl eines minderwertigen

* Die Ausnutzung der Maschinen während steigender Konjunktur gewisser Modeartikel (z. B. der sogenannten Barmer Artikel, Bandwaren, Knöpfe, Tressen, Litzén usw.) führt nicht selten dazu, daß die Produzenten sich ausschließlich auf einen Artikel verlegen. Die Rückwirkung bleibt nicht aus; nach einer Zeit der Hochkonjunktur kommt der Artikel in der Mode überhaupt nicht mehr in Betracht. Obschon man in neuester Zeit Maschinen verwendet, welche die verschiedensten Erzeugnisse herstellen, so werden doch viele Maschinen wertlos und eine Reihe von Produzenten wird ruiniert oder doch in schwierige Geschäftslage gebracht, wie die Erfahrung gerade innerhalb der letzten Jahre wieder gelehrt hat. Dies ist die Kehrseite der »besseren Ausnutzung der Maschinen« durch die gewaltsame Herstellung von Massenmodewaren. (Die Schriftleitung.)

Stoffes sparen, noch etwas anderes, z. B. eine notwendige Pleureuse oder dergl. kaufen können, und schließlich spielt auch das Vergnügen an sogenannten Gelegenheitskäufen eine beträchtliche Rolle. — Der Freude der Frauen an billigen Dingen, an Imitationen, die »wie echte« aussehen, verdanken wir zum großen Teil die Schundfabrikation, die sich mit der Herstellung von Waren aus minderwertigem Material und in schlechter Verarbeitung



Abb. III.

Abb. IV.

Abb. V.

III: Mantel und Mütze von Frau Anne Hinrichsen, Zehlendorf. — IV: Besticktes Tuchkleid von Frau Else Rehorst, Köln. — V: Kleidchen aus Waschsamt von Frau Gertrud Kramer, Marne in Holstein. Beschreibung Seite IX.

beschäftigt. Diese Schundfabrikation ist ein Raubbau in jeder Beziehung, denn sie ist Materialvergeudung und Verschwendung von Menschenkraft, da der Stoff dem Zweck nicht entspricht und die darauf verwendete Arbeit nicht wert war. Auch werden die meist schlechtentlohnten Arbeiter zu minderwertiger statt zu Qualitäts-Arbeit erzogen.

Auf das Schuldkonto des kaufenden Publikums sind auch jene Auswüchse der Reklame zu setzen, die die Käufer durch alle möglichen Versprechungen — nicht nur billiger Preise, sondern oft auch von »Geschenken«, »Zugaben« — anzulocken suchen, in der leider richtigen Spekulation auf die Vorliebe der Frauen für einen Extra-profit. Obwohl in den meisten Fällen Geschenk wie Ware das Geld nicht wert waren, widerstehen die Frauen auch beim nächsten Male der Versuchung nicht. Schaden macht hier nicht immer klug! — Dieses Reklameunwesen, das gegenseitige Unterbieten der Preise bedeutet für den realen Kaufmann eine schwere Schädigung, der er schließlich nicht anders mehr zu begegnen weiß, als durch Herabminderung seiner Spesen, d. h. er spart an der Qualität und an den Löhnen!

Der Kampf gegen diese Schäden kann nur dann erfolgreich sein, wenn es gelingt, das kaufende Publikum dahin zu bringen, daß es Qualitätsware bevorzugt und

verstehen lernt, daß »billiges« Einkaufen keineswegs immer Sparsamkeit im eigentlichen Sinne bedeutet. Vor allem aber müssen die Frauen ihren Einfluß auf die Produktion kennen lernen, damit sie sich ihrer Verantwortung als Käuferinnen bewußt werden. Schule und Haus könnten hier Hand in Hand arbeiten. Im Unterrichtsplane müßte der Volkswirtschaftslehre neben der Staatsbürgerkunde ein Platz eingeräumt werden. Dem Hause dagegen bliebe es vorbehalten, den Töchtern an den Dingen des all-

täglichen Lebens eine gewisse Warenkunde zu vermitteln, ihr Auge für das Echte zu schärfen, sie zu wirtschaftlich-zweckmäßigem Einkauf zu erziehen. Daneben aber müßten sie auch lernen, bei jedem Einkauf zu bedenken, daß sie mit jeder Ware Menschenarbeit kaufen, daß sie durch ihre Macht als Käuferinnen dazu beitragen können, die Verhältnisse der Arbeiter wie der Angestellten zu verschlechtern oder zu verbessern. So vorbereitet auf ihren Beruf als Konsumentin würden die Frauen bei ihren Einkäufen neben den egoistischen auch die sozialen Motive mitsprechen lassen. Sie würden Produkte, von denen ihnen bekannt wird, daß sie unter schlechten Arbeitsbedingungen hergestellt werden — man denke an Hungerlöhne der Heimarbeiter in manchen Industriezweigen — ablehnen und dadurch den Unternehmer zu einer Besserung der Verhältnisse seiner Arbeiter schließlich zwingen. Sie würden auch an dem Kampf gegen all die Geschmacklosigkeiten, die man oft gerade für Geschenke, Reiseandenken gut genug hält, teilnehmen, indem sie sich weigern, sie fernerhin zu kaufen, wohl wissend, daß durch diesen Boykott seitens des kaufenden Publikums am ehesten diese Kitschindustrie ausgerottet werden kann. — Und weiter: würden die Konsumenten mehr Verständnis für den Konkurrenzkampf namentlich der weniger kapitalkräftigen Geschäftsleute und Handwerker zeigen, so würden sie ihn sicherlich nicht durch unbezahlte Rechnungen noch erschweren, die so oft den Ruin allzu geduldiger Kaufleute herbeiführen.** Es könnte noch eine ganze Reihe von kleinen und großen Rücksichtslosigkeiten des kaufenden Publikums aufgezählt werden, die nicht auf Absicht, auf bösen Willen zurückzuführen sind, sondern meist nur auf Gedankenlosigkeit und auf Unkenntnis der bösen Wirkungen — das Einkaufen in der letzten Minute vor dem Ladenschluß, das meist die Ursache für Überstunden des Verkaufspersonals ist, das Bestellen z. B. der Wintergarderobe in der Hochsaison, das Einkaufen der Weihnachtsgeschenke am Tage vor dem Fest u. v. a. m. — Gewiß, man darf nicht glauben, daß durch die Erziehung und Ausbildung der Mädchen für den Beruf als Konsumentin alles gut würde, aber sicherlich würde vieles besser werden. Und an dieser Besserung sind alle Teile, Konsumenten und Produzenten, Unternehmer, Arbeiter und Angestellte interessiert.***

Ilse Müller-Oestreich.

** Vergl. »Gegen das Überhandnehmen des Borgunwesens« Nr. 3 der Zeitschrift 1913.

*** Vergl. auch die Bestrebungen des Deutschen Käuferbundes, Berlin-Friedenau, Rubensstraße 22.

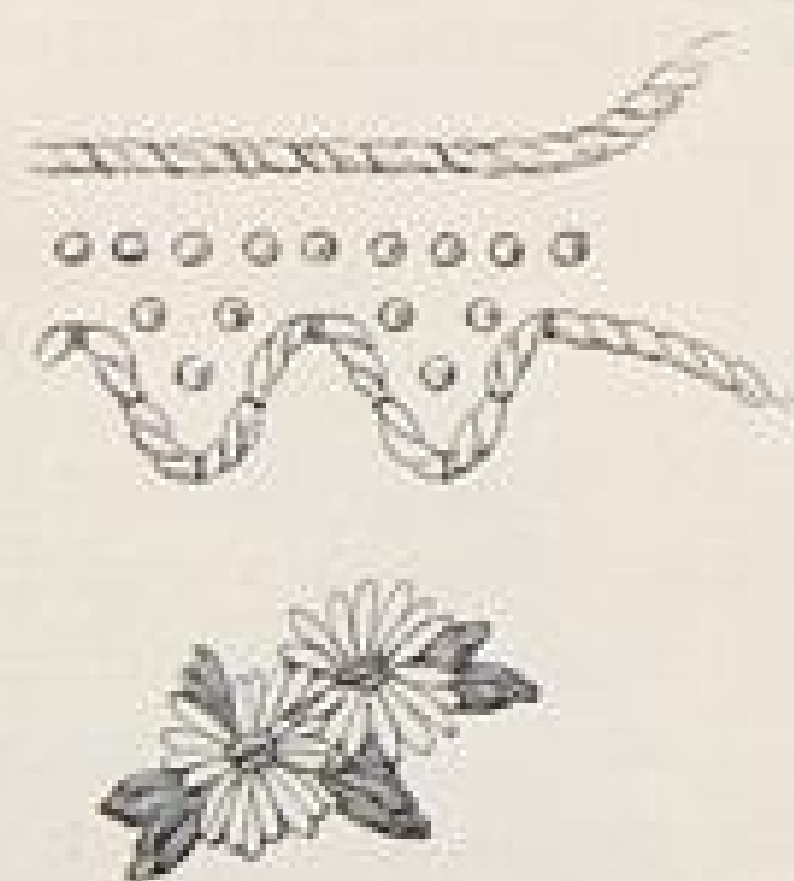


Abb. Va und IVa.

Einzelheiten zu den Kleidern Abb. V und IV (1/2 Größe).