

# **DIPLOMARBEIT**

## **„Der Dior von Budapest“.**

**Haute Couture in Österreich unter besonderer  
Berücksichtigung des Couturiers László Havas**

Verfasserin

**Mag.<sup>a</sup> phil. Sarah Steiner**

**Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades:**

**Magistra artium (Mag<sup>a</sup> art.)**

Studienkennzahlen lt. Studienblatt: A 190 353 592 S

Studienrichtung lt. Studienblatt: UF Spanisch / **UF Textiles Gestalten**

Eingereicht an der Universität für angewandte Kunst Wien  
am Institut für Kulturwissenschaften, Kunstpädagogik und Kunstvermittlung

Betreuer: ao. Univ.-Prof. Dr. Roman Horak

Wien, im Januar 2016

Mein besonderer Dank gilt der wunderbaren Frau Helga Blessl.

**Eidesstattliche Erklärung:**

Ich erkläre hiermit,

dass ich die Diplomarbeit selbstständig verfasst, keine andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Mittel bedient habe,

dass diese Diplomarbeit weder im In- noch Ausland (einer Beurteilerin / einem Beurteiler zur Beurteilung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt wurde,

dass dieses Exemplar mit der beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Wien, Januar 2016

-----

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>Vorwort und Einleitung .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Haute Couture in Österreich.....</b>	<b>5</b>
2.1	Haute Couture – Ursprung, Entwicklung und Begriffsabgrenzung .....	5
2.2	Österreichische Haute Couture .....	13
2.2.1	Anmerkungen zur Anwendbarkeit des Haute-Couture-Begriffs für Österreich .....	13
2.2.2	Geschichtlicher Überblick.....	18
<b>3</b>	<b>László Havas – „Der Dior von Budapest“ .....</b>	<b>39</b>
3.1	Quelleninfo .....	39
3.1.1	Zeitzeugen .....	39
3.1.2	Sammlungen .....	41
3.1.3	Presse .....	42
3.2	Biografie .....	47
3.3	<i>Havas Haute Couture</i> .....	60
3.3.1	Der Salon .....	60
3.3.2	Kollaborationen und Materialien.....	64
3.3.3	Inspiration und Stil.....	66
3.3.4	Modeschauen.....	70
3.3.5	Presse .....	74
3.3.6	Corporate Design .....	77
3.3.7	Kategorie.....	77
3.3.8	Klientel .....	78
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>81</b>
<b>5</b>	<b>Quellen- und Literaturverzeichnis.....</b>	<b>84</b>
<b>6</b>	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>87</b>

# 1 Vorwort und Einleitung

In einem persönlichen Gespräch mit Frau Dr. Frottier, der Leiterin der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst, informierte mich diese auf meine Anfrage hin, welche Bestände aus der Sammlung noch aufgearbeitet werden könnten. Sie zeigte mir im Rahmen dieses Gesprächs unter anderem eine kleine Pappschachtel. Darin befanden sich Fotos, ein Adressbuch und einige wenige Dokumente einer Person, von der ich bis zu diesem Zeitpunkt noch nichts gehört hatte. Einige Zeit vor meinem Treffen mit Frau Dr. Frottier hatte Frau Helga Blessl die Kostüm- und Modesammlung kontaktiert, um dieser die besagte Schachtel samt Inhalt als Schenkung zu überlassen, ebenso wie einige wenige Kleidungsstücke aus ihrem Privatbesitz. Ihr Wunsch war es, dieses Material für die Nachwelt verfügbar zu machen. Sie hatte es nach dem Tod von László Havas, ihres langjährigen Arbeitsgebers, aufbewahrt. In der Kiste befanden sich also die wenigen Erinnerungsstücke an das Leben des ungarischen, dann Wiener Couturiers László Havas.

Die Quellenlage zur österreichischen Haute Couture ist als spärlich zu bezeichnen. Es ist vor allem auch der Initiative und dem Einsatz der Kostüm- und Modesammlung der Universität für Angewandte Kunst zu verdanken, dass die großen der Haute Couture wie Fred Adlmüller und Gertrud Höchsmann in Ausstellungen gewürdigt wurden. Zu den beiden stehen auch Kataloge zur Verfügung. Anders ist aber die Quellenlage in Bezug auf László Havas, der in der Sammlung erst seit der Schenkung von Frau Blessl vertreten ist, obwohl er zweifellos zu den bedeutenden Namen der Wiener Haute Couture zu zählen ist.

Die vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel, nach einem kleinen Überblick über die Haute Couture in Österreich die Beteiligung von László Havas an der österreichischen Haute Couture zu würdigen und vor dem Vergessen zu retten. Die Rekonstruktion des Schaffens und der Biografie von László Havas muss dabei aufgrund der Quellenlage zwangsläufig bruchstückhaft bleiben. Dies wird in Kauf genommen.



Die Arbeit ist folgendermaßen aufgebaut: Einem Abschnitt zu Ursprung, Entwicklung und Begriffsabgrenzungen zum und rund um den Begriff der Haute Couture folgt ein Kapitel zur Anwendbarkeit des Haute-Couture-Begriffs für Österreich. Danach wird ein kleiner Überblick zur geschichtlichen Entwicklung der Haute Couture in Österreich gegeben.

Der zweite Teil der Arbeit ist dem Couturier László Havas gewidmet. Die Ausführungen zu diesem Teil basieren auf dem Bestand der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst sowie auf Informationen von Zeitzeuginnen. Die Daten aus den Interviews mit Zeitzeuginnen wurden, sofern möglich, überprüft und belegt. Auch die Presse der Zeit wurde herangezogen.

In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass eine kostümkundliche Abhandlung zum Schaffen von László Havas nicht möglich war, da so gut wie keine Modelle erhalten sind, und auch das Fotomaterial einen chronologischen Überblick schlichtweg nicht zulässt.

Dennoch kann die Arbeit einen Beitrag dazu leisten, das Bild der Wiener Haute Couture der 1960er bis 1980er Jahre zumindest teilweise zu vervollständigen und László Havas den Platz darin zu sichern, der ihm gebührt.

## **2 Haute Couture in Österreich**

### **2.1 Haute Couture – Ursprung, Entwicklung und Begriffsabgrenzung**

Als Haute Couture wird die „für die elegante Mode international richtungsweisende Pariser Schneiderkunst in exklusiver Maßarbeit von Großunternehmen“ (Loschek, 2005, S. 241) verstanden, wenn natürlich auch längst nicht nur Frankreich in diesem Bereich tätig ist und war. Paris kann aber wohl deshalb als Ursprung gelten, weil

es hier eine der Modeschöpfung nahe Tradition im Gewerbe der Schneider(innen) und Putzmaker(innen) (Modistin) gab, außerdem ausgezeichnete Strickerinnen und Hersteller von Zubehör wie Knöpfen, Gürteln, Schnallen [...] etc. In Paris gab es auch die entsprechende Kundschaft, die die Mode als wesentlichen Teil eines exklusiv-luxuriösen Lebensstils zu betrachten verstand. (Loschek, 2005, S. 242)

Als Basis für die Etablierung einer Haute Couture nennt Hellmeister (vgl. 1996, S. 6) den gesellschaftlichen Wandel um die Mitte des 19. Jahrhunderts, als sich das kaufkräftige Großbürgertum als im Bereich der Mode tonangebend etablierte. Für dessen Geschmacksbildung und Lebensstil in Sachen Mode traten Couturiers auf den Plan. Die Haute Couture wurde zur „autonomen Modeform mit namentlicher Signatur“:

Der Status des Haute Couturiers erhielt ein bisher unbekanntes Selbstverständnis und eine ästhetische Eigenverantwortlichkeit, die diesem erlaubte, seine Auftraggeber selbst zu suchen und mit diesen sowohl über die Ästhetik der Kreation als auch über das Honorar zu verhandeln. Die pekuniäre Entlohnung entsprach nicht der ausschließlichen Beurteilung handwerklicher, als vielmehr kreativ-geistiger Fähigkeiten. Die Idee, jenseits von Arbeitsstunden und Material, wurde ›belohnt‹. Damit war die Preisbestimmung eines Haute-Couture-Kleides von der Ebene der objektiven Berechenbarkeit [...] auf die Ebene subjektiver Einschätzung gehoben worden. (Loschek, 2007, S. 28)

Als eigentlicher Begründer der Haute Couture wird in der Literatur Frederick Worth genannt, der als erster die Idee hatte, eine ganze Kollektion im Voraus zu designen und diese von Modellen vorführen zu lassen. Wenn der Begriff des

Couturiers auch erst in den 1870er Jahren eingeführt wurde (vgl. Ramaury, 1994, S. 247), so galt doch Worth als erster Couturier, der auf gesellschaftlicher Ebene seinen Kunden gleichgestellt war. (vgl. Hellmeister, 1996, S. 7). Worth war es schließlich auch, der die Gründung einer Vertretungsinstanz für das gehobene Schneiderhandwerk anstrebte. 1868 wurde die *Chambre Syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes* gegründet. Zu deren Aufgabengebiet gehörte es, Erstkreationen zu schützen, Modeschauen zu organisieren sowie Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. (vgl. Hellmeister, 1996, S. 7) Darüber hinaus war die Interessensvertretung damit betraut, administrative Belange, Steuerliches sowie die Produktion betreffende Aspekte zu behandeln. (vgl. Steele, 2005, S. 187) Hersteller von Maßbekleidung (Couture) und Konfektionswarenhersteller fanden in der Interessensvertretung, wie sie ursprünglich gegründet wurde, gleichermaßen Platz.

Im Jahr 1910 wurden diese zwei Bereiche dann klar getrennt. Der Begriff *Haute Couture* wurde ab diesem Zeitpunkt ausschließlich für Kollektionen für Privatkunden und nicht für Geschäftskunden verwendet. Zu diesem Zweck wurde die *Chambre Syndicale de la haute couture parisienne* gegründet. Für eine Mitgliedschaft wurden strenge Bedingungen aufgestellt, Evaluierungen der Kollektionen und der Qualität der Verarbeitung angestellt und Reglementierungen für den Verkauf und die Reproduktion von Designs ausgearbeitet. Darüber hinaus wurde in den 1930er Jahren von der *Chambre Syndicale* ein zeitlich strikt eingeteilter Kalender für Modeschauen erstellt, der sicherstellte, dass Modeschauen nicht zeitgleich stattfinden konnten. Dies geschah nicht zuletzt mit dem Anspruch, einer stetig wachsenden Anzahl an ausländischen Kunden und Journalisten gerecht zu werden. (vgl. Steele, 2005, S. 187) Nur Couturiers, die im Kollektionen-Katalog der *Chambre* aufschienen, durften ihre Kreationen offiziell als Haute Couture bezeichnen, wenn es dazu auch zu diesem Zeitpunkt noch nicht nötig war, als ordentliches Mitglied verzeichnet zu sein; die übrigen liefen unter der Bezeichnung „moyenne couture“. Kleine Maßschneider fielen unter die Bezeichnung „petite couture“. (vgl. Ramaury, 1994, S. 247)

Im Zweiten Weltkrieg wurde nach der Okkupation von Paris die gesamte Bekleidungsindustrie und auch die der Haute Couture unter staatliche Kontrolle

gestellt. Die Pariser Haute Couture mit ihren im Jahr 1939 ca. siebzig Häusern (vgl. Steele, 2005, S. 187) arbeitete zumindest teilweise weiter. Während große Couturiers wie Charles Creed, Edouard Molyneux oder Schiaparelli das Land verließen, gelang es in Paris, Häuser wie Fath, Paquin, Lanvin, Dessès, Balenciaga oder Rouff weiter zu betreiben. Es wurden – trotz der bestehenden Materialknappheit – Modeschauen eigens für die Besitzer abgehalten. (vgl. Soltano, 1995, S. 25f) Der Kundenkreis setzte sich aus der deutschen Führungsspitze und aus Personen zusammen, die sich durch Schwarzmarkthandel zu bereichern wussten. (vgl. Hellmeister 1996, S. 21)

Wie im Deutschen Reich, wo neben den Bezugsscheinen für Nahrung und andere Waren eine eigene Reichskleiderkarte (vgl. Soltano, 1995, S. 34f) eingeführt wurde, wurden Textilien ab 1941 auch in Paris streng rationiert und waren nur noch mittels *carte de vêtement* zu beziehen. Dabei gelang es dem Sektor der Haute Couture, eine (weitere) Sonderstellung einzunehmen (und das bis 1947). Für Häuser der Haute Couture waren Kleiderkarten nicht notwendig. Stattdessen wurde für das ohnehin kleine finanzkräftige Publikum eine spezielle *carte couture-création* eingeführt.

Es wurde notwendig, eine genauere Definition dafür bereitzustellen, welche Unternehmen nun zur Haute Couture zu zählen waren und welche nicht. Zu diesem Zweck wurden im Januar 1945 strenge Richtlinien erstellt<sup>1</sup>. Die Unternehmen mussten nicht nur die Bezeichnung Haute Couture in den Firmennamen und alle damit verbundenen Publikationen aufnehmen, sondern strenge Kriterien erfüllen, um von der *Chambre syndicale* anerkannt zu werden. Um sich offiziell als *Couturier*, *Haute Couture* bzw. *Couture-Création* bezeichnen zu dürfen, musste die Häuser – mit jährlicher Revision – von einer Kommission der *Chambre Syndicale* zugelassen sein, mindestens zwei Mal im Jahr im Rahmen der Frühling-Sommer- bzw. Herbst-Winterkollektionen mindestens 75<sup>2</sup> Originalkreationen präsentieren, die Erzeugung ausschließlich in hauseigenen Ateliers mit mindestens 20 Mitarbeitern im Bereich Produktion nachweisen, und die Kollektionen mindestens 45 Mal pro Jahr von jeweils

---

<sup>1</sup> Eine Aktualisierung erfolgte danach erst wieder 1992. (vgl. Hellmeister, 1996, S. 227)

<sup>2</sup> In der *Encyclopedia* wird die Anzahl mit 25 beziffert. (vgl. Encyclopedia, 2005, S. 187)

mindestens drei Mannequins im eigenen Couture-Salon vorführen lassen. Erfüllten in Paris im Jahr 1946 noch 106 Häuser diese Kriterien, so waren es 1967 noch gerade einmal 19 Häuser. (vgl. Ramaury, 1994, S. 248) Sogar die Anzahl der Anproben für Privatkunden wurde in den Kriterienkatalog aufgenommen. (vgl. Steele, 2005, S. 187)

Dass sich die Haute Couture heute von ihrer medialen Wirkungskraft und ihrer Funktion zur Ankurbelung eines finanzkräftigen Wirtschaftskreis abgesehen letztlich nur an einige wenige Kunden direkt wendet und stattdessen vor allem aus Prestige-Gründen weitergeführt wird, sei zum Schluss noch kurz angeschnitten: „Weltweit zählen [heute] nur noch ca. 2000 Privatkundinnen zu den Abnehmern der teuren Haute-Couture-Modelle.“ (Hellmeister, 1996, S. 228)

Neben diesem kleinen exklusiven Kreis begann sich die Pariser Modewelt in den 1950er Jahren auf die neue wirtschaftliche Situation der Modebranche einzustellen. Massenmärkte wurden interessanter. Einige Couturiers begannen, neben den Haute-Couture-Kreationen auch zweimal jährlich Prêt-à-porter-Kollektionen. Wenig später gab es auch Designer, die Prêt-à-porter-Mode anboten. Was nun aber ist unter Prêt-à-porter zu verstehen?

Prêt-à-porter ging in den 1960er Jahren aus Funktion und Stil der Boutique-Mode hervor (vgl. Loschek, 2005, S. 127 und S. 404) und stellte wie auch die Boutique-Mode eine Art Zwischenstufe zwischen Haute Couture und Konfektion dar. Im *Dictionnaire de la mode au XXe siècle* wird daher der Begriff genauer definiert:

Le terme «confection» s'adresse bientôt à l'industrie de l'habillement dans son ensemble alors que le mot «prêt-à-porter » désigne les collection griffées plus haut de gamme et créatives. Ainsi parlera-t-on dès son origine, en 1950, du Prêt-à-porter des couturiers. (Ramaury, 1994, S. 248)<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Übersetzung (der Verfasserin): „Der Terminus ‚confection‘ bezieht sich vor allem auf die gesamte Bekleidungsindustrie, während das Wort ‚Prêt-à-porter‘ auf High-End- und kreative Markenkleidung bezieht. So sprechen wir seit den Anfängen 1950 von Prêt-à-porter aus der Hand von Modeschöpfern.“

Der weite Begriff des Prêt-à-porter bzw. des Ready-to-wear wird hier eingegrenzt auf die Produktionen der Couturiers, die diese parallel zu den Haute-Couture-Kollektionen zwei Mal jährlich präsentierten. Dass dies bereits in den 1950er-Jahren in Paris zum Usus wurde, bestätigt der 1957 gegründete Zusammenschluss von renommierten Couturiers wie (u.a.) Carven, Grés, Lanvin, Jean Dessès, Maggy Rouff, Nina Ricci, Jacques Griffe und (1958) Guy Laroche. Unter der Bezeichnung *Prêt-à-porter Création* wurden für Auslandskunden Gruppen-Modeschauen organisiert. Man setzte sich zum Ziel, innerhalb des Haute-Couture-Betriebes der anfänglichen Randerscheinung des Prêt-à-porter einen geeigneten Rahmen zu gewährleisten. Als 1962 bereits die Mehrzahl der Haute-Couture-Häuser eine Prêt-à-porter-Linie anbot, wurden die Sammel-Modeschauen nicht mehr weitergeführt. (vgl. Ramaury, 1994, S. 459)

In der umfassenden dreibändigen *Encyclopedia of clothing and fashion* (2005) findet sich interessanterweise kein Eintrag mit dem Schlagwort Prêt-à-porter. Unter dem Eintrag zur englischen Entsprechung von Prêt-à-porter – Ready to wear – findet sich zwar ein umfassender Artikel. In diesem wird aber nicht auf die sich in den 1960er Jahren herausbildende neue Linie vieler Haute-Couture-Häuser eingegangen. Ein interessanter Punkt findet aber dennoch Erwähnung und greift den konkreten Fall von Shannon Rogers auf, der in den 1960er Jahren als Designer für die Jerry Silverman Inc. und damit für einen der finanzkräftigsten Hersteller der amerikanischen Bekleidungsindustrie tätig war. Seine Arbeitsweise kann als Beispiel für die spätere Handhabung von Prêt-à-porter herangezogen werden: Der Designer verfolgte die Kollektionen der Haute-Couture seiner Zeit. Da der Ready-to-wear-Sektor aber produktionsbedingt unmöglich den Standard der Herstellung in Haute-Couture-Betrieben halten konnte, nahm Rogers immer nur einzelne Elemente aus Haute-Couture-Kollektionen in Paris für seine Ready-to-wear-Stücke auf und konnte sie dadurch qualitativ und das Design betreffend aufwerten. (vgl. Steele, 2005, S. 87) Damit lässt sich ein weiterer Zweig der Prêt-à-porter-Mode

ausmachen, der nicht zuletzt durch das Entstehen einer neuen Berufsgruppe, der Modedesigner (im Gegensatz zu Couturier) gekennzeichnet war.<sup>4</sup>

Statt eines Eintrags zum Begriff *Prêt-à-porter* findet sich in der *Encyclopedia* ein Artikel, der auf vier historisch relevante Aspekte der Ready-to-wear-Kleidung eingeht, nämlich die Aspekte der spekulativen Produktion für den Retail-Markt, den Produktionsbedingungen zum Beispiel für militärische Zwecke, den Second-Hand-Markt (als eine Form von Ready-to-wear) sowie international agierende Logistik- und Transport- und Versandunternehmen. (vgl. Steele, 2005, S. 84). Dieselben bzw. einige dieser Punkte werden im *Dictionnaire de la mode au XXe siècle* unter dem französischen Begriff *confection* genannt. Auch die in letzterem Band kürzer gehaltene Beschreibung zur Entwicklung der *confection* stimmt mit den Angaben zu Ready-to-wear in der *Encyclopedia of Clothing and Fashion* überein.

Der Eintrag zum Begriff *confection* im *Dictionnaire de la mode au XXe siècle* klärt diese Begriffsüberschneidung von *Prêt-à-porter*, Ready to wear und *Confection* schließlich folgendermaßen auf: Während in den Anfängen der Konfektionsmode jegliche Erfindungsgabe und Kreativität fehlt, entwickeln sich für die großen Kaufhäuser aufgrund des veränderten Kaufverhaltens eine Konfektionsmode für das Kleinbürgertum, die von mehr Erfindungsgabe zeugt und die qualitativ hochwertiger verarbeitet und dennoch günstiger als von Privatschneidern gefertigt zu erstehen ist. Bis in die 1950er Jahre wird diese Konfektionsmode hauptsächlich handwerklich hergestellt. In den 1960er Jahren wird die Produktion zunehmend dezentralisiert und entwickelt sich hin zu dem, was als *Prêt-à-porter* bezeichnet wird:

En même temps, les premiers stylistes rendent la confection plus imaginative, annonçant le développement de ce qu'on appellera le prêt-à-porter. (Ramaury, 1994, S. 143)<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Erst in den 1960er Jahren und mit der Angliederung von *Prêt-à-porter*-Kollektionen an die Haute Couture begannen sich Grand Couturiers meist auch als Designer zu verstehen. Ursprünglich bezeichnete der Begriff „in der Modebranche Entwerfer von Bekleidung und Accessoires für den Bereich *Prêt-à-porter* und Konfektion.“ (Loschek, 2005, S. 161)

Loschek trifft eine Unterscheidung zwischen Konfektion und der sog. Luxus-Konfektion (Prêt-à-porter). Während Konfektion serienmäßig (industriell) gefertigt wird bzw. als Bezeichnung für die Bekleidungsindustrie und deren Erzeugnisse steht, handelt es sich bei Luxus-Konfektionen um „hochwertige, modische Fertigware, die in beschränkten Lizenzen und nur in geringer Auflage angeboten wird. (vgl. Loschek, 2005, S. 313) An anderer Stelle verdeutlicht Loschek die Veränderung bezüglich des kreativen Prozesses:

Der mehr oder weniger autonom mit dem Stab von HandarbeiterInnen tätige Haute Couturier erhielt [in den 1960er Jahren] den Designer als ›Konkurrenten‹. Der Designer überlässt seine Ideen und Entwürfe unter seinem Namen und zuweilen seinem Geschmackspatent einer halbindustriellen Fertigung und einer globalen Vermarktung. (Loschek, 2007, S. 215)

In diesem Zusammenhang sei hervorgehoben, dass durch die Herausbildung von Prêt-à-porter Lizenzverträge zunehmend wichtig werden – und das bereits ab den 1950er Jahren: „[...] à partir de 1950, la concurrence de prêt-à-porter l’incite à concéder ses marques en initiant les contrats de license.“ (Ramaury, 1994, S. 248) Prêt-à-porter-Mode wurde (und wird) meist in kleiner Auflage und oft in weltweiten Lizenzen, „auch als ‚corners‘ in Nobelkaufhäusern“ (Loschek, 2005, S. 404) angeboten.

Die Herausbildung der oben genannten Sparten hatte Veränderungen bezüglich der Bedeutung und des Einflussbereichs der Haute Couture zur Folge. Haute Couture wurde im Rahmen dieser gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen immer mehr zu einem kreativen Impulsgeber für die internationale Bekleidungsindustrie:

Ainsi, la haute couture, pendant cent ans dicte la mode au monde entier. D’abord puissante industrie de main-d’œuvre, elle se transforme en bureau de création destiné à l’industrie internationale de la confection. (Ramaury, 1994, S. 248)<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Übersetzung (der Verfasserin): „Zugleich machen Spitzendesigner fantasievollere Kollektionen und kündigen die Entwicklung dessen an, was man Prêt-à-porter nennen wird.“

<sup>6</sup> Übersetzung (der Verfasserin): „So bestimmt die Haute Couture hundert Jahre hindurch die gesamte Mode. Die Haute Couture wandelt sich von einem in den



Zugleich musste (und muss) sich die Haute Couture auf die neue Situation einstellen bzw. sich der auch anpassen, denn die „Güte des Designs“ liegt

nicht in der (nicht gegebenen) Handarbeit, als vielmehr in der Ästhetik, Funktions- und Gebrauchsgüte, Form, Emotion und Kommunikation. Diese (neuen) Wertschätzungsschwerpunkte sind es, durch die die Haute Couture heute überholt wird beziehungsweise denen sie sich anpassen muss, will sie überleben. Haute Couture behauptet sich [demnach heute] nicht mehr, weil sie höchste Schneiderkunst ist, als vielmehr, weil sie Luxusdesign ist. (Loschek, 2007, S. 215)

Ein weiteres, bereits angesprochenes Phänomen der 1960er Jahre, das in diesem Zusammenhang und vor allem in Hinblick auf die Entwicklung bzw. die veränderten Rahmenbedingungen für Haute-Couture-Häuser bzw. (wie in Österreich) von Haute-Couture-Salons dieser Zeit zu beachten ist, ist das Entstehen von Boutiquen. Bereits in den Jahren vor dem Zweiten Weltkrieg „begannen *Heim* und *Schiaparelli* sogenannte Couture-Boutiquen einzurichten. Damit waren sie die ersten Grand Couturiers, die neben der Haute Couture auch eine Boutique mit preiswerteren Fertigmodellen besaßen.“ (Hellmeister, 1996, S. 20) Vor allem die 1960er-Jahre aber waren für die Entstehung von Boutiquen ausschlaggebend.

Paris bekam von London ernsthafte Konkurrenz:

London wurde zum *Kreativ-Eldorado* für Fashion-Freaks und Music-Fans. Die oft vom *London College of Art* kommenden *Modedesigner* und *Stylisten* brachten *unkonventionelle, jugendliche* Mode heraus, die auf keinen Fall elitär sein sollte. (Hellmeister, 1996, S. 27)

In Geschmacksfragen tonangebend bzw. richtungsweisend wurde nun – und das war für die weitere Entwicklung der Haute-Couture ausschlaggebend – nicht mehr ein finanzkräftiges Publikum fortgeschrittenen Alters, sondern die Jugend mit ihrer aufkeimenden Jugendkultur:

Synonymous with the youth movement and counterculture fashions of the „Swinging Sixties“, the boutique radically changed ways of making, marketing, displaying, and bying clothing. [...] As a retailing concept, the boutique is associated with a distinct identity that reflects the taste of the designer or owner; small scale production with rapid turnover of

---

Anfängen mächtigen, beschäftigungsreichen Gewerbe hin zu einer Kreativagentur im Dienste der internationalen Industrie für Konfektionsmode.“

merchandise; fashion novelty and experimentation; innovative displays and interiors; and an informality among owner, salespeople, and clientele. (Steele, 2005, S. 179)<sup>7</sup>

Diese Veränderung wiederum sollte sich auf die Haute Couture sowohl ästhetisch als auch wirtschaftlich auswirken.

Die begriffliche Klärung und Abgrenzung verdeutlicht die Entwicklung der Haute Couture (nicht nur) Frankreichs und hebt auch deren wechselseitige Beeinflussung zu den anderen Bereichen beziehungsweise auch begriffliche Überschneidungen hervor. Dabei wird vor allem auch in der Folge relevant sein, dass die Konfektionsmode sich bis in die 1950er Jahre modische Anregungen noch stark von der Haute Couture geholt hatte. Ab den 1960er Jahren aber standen für die Konfektionsmode zunehmend die Bereiche Boutique-Mode und Prêt-à-porter Modell. Die Wirkkraft der Haute Couture musste sich dadurch verändern.

## **2.2 Österreichische Haute Couture**

### **2.2.1 Anmerkungen zur Anwendbarkeit des Haute-Couture-Begriffs für Österreich**

In der Folge soll nun in einem geschichtlichen Abriss versucht werden, die Beeinflussung der unterschiedlichen Bereiche von Haute Couture bis Prêt-à-porter und Konfektion für die österreichische Modewelt von den Anfängen bis in die 1970er Jahre in kompakter Art nachzuzeichnen. Vorab muss aber der Frage Rechnung getragen werden, ob es in Österreich tatsächlich so etwas wie Haute Couture gab bzw. gegeben haben kann.

Buxbaum führt dazu an, dass es außerhalb Frankreichs streng genommen keine Haute Couture gibt, und dass es sich dabei um eine „ausschließlich

---

<sup>7</sup> Der Begriff Boutique hat sich seit den 1960er Jahren verändert und steht heute für „exklusives, teures Prêt-à-porter, gehobene bis betont modische jugendliche Konfektion und von einer Einzelperson entworfene und in kleinsten Auflagen hergestellte Mode.“ (Loschek, 2005, S. 128)

französische Konstruktion und Vereinbarung handelt, deren strenge Statuten die französische Mode reglementiert.“ (Buxbaum, 1986, S. 195) In derselben Publikation relativiert sie aber diese Aussage:

Eine Haute Couture im Sinne von hoher Schneiderkunst existierte in Österreich erst ab den achziger Jahren des letzten [also des 19.] Jahrhunderts, also erst eine Weile, nachdem sie durch den Engländer Worth in Paris begründet worden war. (Buxbaum, 1986, S. 195)

Auch bei Loschek wird Haute Couture im engen Sinn als „für die elegante Mode international richtungsweisende Pariser Schneiderkunst in exklusiver Maßarbeit von Großunternehmen“ (Loschek, 2005, S. 241) definiert. In Hinblick auf die Frage, ob im Fall von Österreich von Haute Couture gesprochen werden kann, ist dabei nicht nur die Einschränkung auf Frankreich interessant, sondern auch die Angabe, dass es sich per Definition um Großunternehmen handeln müsse. Konkrete Angaben dazu finden sich bei Loschek allerdings nicht.

Getrude Höchsmann, die „vielleicht bedeutendste [...] Wiener Couturière des 20. Jahrhunderts“ (Bönsch, 2002, S. 17), schrieb in einem Artikel über die Haute Couture in Wien folgenden eher deprimierenden Befund mit dem wenig hoffnungsvollen Titel „Auch Dior hätte es schwer gehabt“:

Wie sieht es dagegen in Wien aus? Hier gibt es keine hochmodische Textilindustrie, es ist nahezu unmöglich, hochwertige Accessoires nach eigenen Ideen zu bekommen. Die Bevölkerung ist durchschnittlich modisch uninteressiert, ja sogar mißgünstig [...]. Im übrigen ist die Zahl der modisch interessierten Damen, die bereit sind, mit Begeisterung neue Ideen, jedenfalls aber nur solche, für die sie eine Bestätigung aus dem Ausland haben, zu lancieren, zu klein. Ich glaube, auch Christian Dior hätte von Wien aus seine Ideen nicht durchsetzen können. Abgesehen von dem Fehlen der die Basis für die Mode bildenden Industrien ist die Zahl der modellierenden Firmen in Wien und ihr Umfang [...] aber viel zu gering, um eine modische Atmosphäre zu schaffen und das Interesse der ausländischen Käufer zu wecken. (zit nach: Bönsch, 2002, S. 18f)

Trotz dieser von Höchsmann beschriebenen Bedingungen hat es in Österreich bzw. Wien Haute Couture gegeben, und das nicht erst im 20. Jahrhundert. Dafür sprechen nicht zuletzt das Selbstverständnis der Couturiers, deren Arbeitsweise und Kreationen, die Fremdwahrnehmung durch Presse und

Öffentlichkeit, der Kundenstock und die doch exklusiven Preise für die Modelle aus den Kollektionen. Ein Beleg sind auch die Zeugnisse von deren Schaffen, wie sie – wenn auch teils nur mehr lückenhaft – in Museen und Archiven noch heute erhalten sind.

Wer es in Österreich in die hohen Ränge der Haute Couture geschafft hat, und inwiefern die begriffliche Abgrenzung zu anderen Bekleidungskategorien sich in der Geschichte der Mode im Wien der 1950er bis 1970er Jahre widerspiegelt, wird in der Folge behandelt werden.

Davor kann aber ein weiterer Aspekt nicht unerwähnt bleiben, der ins Auge sticht, wann immer man Sekundärliteratur über österreichische und Wiener Haute Couture einsieht. Darin wird zwar ein ganz persönlicher Stil zumindest für die großen Namen wie Adlmüller oder Höchsmann nicht geleugnet, zugleich aber wird immer auf eine ganz spezielle österreichische oder besser Wiener Prägung der in Österreich kreierten Mode hingewiesen (und das nicht erst für die Nachkriegszeit). Frottier etwa sieht in den Ausführungen Loscheks über den Wiener Modezaren Adlmüller bestätigt, dass seine „Ästhetik als synonym mit der Stadt, in der er lebte“ (vgl. Frottier, 2009, S. 15) anzusehen ist. Letztere formuliert es so: „Kreativität fand im Schaffen von Fred Adlmüller in der Interaktion zwischen dem individuellen Denken und Fühlen und dem soziokulturellen Kontext statt.“ (Loschek in Frottier, 2009, S. 40) Nach Loschek verstand es Adlmüller bis zur Perfektion, seinen Stil den jeweiligen Bedürfnissen und Stimmungslagen der Kundinnen anzupassen, und führte dies auf seinen Werdegang und seine frühen Lehrjahre zurück, als er „seine gestalterischen Fähigkeiten durch Adaption von bewährten Modellen für den Wiener Geschmack erworben und [...] perfektioniert“ hatte. (Loschek in Frottier, 2009, S. 40)

Schon deutlich früher hatte Wimmer-Wiesgrill die Bedeutung und Qualität der Wiener Mode in seinem Modetagebuch hervorgehoben. Denn diese Bedeutung auch im Ausland ging für Wimmer-Wiesgrill auf den „Spürsinn [und] de[n] gute[n] Wiener Geschmack“ (Neue Freie Presse, 18.6.1936) zurück, den er den WienerInnen und ÖsterreicherInnen allgemein zuschreibt:

Alles mit der Mode zusammenhängende ist uns näher, denn der Österreicher ist ein für sinnliche Eindrücke überaus empfänglicher Mensch. Wir haben 'Gefühl' für das Modische. [...] Theorie und Systematik sind Begriffe, die mit wirklicher „Mode“ recht schwer zu vereinbaren sind. (Neue Freie Presse, 7.7.1936)

Die Begabung, den sog. Wiener Geschmack zu treffen, sieht auch Buxbaum in der Mode der Wiener Couturiers erfüllt. In ihrem Band zu den Hüten der Adele List weist Buxmann die Hutkreationen von Adele List als Ausnahme für die folgende Regel aus:

Soweit man einen grundlegenden Unterschied zwischen französischer und Wiener Mode feststellen kann, gilt gemeinhin, daß in Paris der Trend gemacht und derselbe in Wien adaptiert wird.“ (Buxbaum, 1995, S. 16)

Dass es eine spezifisch wienerische Ausformung der Mode gegeben haben soll, lässt sich unter anderem auch aus der Bezeichnung von Höchsmann als die „wohl wienerischsten Couturière“ (Bönsch, 2002, S. 15) herauslesen.

Ähnlich beschreibt es schließlich auch Tomizcek für die Wiener Mode der Nachkriegszeit:

Der Pariser Modeschöpfer Dior schlug den „New Look“ vor, der den langen Rock brachte. Doch dieser wurde von der Österreicherin kaum noch getragen, es gab dafür einfach zu wenig Stoff. [...] Danach hat aber Wien alle Kreationen der Weltmode miterlebt, es wurde die Tulpenlinie, die Kuppellinie, die Eiffelturmlinie, die V-Linie, die Sacklinie, die A-Linie, die Y-Linie, die Pfeillinie und die Freiheitslinie mitgemacht. Die Wiener Mode hat Kleider ohne Taille, mit normaler, tiefer und hoher Taille über sich ergehen lassen, doch wurde immer wieder der Versuch unternommen, die internationale Mode abzuwandeln und dieser die Eigenart der Wiener Mode mitzugeben.“ (Tomizcek, 1973, S. 30)

In einem 1965 von der Stadt Wien herausgegebenen Publikation mit dem Titel *Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945-1965* gibt der damalige Direktor der Modeschule der Stadt Wien, Otto Liewehr, folgenden Erklärungsversuch für das Vorhandensein einer spezifisch Wienerischen Mode:

[...] ein „bestimmtes Etwas“ hat [die Wiener Mode] stets gegenüber der in Paris diktierten Weltmode ausgezeichnet. Dabei hat man in Wien den neuen Modetendenzen gewiß keine konträren Vorschläge

entgegengesetzt, sondern hat die französische Mode interessiert und bereitwillig aufgenommen, um sie hier noch lebenswürdiger und tragbarer zu gestalten, die extremen Formen sozusagen zu „vermenschlichen“. Wie man beobachten kann, hat dieser Umwandlungsprozeß immer zu eigenen modischen Formen, zu einem Wiener Modestil geführt, der überall als Eigenart anerkannt wurde [...]. (Ziak, 1965, S. 271)

Auch die Presse kann dieser Eigenart des Wiener Stils etwas abgewinnen und findet dafür meist lobende Worte. So heißt es in einem Beitrag der *Wiener Bilderwoche* mit dem Titel „Wiener Haute Couture im Blitzlicht“ zu den Modellen von Adlmüller, Henrik und Höchsmann:

Wie üblich, haben unsere großen Modesalons die pariserischen Vorbilder lebenswürdig gemildert und den neuen Stil für die immer etwas konservativere Wienerin annehmbar gemacht [....]“ (Wiener Bilderwoche, 1953/40, 3.10.1953)

Anlässlich der Präsentationen der Herbstkollektionen wird auch an anderer Stelle diese Besonderheit der Wiener Mode hervorgehoben, wenn zu einem Modell von Höchsmann in H-Linie im Untertitel Folgendes zu lesen ist:

Die ersten Kollektionen der Wiener Haute Couture bringen: ‚H-Linie‘, ‚flat look‘, längere und weniger betonte Taillen in sparsamer Mischung. Das Resultat: dezent, geschmackvoll – wienerisch gefällig. (Wiener Bilderwoche, 40/1954, 2.10. 1954)

Überhaupt scheint man dem Gefälligen, das der Wiener Haute Couture attestiert wird, auch in der Presse einiges abzugewinnen. In den von Margret Wenzel Jelinek gestalteten Modeseiten der *Großen Österreich Illustrierten* heißt es demnach lobend: „Wien ging und geht auch heuer einen goldenen Mittelweg.“ (Große Österreich Illustrierte, 9/1957).

Nach einer Begründung wird in einem anderen Beitrag gesucht:

In jeder Mode-Saison steht Wien vor der gleichen schwierigen Aufgabe, die kühnen Pariser Ideen in eine Mode für den Alltag zu übersetzen. [...] In Wien wird alles einfacher, natürlicher und vor allem tragbarer. Das ist das Geheimnis des Wiener Chics. [...] Wiens Modeschöpfer wandelten [das Pariser] Diktat in eine lebenswerte und individuelle Mode um. (Große Österreich Illustrierte, 40/1961)

Was die Wiener Mode versucht, lässt sich in der Presse an weiteren Stellen nachlesen, von denen hier noch eine weitere zitiert sein soll:

Nun hat auch die Wiener Haute Couture ihre Geheimnisse preisgegeben und abermals ist die Bilanz erfreulich. Die Wiener Note, jenes Beschwingte, Prickelnde und Leichte wirkt lebendig weiter! Es gibt fast nur tragbare Modelle, die die weibliche Schönheit unterstreichen, es fehlen extreme und abwegige Ideen, bei denen oft die Sucht nach Originalität alles andere verdrängt. Die Stoffe passen sich dem Wiener Genre in glücklichster Weise an [...] (Große Österreich-Illustrierte, 12/1961)

Es muss an dieser Stelle nicht geklärt werden, ob die beschriebene Charakteristik der Wiener Haute Couture die Qualität derselben nun mindert oder um eine besondere Facette erweitert. Dies ist auch für den Versuch, einen Beitrag zum Gedenken an die Zeiten der Wiener Haute Couture zu leisten, nicht relevant, weil eine Wertung hier nicht angestrebt wird. Fest steht – um es mit Holzer zu formulieren –, dass besonders extravagante Schnitte für das Wiener Publikum oftmals „entschärft“ wurden (vgl. Holzer, 2009, S. 58), und dass dies dem Erfolg und auch dem Geschäft der Wiener Couturiers durchaus zuträglich war.

### **2.2.2 Geschichtlicher Überblick**

Bevor die Arbeit sich dem Couturier László Havas zuwendet, kann ein geschichtlicher Überblick das Panorama darstellen, das László Havas bei der Öffnung seines Haute-Couture-Salons nach der Flucht aus Ungarn vorfinden sollte.

Die Einschränkung, Haute Couture habe es auch historisch nur in Frankreich gegeben, gilt, wie oben ausgeführt wurde, für Loschek nur bedingt. Auch sie liefert in ihrem kurzen geschichtlichen Abriss zur Haute Couture Anmerkungen zu Österreich (bzw. zu Wien). Diese beginnen mit der Nennung des Modeschöpfers Christoph Drecol, einem in Hamburg gebürtigen Modeschöpfer, der erst in Hamburg im Modehaus Röper & Messerschmidt, dann im Wiener Modehaus Josef Hallauer gearbeitet und in den 1880er Jahren in Wien einen eigenen Salon gegründet hatte (vgl. Loschek, 2005, S. 243). Er sollte, das sei hier vorweggenommen, nicht der einzige Modeschöpfer Wiens

sein, der nicht gebürtiger Österreicher war. Dasselbe traf auch auf Adlmüller<sup>8</sup> und auf László Havas zu.

Neben Drecoll nennt Tschabitzer-Handler für das Entstehen einer Haute Couture in Österreich einen weiteren interessanten Punkt. In Wien hatten sich seit der 2. Hälfte des 18. Jahrhunderts Putzmacherinnen und Modistinnen wie Rose Bertin einen Namen gemacht und zählten zu ihrem Kundenstock auch die Aristokratie. Sie zählten zu den Hoflieferanten, und „der Titel der Hof- und Kammerlieferanten wirkte wie ein Gütesiegel. Man musste ihn kostenpflichtig beantragen und darauf hoffen, dass er auch genehmigt wurde“. (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 21f). Zu den Salons, die sich als k.k. Hoflieferant bezeichnen durften, zählten unter anderem das Maison Spitzer, das Modehaus Zwieback in der Kärtnerstraße, das seit 1892 bestehende Konfektionshaus Emanuel Braun und das Maison Drecoll, das 1902 von Baron Christoff von Drécoll eröffnet wurde und vom Wiener Hof sehr gerne beauftragt wurde. „Die Kaiserin bestellte dort ihre Reitkleider, die Kronprinzessin ihre Bade- und Jachtkleider.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 23).

Bereits zur Jahrhundertwende hatten es einige Haute-Couture-Häuser in Wien zu Weltruf gebracht, darunter – abgesehen von den oben genannten – Böhlinger, Francine, die Schwestern Flöge<sup>9</sup>, Grünbaum und Ungar. Neben der Wiener Werkstätte, der die nächsten Absätze gewidmet sind, war es vor allem der „Wiener Modeclub, der sich um eine Verbesserung der Kleidung in ästhetischer und praktischer Hinsicht bemühte. Dieser Klub hatte auch den Zusammenschluss aller Modegewerbe zum Ziel.“ (Tomiczek, 1976, S. 26)

---

<sup>8</sup> W. F. Adlmüller wurde 1946 die österreichische Staatsbürgerschaft verliehen; 1950 übernahm er das Geschäft des Ehepaars Sass, nachdem diese 1949 gemeinsam mit Adlmüller die Ges. *Stone & Blyth Nachfolger – W. F. Adlmüller Ges.m.b.H.* gegründet hatten. 1956 gründete er die eigene Firma *W. F. Adlmüller Ges.m.b.H.* (vgl. Frottier, 2009, S. 30ff)

<sup>9</sup> „Der von der Wiener Werkstätte gestaltete Modesalon der Schwestern Flöge, dessen künstlerische Leitung Emilie inne hatte, konnte allein mit „Künstlerkleidern“, die von Klimt, Moser oder Hoffmann entworfen wurden, nicht überleben. Deshalb bot man als zweite Schiene eine konventionelle, hochwertige Linie für Hochfinanz und Aristokratie an – aber niemals für Schauspieler.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 23f)



Ein Einblick in den Bereich der Haute Couture in Wien lässt sich nicht ohne die Auseinandersetzung mit der Wiener Werkstätte geben, und das nicht nur, weil einer der größten Modefürsten im Paris der Jahrhundertwende, Paul Poiret, stark vom Stil der Wiener Werkstätte beeinflusst war.

Schon vor der Gründung der Modeabteilung der Wiener Werkstätte hatten sich die Künstler der Wiener Werkstätte mit Mode und Kostümen auseinandergesetzt. Aber „eine Haute Couture der Wiener Werkstätte mit künstlerischen Entwürfen für Modelle existierte noch nicht“ (Hansen, 1984, S. 36). Dies sollte sich mit der Gründung der Modeabteilung der Wiener Werkstätte im Jahr 1909 ändern. Eduard Wimmer-Wisgrill hatte im Auftrag von Hoffmann das Palais Stoclet in Brüssel besucht und befunden, dass die Kleidung der Madame Stoclet, welche diese aus Paris bezogen hatte, nicht zum Interieur und Stil des Palais passte und einer Anpassung bedurfte. Eine ‚Wiener Mode‘ sollte geschaffen werden. Zu diesem Zweck wurde die Modeabteilung gegründet, welche von Eduard Wimmer-Wisgrill von 1910 bis 1922 geleitet und durch entscheidende Impulse bereichert wurde. Laut Gewerbeschein begann man im März 1911 in den Schneiderateliers der Modeabteilung zu arbeiten, und im Jahr darauf wurde bei der Kunstgewerbeausstellung im Österreichischen Museum für Kunst und Industrie erstmals „Modekunst“ (Hansen, 1984, S. 46) nach Entwürfen von Hoffmann und Wimmer-Wisgrill gezeigt. Bald schon ließ sich eine gegenseitige Beeinflussung der Mode der Wiener Werkstätte und der Pariser Modehäuser feststellen. Paul Poiret, mit dem Wimmer-Wisgrill schon zuvor in Kontakt gewesen war, besuchte 1911 Wien.

Noch vor dem Ersten Weltkrieg hatte die Modeabteilung der Wiener Werkstätte eine bedeutende Stellung erreicht – ja es sogar „zu Weltruhm“ (Soltano, 1995, S. 99) gebracht. Dazu trug auch die politische Situation bei:

Nun trug die Arbeit Wimmers Früchte, denn in der Kriegszeit konnte sich die Wiener Mode durch die kriegsbedingte Isolation eigenständig entwickeln. Die nationalen Bestrebungen mit dem Schlagwort ‚Los von Paris!‘ bedingten eine Emanzipation der österreichischen und deutschen Modeindustrie.“ (Hansen, 1984, S. 59)

Die „Wiener Mode“ hatte nicht zuletzt auch durch die Einfuhrsperre profitiert. (vgl. Buxbaum, 1986, S. 100)

Im Jahr 1915 wurde die „Wiener Modegesellschaft“ (nachweisbar bis 1933) mit einem eigenen Modenhaus am Graben gegründet, in dem Kreationen von Wiener Couturiers in Modeschauen dem Publikum präsentiert wurden. Die Wiener Werkstätte gab zusammen mit anderen Grand Couturiers 1915 einen „Modealmanach“<sup>10</sup> heraus. (vgl. Loschek, 2005, S. 245) Die Wiener Modegesellschaft mit dem Modellhaus am Graben 16 stand unter dem Protektorat der Österreichischen Gewerbeförderung und veranstaltete zum Beispiel 1915 eine Modeausstellung, die einen Besucherrekord von mehr als 70.000 Personen verzeichnen konnte. (vgl. Hansen, 1984, S. 67)

Im Jahr 1916 wurde eine eigene, von Josef Hoffmann ausgestattete Modeabteilung der Wiener Werkstätte im Palais Esterhazy in der Kärntner Straße 41 eröffnet – an jedem Ort also, an dem später Adlmüller seinen Haute-Couture-Salon eröffnen sollte. Die Modeabteilung blieb, so Soltano, „bis zur endgültigen Liquidation des Unternehmens im Jahre 1932 ihr attraktivstes Aushängeschild.“ (Soltano, 1995, S. 99)

Neben Wimmer-Wisgrill entwarfen noch weitere Künstler der Wiener Werkstätte Mode:

In Wien war die [Haute-Couture-Mode] der 1920er Jahre durch den ornamentalen, phantastischen oder verspielten Stil [Dagobert] Peches an der Wiener Werkstätte geprägt. (Loschek, 2005, 247f)

Der jung verstorbene Dagobert Peche hatte neben vielen anderen Gebrauchsgegenständen und Kleidung rund 3000 Stoffmuster entworfen. (vgl. Hansen, 1984, S. 102) Neben Wimmer-Wisgrill und Peche entwarf Max Snischek, ab 1922 Nachfolger Wimmer-Wisgrills in der Modeabteilung, zahlreiche Modelle und Stoffmuster (vgl. Hansen, 1984, S. 122). Während des Krieges wurde auch zunehmend mehr Mode von Frauen entworfen, allen voran von Mela Köhler und Fritzi Löw. Gertrud Höchsmann, die später einen der bekannten Haute-Couture-Salons in Wien leiten sollte, war ebenfalls, wenn auch nur ein Jahr, als Mitglied der Künstlerwerkstätten der Wiener Werkstätte tätig (1925/26). (vgl. Hansen, 1984, S. 135)

---

<sup>10</sup> Zum Modealmanach ist bei Buxbaum in einem Eintrag für das Jahr 1919 nachzulesen: „[1919:] »Société Graphique« bringt einmal monatlich den »Mode-Almanach« heraus.“

Sowohl Loschek (vgl. 2005, S. 243) als auch Hansen zählen die Mode der Wiener Werkstätte der Haute Couture zu. Tatsache ist, dass die Arbeit der Modeabteilung der Wiener Werkstätte international und auch von Paris nicht nur wahrgenommen wurde. Vielmehr gab einen regen Austausch zwischen französischer und Wiener Mode. Hansen zeigt in diesem Zusammenhang eine wichtige Parallele der Modeentwicklung rund um die Wiener Werkstätte und in Paris auf:

Die Wiener Werkstätte nahm an den Bestrebungen der „Gleichmacherei und Demokratisierung der Mode“ nicht teil. Sie stand künstlerisch viele Jahre lang auf derselben Ebene wie die großen und progressiven Modesalons in Frankreich, und ihr Streben war es auch, auf internationaler Basis Mode zu machen. (Hansen, 1984, S. 183)

Über die Klientel in Wien vor 1918 und dessen Geschmack heißt es weiter:

Die Mode der Wiener Werkstätte war nur selten so exaltiert und übertrieben wie die in Paris, dafür fehlte mit Sicherheit auch das Publikum. Die Wiener Mode orientierte sich zwar nach wie vor an Paris, nahm aber deren exklusive Modelle kaum an. Der Großteil von Adel und Bürgertum wollte vor allem mit der Pariser Konfektion Schritt halten und war den modischen Experimenten von Wiener Künstlern wenig aufgeschlossen. (Hansen, 1984, S. 190)

In den 1920er und 1930er Jahren waren neben der Modeabteilung der Wiener Werkstätte (1911<sup>11</sup>-1932<sup>12</sup>) natürlich auch bekannte Modesalons tätig. Die

---

<sup>11</sup> Bei Hansen wird der Beginn mit 1909 angegeben. Bei Karner (2003, S. 197) wird als Adresse Graben 16 angegeben. Sowohl im Verkaufslokal am Graben 16 als auch im Palais Esterházy in der Kärntner Straße 41 wurde Mode verkauft - am Graben unter der Geschäftsführung von A. Kurz seit 1911 Hüte und Kleider, in der Kärntnerstraße unter der Geschäftsführung von Eduard Wimmer-Wisgrill seit 1916 Mode und Stoffe. (vgl. Klein-Primavesi, 2006, S. 42)

<sup>12</sup> Durch einen Gesellschaftsvertrag wurde die Modeabteilung der Wiener Werkstätte GmbH rückwirkend mit 1.1. 1924 „zu einer rechtlich eigenständigen Firma umgewandelt [...] und als eigenes Modehaus geführt, welches durch fabrikmäßige Erzeugnisse von Modewaren aller Art, en gros und en detail und dem Handel damit, [...] in der Kärntnerstraße 41 ihren Sitz hatte. Aufgrund der Größe – es nahm den linken Teil des Palais Esterházy ein, wobei sich die Werkstätten in der Krugerstraße 3 und in der Johannisgasse [sic] 12 befanden, wurde es von der Kammer für Handel, Gewerbe und Industrie als rechtlich eigenständiges Modehaus geführt. Es gab mehr als 55 Angestellte und 110 Arbeiter, die dort beschäftigt waren.“ (Klein-Primavesi, 2006, S. 292)

Modehäuser befanden sich dort, wo auch heute noch Mode zum Verkauf steht, nämlich im Bereich der Kärntner Straße, am Graben, am Kohlmarkt, also im ersten Bezirk, und auch am Anfang der Mariahilferstraße.

„Als [Haute-Couture-Haus] hatte der heute vollkommen in Vergessenheit geratene Salon von Max Becker einen Namen.“ (Loschek, 2005, 247f) Zu den wichtigen Modesalons zählten darüber hinaus Bohlinger & Huber (1839-1959, Tuchlauben), Emanuel Braun & Co<sup>13</sup> (seit 1892, Graben 8), Christoph Drecoll<sup>14</sup> (1886-1932, Kohlmarkt 7), Berta Farnhammer (1880-1975? [sic]), Kärntner Straße 10), Franz Faschingbauer (1880-1980, Jasomirgottstraße 6), die Schwestern Flöge<sup>15</sup> (1904-1938, Mariahilfer Straße 1b), Heinrich Grünbaum (1906-1936, Graben 26), Heinrich Grünzweig (1880-1938, Hegelgasse 21), Gertrud Höchsmann (1927-1967, Mariahilfer Straße 1c), Wilhelm Jungmann & Neffe<sup>16</sup> (seit 1894, Albrechtplatz 3), Knize<sup>17</sup> (seit 1858, Graben 13), P. C. Leschka (1923-1996, Graben 16), Old Bond Street (1905-1975, Kärntner Straße 38), Stone & Blyth<sup>18</sup> (1896-1951, Kärntner Straße 41), G. & E. Spitzer

---

<sup>13</sup> „Das seit 1892 bestehende Konfektionshaus Emanuel Braun am Graben bediente sämtliche Burgschauspielerinnen, aber auch die Aristokratie.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 22)

<sup>14</sup> „1902 eröffnete Baron Christoff von Drecoll das Maison Drecoll, das vom Wiener Hof gerne beauftragt wurde. Die Kaiserin bestellte dort ihre Reitkleider, die Kronprinzessin ihre Bade und Jachtkleider.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 23)

<sup>15</sup> „Der von der Wiener Werkstätte gestaltete Modesalon der Schwestern Flöge, dessen künstlerische Leitung Emilie innehatte, konnte allein mit den „Künstlerkleidern“, die von Klimt, Moser oder Hoffmann entworfen wurden, nicht überleben. Deshalb bot man als zweite Schiene eine konventionelle, hochwertige Linie für Hochfinanz und Aristokratie an – aber niemals für Schauspieler.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 24)

<sup>16</sup> Wilhelm Jungmann & Neffe ebenso wie Christoph Drecoll und G. & E. Spitzer kreierten für die Aristokratie und hohe Diplomatie – Spitzer etwa z. B. für die Erzherzogin Stephanie. (vgl. Buxbaum, 1986, S. 133)

<sup>17</sup> „Kniže gilt seit den 1920er Jahren als erste Modemarke für Herren weltweit. Gegründet wurde Kniže 1858 vom böhmischen Schneider Josef, der Herstellung von Sport-, Reitbekleidung sowie Livreen galt sein Augenmerk. Damit verdrängte er die englische Sportkleidung vom österreichischen Markt und konnte sogar exportieren. 1888 erhielt Kniže den Titel „k.k. Hof-Schneider“. Die Traditionsmarke suchte sich prominente Partner: 1910-1913 wurde das heutige Geschäftslokal am Graben 13 von Adolf Loos gestaltet und mit Hilfe von Ernst Deutsch-Dryden als Werbeberater wurde Kniže zu einer der ersten Adressen der Modewelt. [...] Kniže eröffnete 1941 ein Geschäft in New York. Hier bediente er alte Kunden, die ebenfalls emigrieren mussten. In früherer Zeit waren vor allem Künstler Kunden bei Kniže.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, 27)

<sup>18</sup> Schill über Adlmüllers Eintritt in Stone & Blyth: „Es ist die traditionsreiche Firma „Stone & Blyth“, ein gewissermaßen sehr „britisches“ Haus, das seine vornehme Kundschaft, darunter einst auch die Mitglieder des Kaiserhauses, der Prince of Wales

(1873-1932, Kärntner Ring 12), Maison S. Ungar (1905-1938, Kohlmarkt 20), Zur englischen Flotte C.H. Berger (1907-1986, Kärntner Straße 36) sowie Ludwig Zwieback & Bruder<sup>19</sup> (1890-1933). (vgl. Karner, 2003, S. 197).<sup>20</sup> Darüber hinaus nennt Buxbaum weitere bekannte Modesalons: L. Schlesinger, Schwestern Berger, Hans Schaller, Louis Modern & Sohn, L. & E. Laufer, Penizek & Rainer (Pelze), J. Max Hartwich (Pelze), B. & E. Spitzer, Köllner & Weigner und verweist darauf, dass diese „mehr oder weniger eigenständige Wiener Mode“ (Buxbaum, 1986, S. 101) anboten. Soltano nennt für die 1920er und 1930er Jahre auch noch das Modellhaus Jerlaine (vgl. Kremer, 2013, S. 177 und Soltano, 1995, S. 16). Dazu kommen weitere für die Couture maßgebliche Salons wie das Hutgeschäft der Adele List (vgl. Buxbaum, 1986, S. 104), die jahrzehntelang für die bekanntesten Couture-Salons der Stadt ihre Kreationen erschuf.

---

und die gesamte Hocharistokratie, mit Sportmoden im englischen Stil bedient. Zur Zeit seiner Gründung in der Jägerzeile, der heutigen Praterstraße, ansässig, hat sich „Stone & Blyth“ seit 1916 auf der Kärntner Straße etabliert, nicht so nahe dem Zentrum wie „Zwieback“, sondern näher der Oper, im reizenden barocken Palais Esterházy.“ (Schill, 1990, S. 23) Das Modellhaus zu der Zeit, als Adlmüller in der Wiener Damenabteilung zu arbeiten beginnt, beschreibt Schill folgendermaßen: „Dazu werden freilich keine eigenen Kollektionen entworfen, sondern bei anderen Couturiers, etwa bei Ulli Rosenbaum in Prag, oder in Paris, Modelle erworben und für den eigenen Salon kopiert.“ (Schill, 1990, S. 24) Später entwarf dann Adlmüller die Modelle, im Jahr 1933 erstmals eine ganze Kollektion. (vgl. Schill, 1990, S. 26)

<sup>19</sup> „Das Modehaus Zwieback residierte im „Palais Zwieback“ auf der Kärntner Straße mit Filialen in Altösterreich und zeigte permanente Modeausstellung.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 22) Die Firma „Ludwig Zwieback & Bruder“, seit 1895 in einem aus Stahl und Glas erbauten Gebäude ansässig, das bald als „Palais Zwieback“ bekannt wurde, zählte zu den besten Adressen der Wiener Modebranche. Hauseigene Ateliers fertigen Damenkonfektion der feinsten Qualität ebenso wie erlesene Einzelstücke an, sie auch in einigen Filialen in Graz, Budapest und Karlsbad verkauft werden. Muster an Fortschrittlichkeit sind die Verkaufsstrategien, wozu nicht nur großzügige farbige Annoncen in Zeitungen und Zeitschriften zählen, sondern auch Aktionsverkäufe zu reduzierten Preisen.“ (Schill, 1990, S. 20)

<sup>20</sup> In der Auflistung von Karner werden Haute-Couture-Salons ebenso wie Modekaufhäuser genannt. In diesem Zusammenhang sei noch auf den Erfolg eines weiteren Hauses verwiesen: „1915 eröffnete [Bernhard Altmann] in Wien einen Garnhandel und etablierte 1919 sein Strickwarenunternehmen [...]. 1938 beschäftigte er 1000 Mitarbeiter, musste allerdings im selben Jahr emigrieren. In New York nahm er 1941 einen Job für \$ 50 die Woche an, 1943 begann er eine Garnhandelsfirma, die wiederum prächtig gedieh. Das Kaschmirgeschäft begann er 1947, und zwar in seiner wiederhergestellten Fabrik in Wien.“ (Tschabitzer-Handler, 2014, S. 31)

Die Kreationen wurden bereits in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg von Mannequins – damals in Wien Probierfräulein oder augenzwinkernd Probiermamsell genannt – dargeboten. Auch darüber wurde in den Modejournalen berichtet:

In den letzten Tagen des April [1910] fand in den Wiener Gartenbausälen ein ganz einzigartiges Fest statt, dessen Ertragnis einem wohlthätigen Zweck gewidmet war und das eine Moderevue im wahrsten Sinn des Wortes darstellte... Probierfräuleins aus den ersten Wiener Häusern, in alle Arten Toiletten und Mäntel gehüllt, durchschritten nacheinander den Raum und verneigten sich bei ihrem Abgang ehrerbietigst vor ihrer Gönnerin. (Wiener Mode, 12/1910, zit. nach Buxbaum, 1986, S. 140)

Zu solch öffentlichen Ereignissen, bei denen Mode vorgeführt wurde, kamen auch traditionelle Modeschauen in den Haute-Couture-Salons. In beiden Fällen kamen Mannequins zum Einsatz, und die Modeschauen in öffentlichen Veranstaltungsräumen wie z. B. den Konzerthausssälen wurden aufgrund der Inszenierungen bald als Moderevuen bezeichnet. (vgl. Buxbaum, 1986, S. 140) Neben diesen Präsentationsformen gab es auch Messeveranstaltungen (vgl. Buxbaum, 1986, S. 144)

Nach 1938 wurde – wie es zuvor auch schon in Deutschland passiert war – drastisch in den Modesektor eingegriffen. Zahlreiche Betriebe aus dem Mode- und Bekleidungssektor schlossen, da die jüdischen Besitzer fliehen mussten, oder wurden arisiert bzw. liquidiert. Österreich sollte sich in Bezug auf Arisierungen als besonders engagiert erweisen, und der größte Teil der jüdischen Betriebe in Österreich wurden bereits 1938 bzw. im Folgejahr liquidiert oder arisiert. Soltano beschreibt in ihrer Arbeit zur Arisierung des Textilsektors in Österreich die Arisierung als

im »Dritten Reich« praktizierte Überführung von »jüdischem Betriebs- oder Geschäftseigentum« und anderen Vermögenswerten [...] in nichtjüdischen, d.h. »arischen« Besitz. Weniger sachlich ausgedrückt, bedeutete es die Ausplünderung der später physisch ausgerotteten Juden. (Soltano, 1995, S. 221)

In dem Band *Zerrissene Fäden. Die Zerstörung der jüdischen Modeindustrie in Deutschland und Österreich* schreibt Irene Guenther:

Die sogenannte »Arisierung«, die Enteignung jüdischer Geschäftsleute und der »Transfer« von jüdischen Geschäften auf nichtjüdische Eigentümer, sowie die Liquidation jüdischer Unternehmen waren [neben den massiven Boykotts] alternative antisemitische Strategien. All das geschah unter der Anwendung von intensivem Druck, üblen Methoden und höchst suspekten legalen Mitteln. (Kremer, 2013, S. 137)

Dass die Vorgehensweisen, die unter dem Begriff Arisierung subsumiert werden, dabei variieren, hat Priller in seiner (nicht publizierten) Diplomarbeit für den österreichischen Textilsektor dargestellt und dazu rund 200 Arisierungen von Textilbetrieben begutachtet. Aus seinem Bericht geht hervor, dass der Begriff der Arisierung unpräzise ist, weil darunter unterschiedliche Prozesse und Abläufe subsumiert werden, an denen demnach auch unterschiedliche Akteure beteiligt waren. Den „wilden Arisierungen“, also „Plünderungen und Aneignung von jüdischen Geschäften“ (Priller, 2008, S. 9) sollen durch strengere Reglementierungen und die Schaffung einer Vermögensverkehrsstelle Einhalt geboten werden. Damit begann die Zeit der „staatlich kontrollierten ‚Arisierungen‘“ (Kremer, 2013, S. 180). Bei dieser Vorgehensweise standen wirtschaftspolitische Aspekte der Nationalsozialisten im Vordergrund. Die Mehrzahl der Arisierungen verliefen in einem „institutionalisierten“ Rahmen, und es gab „einen offiziellen Kaufvertrag, eine Zustimmung der zuständigen Behörden wie der Vermögensverkehrsstelle oder des Reichskuratoriums für Wirtschaftlichkeit und die Bezahlung eines von staatlicher Seite festgesetzten Kaufpreises“ (Priller, 2008, S. 14) Dass sich der Staat im Rahmen dieses Vermögenstransfers und unter dem Vorwand der Rechtsstaatlichkeit maßgeblich bereicherte, zeigt sich deutlich an den Beispielen für Arisierungen bei Priller:

In den meisten Fällen kann man davon ausgehen, dass der überwiegende Teil des Arisierungserlöses, anfangs durch Steuern, wie Judenvermögensabgabe oder Reichsfluchtsteuer, später durch Konfiszierung des gesamten Vermögens, an den Staat ging. (Priller, 2008, S. 7)

Ähnlich formuliert es auch Soltano:

Der Staat profitierte erheblich von der sogenannten »Arisierung«: Auf der einen Seite legten die »Vermögensverkehrsstelle« und die »Kontrollbank« sogenannte »Entjudungsauflagen« fest, [...] die von den »Arisieren« zu zahlen waren. Auf der anderen Seite erzielte das Reich noch mehr Nutzen

durch die Beschlagnahmung »jüdischer Vermögenswerte«, darunter auch »Arisierungs- und Liquidierungserlöse« auf »Sperrkonten«, die durch außergewöhnlich hohe »Vermögenssteuern« (z.B. »Sühneleistung« und »Reichsfluchtsteuer«) und simple Beschlagnahmung eingetrieben wurden. (Kremer, 2013, S. 181f)

Davon waren nicht nur Betriebe der Textilindustrie betroffen, sondern gerade auch der Bereich des Textilhandels mit ca. 70 % in jüdischem Besitz. Von den insgesamt 2630 Betrieben wurden 2163 Betriebe liquidiert und 467 Betriebe arisiert. (vgl. Priller, 2008, S. 103) Auch im Bereich der Haute Couture kam es zu Arisierungen. Soltano hat den Fall der Arisierung von Stone & Blyth, später Adlmüller, im Detail nachgezeichnet. (vgl. Soltano, 1995, S. 221ff)

Mit dem Anschluss wurde eine neue Institution gegründet, das *Haus der Mode*. Über das Gründungsdatum finden sich unterschiedliche Angaben. Loschek etwa datiert den Start auf das Jahr 1938 und hebt hervor, dass das *Haus der Mode* „von privater Seite gegründet“ (Loschek, 2005, S. 249) wurde, um Modeneuheiten zu erarbeiten und Modeschauen zu organisieren. Soltano beschreibt, dass das bereits 1936 von Josef Hoffmann konzipierte Vorhaben, ein sog. Modeamt zu gründen, im Jahr 1939<sup>21</sup> „von den Nationalsozialisten im *Haus der Mode* verwirklicht“ (Soltano, 1995, S. 99) und von Gemeinde und Reichsgau Wien gegründet“ (Soltano, 1995, S. 1901) wurde - ausgestattet von Josef Hoffmann. Pläne für das *Haus der Mode* habe es aber schon Anfang Juni 1938 gegeben, als der damalige Bürgermeister von Wien, Neubacher, versuchte, Göring für die Schaffung eines Wiener „Modeamtes“ zu begeistern. (vgl. Soltano, 1995, S. 102)

Ziel der Institution war

die Propagierung und Verbreitung der Wiener Mode im gesamten „Deutschen Reich“ und im übrigen Europa. [...] Im Gegensatz zur *Wiener Werkstätte* jedoch [...] zwang das *Haus der Mode* Unternehmen mehr oder

---

<sup>21</sup> Bezüglich des Gründungsdatums merkt Soltano an, dass das *Haus der Mode* theoretisch durch die Zusammenlegung des *Hauptverbandes der textilverarbeitenden Gewerbe und Industrien Österreichs* und des *Niederösterreichischen Gewerbevereins* schon im September 1938 existierte. Siehe dazu ausführlicher: Soltano, 1995, S. 102.



weniger<sup>22</sup>, der Institution beizutreten und sich damit seinen Richtlinien unterzuordnen. (Soltano, 1995, S. 100)

Die Maßnahmen des *Hauses der Mode* waren dabei in erster Linie wirtschaftlich<sup>23</sup> und politisch motiviert. Zahlreiche jüdische Betriebe waren ohnehin von Arisierungen betroffen, und man propagierte eine „deutsche Mode“, versuchte das gesamte Modewesen zu vereinheitlichen und war darum bemüht, Paris die Vorrangstellung in Sachen Mode abtrünnig zu machen. Das *Haus der Mode* verfolgte eine Erhöhung der Exportzahlen und war für die Devisenbeschaffung über die Textilwirtschaft verantwortlich. Wien sollte zur „Reichshauptstadt der Mode“ gemacht werden. Die Wiener Mode sollte ihren verdiente Vorrangstellung beweisen können – und dies auch zu Kriegszeiten. Dabei entwickelte sich ein eigenwilliges Konkurrenzverhalten, hauptsächlich mit Berlin, dem man die Erstellung von Richtungskollektionen für das gesamte Deutsche Reich nicht überlassen wollte. Soltano hat den Briefverkehr bzw. andere Dokumente dazu in ihrem Band zur Mode im Nationalsozialismus aufgearbeitet (vgl. Soltano, 1995, S. 119ff). Daraus geht hervor, dass man im *Haus der Mode* sehr darum bemüht war, die Wiener Mode im Sinne einer Marke zu stärken und diese keinesfalls dem Plan einer gesamtdeutschen Mode unterzuordnen. Zumindest beharrte man auf dem Führungsanspruch der Wiener Mode gegenüber den deutschen Pendants in den großen deutschen Städten, allen voran Berlin.

Für das als Verein geführte *Haus der Mode* wurden im Sinne einer Vorgabe für das deutsche Modeschaffen und für Exportmodeschauen im In- und Ausland<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> An anderen Stellen formuliert Soltano das Verhältnis von Modeunternehmen und deren Beitritt zum *Haus der Mode* ähnlich: „Die Textilfirmen und Haute-Couture-Salons, denen der *Eintritt in diesen Verein* im Laufe der Zeit *immer nachdrücklicher nahe gelegt wurde* [m. H.], mußten sich den Maximen des Hauses der Mode unterwerfen.“ (Soltano, 1995, S. 101) „Die Wiener Firmen mußten sich dem *Haus der Mode* eingliedern und unterordnen, wenn sie weiter bestehen wollten.“ (Soltano, 1995, S. 18) Dazu auch Bönsch: Die Koordinationsstelle für die Wiener Mode, das „Haus der Mode“, bedeutete eine Zwangsgliedschaft (samt Mitgliedsbeitrag)

<sup>23</sup> In Bezug auf die wirtschaftliche Ausrichtung ist zu erwähnen, dass unter der Führung des Vereins *Haus der Mode* und unter Zustimmung vom Reichswirtschaftsministerium die *Gemeinschaft Wiener Modewaren-Erzeuger* als eine Art Modekartell speziell im Dienst der Exportförderung gegründet wurde. (dazu ausführlicher bei Soltano, 1995, S. 135f.)

<sup>24</sup> Vgl. dazu: Soltano, 1995, S. 112f.

sog. Richtungskollektionen geschaffen. (vgl. Soltano, 1995, S. 105) Für diese wurden repräsentativ Modelle der dem *Haus der Mode* unterstellten Firmen gezeigt; zugleich setzte man sich aber im *Haus der Mode* auch das Ziel, eigene Modelle zu kreieren (vgl. Soltano, 1995, S. 110)

Das *Haus der Mode* organisierte zahlreiche Modeschauen im In- und Ausland, die Wiener Modewoche (in Kriegszeiten zwei Mal im Jahr in den Jahren 1940, 1941 und 1943), den Modeball und Mode-Tees in den eigenen Räumlichkeiten. Bei diesen Veranstaltungen wurden Modelle bekannter Wiener Haute-Couture- und Mode-Salons wie Heinrich Grünbaum, Old Bond Street, Tailors Stone & Blyth (Stone & Blyth Nfg. Dr. Heribert Schidelka), Hintermayr & Co, Jerlaine Strick- und Jerseyfabrik Curt Altmann, C.H. Berger zur Flotte und des Haute-Couture-Salon Gertrud Höchsmann gezeigt (vgl. Soltano, 1995, S. 113 und S. 117f). Salons wie der von Höchsmann blieben also über den Anschluss hinweg und unter den Nationalsozialisten erhalten.

Darüber hinaus wurde der Wiener Modering gegründet, eine „Zusammenfassung der Firmen *Henrick* [sic] am Graben (ehemals *Grünbaum*), Faschingbauer, Farnhammer, Höchsmann und Stone & Blyth zum Wiener Modering.“ (Frottier, 2009, S. 29) Diese neue Institution beschreibt der langjährige Lebensgefährte Adlmüllers, Herbert Schill, folgendermaßen:

Was die Mode betrifft, so gewinnt auch ganz Wien eine reizvolle Facette dazu. Im vornehm gelegenen Palais Lobkowitz etabliert sich das „Haus der Mode“, in dem unter der Leitung von Alfred Kunz, dem Gründer der Modeschule Hetzendorf, die zum „Wiener Modering“ zusammengefaßten Häuser „Faschingbauer“, „Farnhammer“, „Grünzweig“, „Höchstmann“, „Humhal“ und das zu „Henrik“ arisierte „Grünbaum“ wie auch „Stone & Blyth“ einander freundschaftlich konkurrierend zu neuen Glanzleistungen aneifern. (Schill, 1990, S. 36)

Das *Haus der Mode* konnte finanziell nur durch die Beitragsleistungen der Stadt Wien überleben, wie etwa ein Bericht des Rechnungsprüfungsamtes aus dem Jahr 1939 verdeutlicht. (vgl. Soltano, 1995, S. 110) Im Jahr 1940 wurde dem *Haus der Mode* ein Modellinstitut eingegliedert, und ein Jahr darauf übernahm es die Deutsche Arbeitsfront, „wodurch es organisatorisch und personell in die

Reichsplanung einbezogen“ (Soltano, 1995, S. 111) wurde. Dadurch sollte einmal mehr der Versuch unternommen werden, Wien zur „Reichsmodenstadt“ zu machen, wenn die Unabhängigkeit dadurch auch nur noch formell aufrecht erhalten wurde.

Im Jahr 1941 musste man auch im *Haus der Mode* einsehen, dass das Thema Mode in den Kriegsjahren schlichtweg nicht mehr angemessen war. Im Jahr 1943 wurde das *Haus der Mode* in *Kriegswirtschaftsstelle Bekleidung* umbenannt und im Dienst der Rüstungsfertigung eingesetzt.

In den 1950er Jahren erlebte die Haute Couture erneut Aufschwung. Karner formuliert es so: „Der Wiederaufbau und der damit verbundene Wirtschaftsaufschwung brachten Wohlstand und eine Art Rückbesinnung auf traditionelle Werte mit sich. [...] Feminine Eleganz war gefragt.“ (Karner, 2003, S. 107). Die Entbehrungen der Kriegszeit wollten abgelöst werden. „Sich modisch kleiden und alle Accessoires aufeinander abstimmen zu können war eine Sache des Prestiges, sowohl der Oberschicht als auch des Mittelstandes. [...] Die französische [Haute Couture], allen voran Dior, diktierte die Linien.“ (Loschek, 2005, S. 253)

Diesem Befund mit durchgehend positivem Unterton ist allerdings hinzuzufügen, dass die Mode- und Textilbranche, wie auch alle übrigen, sich nach dem Krieg insgesamt in einem bedauernswerten Zustand befand. „Beschlagnahme oder größtenteils beschädigte Maschinen, Mangel an Rohstoffen und ausgebildetem Personal waren wesentliche Probleme“ (Dorner, 1988, S. 12), vor deren Lösung die gesamte österreichische Textilbranche ebenso gestellt war wie vor die Tatsache, dass man bis zur Aufhebung der Verbrauchsregelung im Jahr 1949 (vgl. Dorner, 1988, S. 55) offiziell nur Textilien und Bekleidung kaufen konnte, die auf der Textilwarenbewirtschaftungsliste des Bundesministeriums für Handel und Wiederaufbau standen (vgl. Dorner, 1988, S. 20). Außerdem ist die Tatsache zu berücksichtigen, dass zur „Erleichterung“ der Textilversorgung Kleidung nach ausgesprochen umfangreichen Punktelisten und nur mit Punktekarten bzw. Bezugsscheinen vergeben wurde:

In der Praxis wirkte sich die Punktwirtschaft so aus: Wer im Besitz eines Bezugsscheines war, konnte kaufen; man mußte allerdings das Glück haben, ein Geschäft zu finden, das diese bezugsberechtigten Bekleidungsstücke auch vorrätig hatte. (Dorner, 1988, S. 23)

Dorner hat in ihrem Band *Textiles Österreich – 2. Republik, Kontraste und Parallelen* (1988) die langsame Konsolidierung der österreichischen Textilwirtschaft und des Textilgewerbes nachgezeichnet. Es sei in der vorliegenden Arbeit auf diese Ausführungen verwiesen.

Zur Ankurbelung der Wirtschaft hatte man 1945 ein neues Handelskammergesetz geschaffen, welches den Aufbau des Handwerks neu regelte. Dazu kamen weitere Bestrebungen, das Textilgewerbe zu fördern, wie Tomizcek 1973 in einer Publikation zu den Modesammlungen des Historischen Museums der Stadt Wien anmerkt:

Außerdem gründete die Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft das Österreichische Modesekretariat, welches alle Modebestrebungen in Österreich unterstützt. Der Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs hält die „Wiener Damenwoche“ ab, zu welcher Einkäufer aus aller Welt kommen. Es gibt die Propagandavereinigung der österreichischen Strick- und Wirkwarenbranche, die Interessengemeinschaft der Wiener Modehersteller, den Textilclub, den Ring der Wiener Haute Couture usw.“ (Tomizcek, 1993, S. 30)

Auch einige Haute-Couture-Salons hatten es bis 1955 geschafft, sich zu konsolidieren. Zu diesem Zweck hatten sie sich im *Ring der Wiener Haute Couture* zusammengeschlossen und zeigten jährlich zwei Kollektionen. (vgl. Ziak, 1965, S. 277)

In den 1950er Jahren stieg W. F. Adlmüller endgültig zum Modezaren von Wien auf. Zuvor hatte er es unmittelbar nach dem Krieg verstanden, geschäftstüchtig anzuknüpfen, und dies – wie Herbert Schill richtig anmerkt – „unter geradezu konkurrenzlosen Bedingungen“ (Schill, 1990, S. 50), die sogar eine erste Kollektion im Jahr 1945 inklusive Präsentation vor den sowjetischen Besatzern möglich machte. Sofort nach Kriegsende adaptierte der geschäftstüchtige Adlmüller das Geschäft und die Werkstätten und pflegte gute Kontakte zur russischen Besatzung, für deren Frauen er Kleidung entwarf, unter anderem

auch für die Frau des Außenministers Molotow. (vgl. Schill, 1990, S. 50)  
Es wurde sogar eine eigene Stromleitung vom neuen Sitz der russischen Befehlshaber im Hotel Bristol (davor im Hotel Imperial) verlegt. (vgl. Frottier, 2009, S. 30) Herbert Schill erzählt, wie Adlmüller zu dieser Möglichkeit kam:

Mit einem Verhalten, das er rückblickend selbst nur als „Chuzpe“ bezeichnen kann, macht er sich auf ins Hotel Imperial, wo General Blagodatow residiert, und bietet seine Dienste als Couturier an – für den Fall, daß einer gebraucht wird. Und es wird tatsächlich einer gebraucht. (Schill, 1990, S. 48)

Ab den 1950ern zählten zu seiner Kundschaft nicht nur Politikergattinnen und bekannte Schauspielerinnen (Judith Holzmeister, Eva Bartok, Marianne Koch, Romy Schneider, Hilde Güden, Anneliese Rothenberger, Maria Eis, Melli Forst, Christa Ludwig, Eliette von Karajan, Gräfin Schönborn, Baronin van Thyssen etc.), sondern auch internationale Kundinnen wie Soraya von Persien, Königin Sirikit von Thailand, Fürstin Gracia Patricia von Monaco und andere (vgl. Frottier, 2009, S. 31)

Erwähnenswert ist auch, dass Adlmüller in den 1950er Jahren zusätzlich zu seinem Salon in Wien (und abgesehen von den Dependancen in München und Bad Gastein) den Betrieb einer Prêt-à-Porter-Boutique ebenfalls in der Kärtnerstraße aufnahm und so die internationale Entwicklung des Modegewerbes rasch für sich umzusetzen wusste. Dies ist umso bemerkenswerter, als er erst offiziell 1956 seine eigene Firma W. F. Adlmüller Ges.m.b.H. gründete (von 1950 bis dahin hatte er das Geschäft des Ehepaars Sass – seit 1949 *Ges. Stone & Blyth Nachfolger – W. F. Adlmüller Ges.m.b.H.* – gegen eine Leibrente übernommen). (vgl. Frottier, 2009, S. 31)

Ab Ende der 1950er Jahre führte Adlmüller darüber hinaus gemeinsam mit einem Partner die En-Gros-Firma *Adlmode*, die auf Strickmode spezialisiert war und hauptsächlich in die USA exportierte. (vgl. Frottier, 2009, S. 30)

Auch Gertrud Höchsmann, deren Salon die Kriegsjahre überdauert hatte<sup>25</sup>, konnte nach Kriegsende weiterarbeiten und ihren Salon weiterführen, wenn auch erst unter widrigen Bedingungen:

---

<sup>25</sup> Höchsmann war laut Auskunft des Dokumentationsarchivs des Österreichischen Widerstandes nie Mitglied der NSDAP gewesen. (vgl. Bönsch, 2002, S. 21)

1945 bedeutet ein Bombenschaden das vorläufige Ende des Modellsalons [von Gertud Höchsmann] in der Mariahilfer Straße 1c. In einem Ausweichquartier bei Freunden beginnt [Gertrud Höchsmann] bereits im Herbst 1945 wieder zu arbeiten. Die kriegsreduzierte Kundschaft wird vorläufig durch die Besatzungsmächte etwas aufgebessert. 1947 ist es schließlich so weit, dass der alte Salon [...] [1947] neu geöffnet werden kann.“ (Bönsch, 2002, S. 21)

Zu ihrem Kundenstock wurden, wie auch im Fall Adlmüllers, die Gattinnen wohlhabender Repräsentanten der Besatzungsmacht. Heimische Kundinnen durften – aufgrund der Materialknappheit – selbst Material mitbringen. (vgl. Bönsch, 2002, S. 46) Bereits Ende der 1950er Jahre waren bei Höchsmann ca. 50 Personen beschäftigt. Im Jahr 1966 erhielt Höchsmann den Staatspreis für Mode, der vom damaligen Bundesministerium für Handel- und Wiederaufbau verliehen wurde.

Vor allem die 1960er Jahre waren für Höchsmann ausgesprochen erfolgreiche Jahre. Bönsch führt dies darauf zurück, dass „die ‚Architektin‘ und ‚Puristin‘ der Wiener Haute Couture einen ihrer künstlerischen Höhepunkte in den konstruktiven Sechzigern erlebte“ (Bönsch, 2002, S. 48) und damit dem Zeitgeist entsprach. Bereits zu Ende der 1960er Jahre aber,

als die Konfektion Einzug hielt und es nicht mehr so viele Maßanfertigungen gab, blieben [bei Höchsmann] oft nur Kundinnen mit schwieriger Figur übrig (orthopädische Schneiderei) und treue Stammkundinnen, die sehr viel Wert auf exquisite Maßkleidung legten. (Bönsch, 2002, S. 137)

Höchsmann schloss ihren Salon im Jahr 1967, und damit deutlich früher als die nur sieben Jahre älteren Couturiers László Havas – er schloss Mitte der 1980er Jahre – oder Adlmüller, der bereits 1973 die Dependancen in München und Bad Gastein geschlossen hatte und 1985 einen Großteil seiner Firma an die Firma Palmers verkaufte.<sup>26</sup> (vgl. Frottier, 2009, S. 35f)

---

<sup>26</sup> Der Salon Adlmüller schloss erst im Jahr 2002. Adlmüller war 1989 gestorben.

Neben diesen bekanntesten Couturiers Wiens verzeichnet Ingrid Loschek für die Nachkriegszeit in ihrem Mode- und Kostümllexikon folgende Haute-Couture-Salons:

In Wien baute W.F. Adlmüller ein exklusives [Haute-Couture-Haus] auf, und Resi Hammerer begann mit [Haute Couture] im Trachten-Look. Farnhammer und Höchsmann blieben außerdem und neben anderen ein Begriff für die Wiener Mode. [Loschek, 2005, 254)

Im Abschnitt zu den 1950er Jahren des Ausstellungskatalogs mit dem Titel *Chic: Damenmode des 20. Jahrhunderts* findet sich folgender Eintrag: „Die führenden Couturesalons in Wien waren W.F. Adlmüller, Gertrud Höchsmann, Farnhammer und Faschingbauer.“ (Karner, 2003, S. 107). Im selben Ausstellungskatalog findet sich im Anhang eine umfassendere Liste wichtiger Wiener Modesalons, aus der an dieser Stelle folgende Salons wiedergegeben werden, die in den 1950er Jahren in Wien noch aktiv waren. Mit einer Angabe der Dauer des Bestehens sowie Anschriften werden bei Karner folgende Unternehmen genannt (vgl. Karner, 2003, S. 197):

- W.F. Adlmüller<sup>27</sup> (1951-1989, Kärntner Straße 15)
- Bohlinger & Huber (1839-1959, Tuchlauben 11)
- Emanuel Braun & Co (1892-2004<sup>28</sup>, Graben 8)
- Berta Farnhammer (1880-1975?<sup>29</sup>, Kärntner Straße 10)
- Franz Faschingbauer (1880-1980, Jasomirgottstraße 6)
- Gertrud Höchsmann (1927-1967, Mariahilfer Straße 1c)
- W. & A. Jonak (seit 1932, Trattnerhof 1)
- Wilhelm Jungmann & Neffe (seit 1894, Albrechtsplatz 3)
- Knize (seit 1858, Graben 13)
- P. C. Leschka (1923-1996, Graben 16)
- Herbert Schill<sup>30</sup> (1952-?<sup>31</sup>, Kohlmarkt 7)

---

<sup>27</sup> In der Auflistung findet sich auch Stone & Blyth (1896-1951, Kärntner Straße 41), für das Adlmüller gearbeitet hatte.

<sup>28</sup> Das Nobelkaufhaus (und ehemaliger Hoflieferant in Wien und Berlin) Braun & Co wurde Anfang des Jahres 2004 vom Palmers-Konzern geschlossen. (vgl. <http://derstandard.at/1862815/Nobelkaufhaus-Braun--Co-schenkt-Stadt-Wien-Gaestebuecher>, Zugriff 13.9. 2015)

<sup>29</sup> In der Auflistung bei Karner ist das Enddatum mit einem Fragezeichen versehen.

<sup>30</sup> Adlmüllers Lebensgefährtin Herbert Schill (1916-2000) leitete seit 1952 einen eigenen Haute-Couture-Salon am Kohlmarkt. (vgl. Frottier, 2009, S. 32) Eine im Rahmen der Arbeit interviewte Kundin von László Havas erinnert sich, dass sie auch

- Old Bond Street (1905-1975, Kärntner Straße 38)
- Zur englischen Flotte C. H. Berger (1907-1986, Kärntner Straße 36).

Auch Holzer bietet in dem Band zur Fotografin Elly Niebuhr ein Bild zur Welt der Haute Couture im Wien der Nachkriegszeit:

„Anfang der 1960er Jahre begann [Elly Niebuhr] regelmäßig Mode zu fotografieren. Sie arbeitete für die bekanntesten Wiener Salons der Haute Couture, zu denen die Firmen Adlmüller, Höchsmann, Faschingbauer, Farnhammer, Henrik [vor der Arisierung Grünbaum], **Havas** [m. H.] und Dobyhal gehörten, aber auch für teure Pelzhäuser wie Foggensteiner, Liska und andere. Diese noblen Geschäfte wandten sich an ein finanzkräftiges gehobenes Publikum, das sich teure Mode nach Maß leisten konnte. Die Firmen, die ihre Geschäfte stets in bester Innenstadtlage unterhielten, organisierten meist zweimal im Jahr Modeschauen und beschäftigten neben hauseigenen Designern und Schneidern auch eigene Vorführmodelle, die bereits erwähnten „Hausmannequins“. (Holzer, 2009, S. 56f)

Holzer setzt in der Folge die Blütezeit der Wiener Haute Couture für die Zeit der 1950er und 1960er Jahre an und führt den darauf folgenden Rückgang auf die Entstehung von Modehäusern und Boutiquen zurück:

In den 1970er Jahren geriet das kostenaufwendige Modell in die Krise. Wirtschaftswunder und Konsumboom ließen die Nachfrage nach erschwinglicher Kleidung radikal ansteigen. [...] Neben den großen Salons etablierten sich auch gediegene bis gehobene Modehäuser und Boutiquen wie etwa Haider-Petkov, Trixi Becker, Flamm, India Boutique u.a. In den 60er Jahren erhielten diese Konkurrenz von preiswerten (Textil-)Kaufhäusern wie etwa Färnkranz, Kleider Bauer, Tlapa, Matzner, Hermansky, Gerngross, Tivoli, Steffl, Stafa, Forum, Passage, Palmers, Gazelle und anderen. Mode nach Maß wurde durch Massenmode ersetzt, Konfektion trat an die Stelle von Einzelanfertigungen. Begriffe wie „Mode von der Stange“ und „Prêt-à-porter“ bürgerten sich nun ein. In den 1970er Jahren zeichnete sich bereits ab, dass die Tage der eleganten Salons gezählt waren. (Holzer, 2009, S. 58)

---

gerne bei Schill kaufte, da dieser nach ihren Angaben preisgünstigere Mode machte und die Schnitte von Adlmüller stammten. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

<sup>31</sup> In der Auflistung bei Karner ist das Enddatum mit einem Fragezeichen versehen.



Wenngleich diese Entwicklung stimmt, so ist doch darauf hinzuweisen, dass die Wiener Haute-Couture-Salons (zumindest teilweise) eine andere Klientel bedienten als die genannten Modehäuser und Boutiquen. Das weniger finanzkräftige Publikum hatte auch in den großen Zeiten der Wiener Haute Couture ohnehin nur indirekten Zugriff auf die Kollektionen der Couturiers:

In den fünfziger bis siebziger Jahren gab es parallel zu den exquisiten Couturesalons für Damen auch kleinere Schneidereien und die so genannten „Hausschneiderinnen“, wo sich die breite Masse einkleiden ließ. (Bönsch, 2002, S. 149)

Es besteht weitgehend Konsens darüber, dass die große Zeit der Wiener Haute Couture in den 70er Jahren zu Ende war. So merkt auch Brigitte Gutknecht, die Nichte von Gertrud Höchsmann, zum Auslaufen der Wiener Couture an:

Als Trude Höchsmann [1967] ihren Salon schloss, hat sie zweifellos eine richtige Entscheidung getroffen. Die Zeit der großen Modesalons neigte sich ihrem Ende zu, neue Entwicklungen bahnten sich an, mit denen sie nicht unbedingt konform ging. (Bönsch, 2002, S. 30)

Dies heißt aber keinesfalls, dass die bestehenden Haute-Couture-Salons zum Teil nicht wirtschaftlich erfolgreich weiter arbeiteten. Sie produzierten weiterhin für ihre mehr oder weniger gleichbleibende Stammkundschaft, während auch in Wien – wenn auch deutlich langsamer und zurückhaltender – ein gewisser Modepluralismus Einzug fand, den Loschek folgendermaßen zusammenfasst: „Folgten vor den 1960er Jahren Modestile chronologisch, stellen sich solche seither *synchron* dar.“ (Loschek, 2007, S. 165)

Neben diesem Angebot, das sich stilistisch diversifizierte und nicht zuletzt auch der aufkommenden Jugendkultur und einer Demokratisierung der Mode Rechnung trug, standen die Haute-Couture-Salons ebenso wie die französische und italienische Haute Couture Vorbild für die österreichische Modeentwicklung bis in die 1960er Jahre. Zugleich entwickelte sich aber auch in Österreich mit Ende der 1950er Jahre und vor allem ab den 1960er Jahren nach dem Vorbild der französischen Vorläufer ein neuer Geschäftstypus, die Boutique, welcher erst Accessoires (vgl. Dorner, 1988, S. 76), dann bald auch – neben der Haute

Couture – „individuelle Mode fernab der Konfektionsmode“ (Bönsch, 2002, S. 149) auf den Markt brachte.

Unabhängig von den verschiedenen Kundensegmenten brachte dies eine deutliche Veränderung in der Rezeption der Wiener Haute Couture durch die österreichische Öffentlichkeit mit sich, wie sie vor allem auch in der Presse mitbestimmt war. Hatte man dort bis Mitte der 1950er Jahre noch regelmäßig die Kollektionen der Wiener Haute Couture (neben der Pariser und der italienischen Haute Couture) als modisches Vorbild für den österreichischen Modegeschmack zitiert, so verlagerte sich die Aufmerksamkeit deutlich auf

eben diese Boutiquen. Dieser Wandel wurde in der österreichischen Presse nicht nur vollzogen, sondern auch kommentiert. So schreibt die *Große Österreich Illustrierte* in einem Beitrag zu Modellen der Boutique Anabelle aus dem Jahr 1958:

Die Rolle der Kellertheater in der Kunst übernehmen in der Mode mehr und mehr die Boutiquen. Sie haben noch Mut zu verrückten Modellen, während die Arrivierten ihre Einfälle doch schon mehr auf den Geschmack von „Frau Direktor“ abstimmen. Wer Exotisches sucht, der bediene sich hier! (Große Österreich Illustrierte, 12/1958, 22.3. 1958)

Neben dem stilistischen Vorteil der Boutique-Mode wird auch ein weiterer Aspekt hervorgehoben, der diese Mode von den Kollektionen der Haute Couture unterscheidet, da sich die Rezeption letzterer in der Presse zumeist um die Termine der Präsentation der Kollektionen verteilt hatte:

Wenn die winterliche Luft schon stark nach Frühling riecht und die Spitzen der Knopsen immer fetter glänzen, dann sprießen die neuen Frühjahrs-Kleiderblumen schon in voller Pracht und verlassen bereits fix und fertig jene Modetreibhäuser, die sich Boutique nennen. Sie waren – wie immer – früher fertig als die Haute couture [sic]. (Große Österreich Illustrierte, 10/1959, 7.3.1959)



Abb 1: Große Österreich Illustrierte, 12/1958

Der Prestigezuwachs der Boutiquen im Gegensatz zur Haute Couture findet sich, ebenfalls in der *Großen Österreich Illustrierten*, in deren Modebeiträgen Boutiquen einen prominenten Platz einnehmen, wie folgt beschrieben:

Die kleine Schwester der Haute Couture mausert sich heraus, man kann schon fast von einer „Haute Boutique“ sprechen. Erstaunlich, daß zu den bereits erfolgreichen „modischen Delikatessengeschäften“ immer wieder neue Tankstellen des Geschmacks hinzukommen [...]. (Große Österreich Illustrierte, 1961/11, 11.3.1961)

Neben den Boutiquen, die das österreichische Modebild bereicherten, spielte die Haute Couture aber weiterhin – wenn auch für ein kleineres Kundensegment – eine Rolle. Dass es auch zu Ende der 1950er Jahre möglich war, mit Haute Couture den österreichischen Modesektor auf gehobener Ebene zu erobern, hat László Havas bewiesen, dem das darauffolgende Kapitel der Arbeit gewidmet ist.

## **3 László Havas – „Der Dior von Budapest“**

### **3.1 Quelleninfo**

Die Quellenlage zu László Havas ist als spärlich zu bezeichnen. Aus seinem Besitz sind gerade noch eine kleine Schachtel mit Fotos sowie ein Adressbuch der letzten Jahre erhalten. Dieser Nachlass wurde der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst am 28. November 2014 von Frau Helga Blessl, einer langjährigen Mitarbeiterin von László Havas, als Schenkung übergeben, zusammen mit einigen Kreationen von László Havas, die sich in ihrem Privatbesitz befanden.

#### **3.1.1 Zeitzeugen**

Für den zweiten Teil der vorliegenden Arbeit musste also als weitgehend einzige Möglichkeit auf Zeitzeugen zurückgegriffen werden:

Durch zeithistorische Quellen in Form von Oral-History-Interviews [konnten] so Forschungslücken gefüllt [werden], die mit herkömmlichen Quellen (Archivmaterialien, Zeitungsartikel, Tagebücher, Briefe, usw.) nicht oder nur in einem unbefriedigenden Ausmaß beantwortet werden [konnten]. (Egger, 2013, S. 29)

Die Interviews sind damit nicht nur Quelle, sondern auch Methode, wobei für die vorliegende Arbeit darauf hingewiesen werden muss, dass vor allem die Funktion als Quelle im Vordergrund stand. Da das Thema und der Zeitraum, zu dem die Befragungen durchgeführt wurden, schon weit zurück liegen und viele Zeitzeugen schon verstorben sind, musste auf die wenigen Direktzeugen zurückgegriffen werden, von denen – innerhalb des für die Arbeit festgelegten zeitlichen Rahmens – Kontaktdaten ausfindig gemacht werden konnten bzw. die sich bereit erklärten, ein Interview zu geben. Die Auswahl der Interviewten erfolgte daher – um auf die Ausführungen bei Egger zur Oral-History-Forschung (vgl. 2013, S. 28ff) zurückzugreifen – nur bedingt systematisch (i. S. einer Auswahl mit zuvor festgelegtem Ablaufplan) bzw. strukturiert (i. S. einer zuvor konzipierten Einstiegsfrage).

Die Arbeit versteht sich dennoch als Beitrag zur „Geschichte von unten“ zu einem klar abgegrenzten Forschungsbereich. Dass dabei die Erzählungen der Interviewten nicht unbedingt die Welt abbilden, wie sie war, sondern auf dem Hintergrund von Erwartungen, Erfahrungen und Bedürfnissen basieren, wurde ebenso berücksichtigt bzw. hingenommen wie die Tatsache, dass der Zeitzeugenbegriff ein Konstrukt der Wissenschaft ist und der Begriff Zeuge „nicht darüber hinwegtäuschen [darf], dass damit ein – zu hinterfragender – Wahrheitsanspruch verbunden werden kann.“ (Egger, 2013, S. 45)

Fakten oder Daten aus Interviews wurden, soweit möglich, überprüft und belegt.

Eine Transkription der geführten Interviews ist nicht in der Arbeit enthalten. Dass Oral History als Methode die Möglichkeit bietet, nicht nur Informationen zu einem Teilbereich der Vergangenheit zu erlangen, sondern auch „Menschen und deren Biografien im Laufe der Geschichte“ (Egger, 2013, S. 37) wahrzunehmen, wurde in der vorliegenden Arbeit bewusst produktiv gemacht. Der Individualität der Interviewten wurde in Form von Direktziten aus den geführten Interviews bewusst Rechnung getragen. Der Gesprächsverlauf und die Selbstdarstellung der Befragten konnten zuzüglich zum rein faktenbezogenen Ergebnis als Teil der Arbeit integriert werden, was zum Teil auch die Einbindung anekdotischer Elemente ermöglichte, die in der Lage sind, das Bild über Daten und Fakten hinaus zu vervollständigen:

Was die Person zur Sache sagt, wie sie es sagt und wie sie sich zum Gesagten verhält: Im Interview verschmelzen diese Elemente zu einem *informativen Gesamtbild*. So liegt der *Informationswert* eines Interviews nur ausnahmsweise im mitgeteilten Wissen der interviewten Person. Meistens besteht er in der [...] Kombination von Person und Thema. (Haller, 1997, S. 142)

Als eine der Hauptquellen für das Kapitel zu László Havas stellte sich Frau Helga Blessl zur Verfügung. Sie ist es auch, die der Kostüm- und Modesammlung der Universität für Angewandte Kunst die kleine Schachtel mit Fotomaterial und anderen Dokumenten sowie einige Kleidungsstücke übergeben hat. Mit Frau Helga Blessl führte ich einige Gespräche und Interviews. Diese sind im Quellennachweis gelistet. Im Rahmen der Arbeit wird

bei Zitaten aus den mit Frau Blessl geführten Interviews auf eine Nennung des jeweiligen Telefonats/Interviews verzichtet; stattdessen lautet der Verweis wie folgt: (*Interview Fr. Blessl*). Die Audiomitschnitte der Interviews befinden sich im Besitz der Verfasserin, ebenso die Protokolle zu den Telefongesprächen.

Bis zu ihrem beruflichen Wechsel zu László Havas hatte Helga Blessl als Hausmannequin für Gertrud Höchsmann gearbeitet und dabei auch Bürotätigkeiten übernommen; Gertrud Höchsmann hatte sich von Frau Blessls Zeugnis auf der Handelsschule beeindruckt gezeigt. Im März 1962 begann Helga Blessl als Hausmannequin für László Havas zu arbeiten und übernahm auch von Beginn an – wie für Hausmannequins zu dieser Zeit üblich – administrative Tätigkeiten. Nur wenige Monate später übernahm sie die Geschäftsführung. Für die Dauer des Bestehens von *Havas Haute Couture* war sie nicht nur als rechte Hand von László Havas in geschäftlichen Dingen, sondern auch weiterhin als Hausmannequin im Einsatz. Auch nach der Pensionierung, ja bis zu Havas' Tod blieben die beiden in Kontakt – und dabei stets per Sie.

### **3.1.2 Sammlungen**

Die von Helga Blessl am 28.11. 2014 an die Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst erfolgte Schenkung umfasst, wie bereits erwähnt, eine kleine Kiste mit Fotomaterial, ein Adressbüchlein der letzten Jahre (inkl. Visitenkarten) und einige wenige Dokumente.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden das Bildmaterial sowie die Dokumente aus dem Nachlass gescannt. Diese Scans wurden der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst zur Verfügung gestellt. Ein Teil des vorhandenen Bildmaterials wurde in den Textverlauf eingegliedert.

Von László Havas gibt es bis zur Abgabe der vorliegenden Arbeit ausschließlich in der Kostüm- und Modesammlung der Universität für

angewandte Kunst Sammlungsstücke. Mit Januar 2016 befinden sich in der Sammlung vierzehn Kleidungsstücke.

In der Modesammlung der Wien Museums finden sich keine Objekte oder Modelle von László Havas.<sup>32</sup>

### 3.1.3 Presse

Als Quelle zum Thema Mode und Haute Couture in Wien und Österreich bieten sich auch Printmedien an:

Jene Katalysatoren, die im Modeablauf eine wichtige, unersetzbare Rolle spielen, sind nicht nur Modeschauen, sondern vor allem die gedruckten Modeinformationen, wie sie in Modezeitschriften, Gesellschafts- und Kulturmagazinen sowie den Modekolumnen der jeweiligen Tageszeitungen zu finden sind. (Buxbaum, 1986, S. 107)<sup>33</sup>

Will man Printmedien als Quelle für die Arbeit zu László Havas verwenden, so sind zweierlei Dinge zu beachten:

Zum einen ist zu berücksichtigen, dass László Havas im Zuge des Ungarnaufstands nach Österreich kam und die österreichische Bildpresse sich in der Nachkriegszeit in einer ernsten Krise befand:

Unmittelbar nach dem Krieg und bis in die 1950er Jahre gab es eine ganze Reihe von Illustrierten und Magazinen, die Platz für Modethemen reservierten. Zwischen Mitte der 1950er und Mitte der 1960er Jahre wurden diese Zeitschriften nach und nach eingestellt. [...] Nach dem Abzug der Alliierten und der Ausrufung der Neutralität (1955) öffnete sich das Land politisch und wirtschaftlich hin zu seinen westlichen Nachbarn, insbesondere die Bundesrepublik Deutschland. [...] Die bundesdeutschen Illustrierten die gezielt neue Absatzmärkte erschlossen, konnten ab Mitte der 1950er Jahre in Österreich enorme Zuwachsraten erzielen. Mittels aufwendiger Werbekampagnen und eigens gegründeter „Österreich-Ausgaben“ begann ein harter Verdrängungswettbewerb. (Holzer, 2009, S. 48)

---

<sup>32</sup> laut schriftlicher Mitteilung von Dr. Regina Karner vom 5. September 2015

<sup>33</sup> Einen interessanten geschichtlichen Abriss zur Entstehung und Entwicklung gedruckter Modeinformationen in Österreich bietet Buxbaum in ihrem Band *Mode aus Wien. 1815-1938*. (vgl. Buxbaum, 1986, S. 107-120)

Bereits in den 1960er Jahren wurden innerhalb weniger Jahre alle österreichischen Fotoillustrierten eingestellt bzw. gingen in bundesdeutschen Zeitschriften auf. Dies wirkte sich auch eindeutig auf die Repräsentation der österreichischen Haute Couture in eben diesen Fotoillustrierten aus.

Die *Wiener Bilderwoche*, die seit 1945 erschien, wurde 1960 eingestellt. Damit ging eine wertvolle Pressequelle zum Thema Haute Couture in Österreich verloren. In der *Wiener Bilderwoche* hatte Margret Wenzel-Jelinek (Margret Dieberger) regelmäßig über die bekannten Couturiers in Wien und deren Frühjahrs- und Sommerkollektionen berichtet. Im Zeitraum von 1957 (also dem Jahr, als László Havas nach Österreich kam) bis 1960 erschienen im wöchentlich inkludierten einseitigen Abschnitt mit dem Titel *Mode-Kosmetik-Haushalt* neben anderen modespezifischen Themen und Beiträgen zur Pariser Modewelt folgende Beiträge zu den Modeschauen der Frühlings- und Herbstkollektionen der bekanntesten Wiener Haute-Couture-Häuser:

- 42/1957<sup>34</sup> (19.10.1957) ein Beitrag zu **Havas**
- 10/1958 (8.3.1958) ein Beitrag zu Adlmüller, Faschingbauer, Farnhammer und Höchsmann mit dem Titel „Das ist der Frühling in Wien“
- 38/1958 (20.9.1958) ein Beitrag mit dem Titel „Wiener Herbstparade“ mit Modellen von Farnhammer, Faschingbauer, Höchsmann, **Havas** und Adlmüller
- 12/1959 (21.3.1959) ein Beitrag zu Farnhammer, Faschingbauer, **Havas**, Höchsmann und Adlmüller mit dem Titel „Wiener GustostückerIn“
- 39/1959 (26.9.1959) der Beitrag mit dem Titel „Die elegante Wienerin“ mit Modellen von **Havas**, Faschingbauer, Farnhammer, Henrik, Höchsmann und Adlmüller
- 14/1960 (2.1.1960) ein Beitrag zum Modellhaus Dobyhal
- 12/1960 (19.3.1960) ein Beitrag zu „Haute Couture: Kleider in Wien“ mit Modellen aus den Kollektionen von Farnhammer, Faschingbauer, Adlmüller, Höchsmann, **Havas**, Dobyhal und der bekannten Hutmacherin Adele List

---

<sup>34</sup> *Wiener Bilderwoche*. Wien: Sozialistischer Verl., 1957-1960. (gesamter Erscheinungszeitraum: 1945-1960)



An einem weiteren Beispiel, der *Österreich-Illustrierten*, lässt sich ebenfalls verdeutlichen, in welchem Ausmaß sich die Veränderungen im Bereich der Fotoillustrierten in Österreich auf die Auseinandersetzung mit der Haute Couture über die Bildpresse auswirkte. Das Bildmagazin erschien unter dem Titel *Die Große Österreich-Illustrierte* ab 1949, dann ab 1963, als sie in einer bundesdeutschen Zeitschrift aufging, unter dem Titel *Bunte Österreich Illustrierte* und ab 1970 als *Bunte Österreich*. (vgl. Österreichs Presse Werbung Grafik, 1956-1984). In der Folge sind die Beiträge zur österreichischen Mode und Haute Couture ab 1957 bis 1963 aufgelistet:

- 9/1957 (9.3.1957) ein Beitrag mit Modellen von Adlmüller, Faschingbauer, Henrik und Höchsmann
- 34/1957 (24.8.1957) mit Modellen aus der Adlmüller-Kollektion mit dem Titel „Mode Ahoi! Ein Donaudampfer als Laufsteg für Adlmüller-Modelle“
- 36/1957 (7.9.1957) mit Modellen für Adlmüller, Höchsmann, Farnhammer, Faschingbauer in einem Beitrag mit dem Titel „Wiener Mode 1957/58)“
- 1/1958 (4.1.1958) mit Faschingbauer unter dem Titel „Für die rauschende Ballnacht“
- 10/1958 (8.3.1958), „Impressionen im März“ mit Adlmüller, Faschingbauer, Höchsmann, List (Hüte)
- 11/1958 (15.3.1958) ein Beitrag mit Modellen von Adlmüller
- 18/1958 (3.5.1958) ein Beitrag mit Modellen von Farnhammer und Hüten von Görgely [sic], der Hutmacherin, von der **Havas** seine Hüte für die Kollektionen bezog
- 36/1958 (6.9.1958) ein „Erster Blick hinter die Paravents führender Wiener Modellhäuser“ mit Farnhammer, Faschingbauer, Adlmüller, Höchsmann und List
- 4/1959 (24.1.1959) ein Beitrag über Wiener Haute Couture von Adlmüller, Faschingbauer und Farnhammer
- 11/1959 (14.3.) ein Beitrag mit dem Titel „Mode-Knospen aus Wien“ mit Modellen von Höchsmann, Faschingbauer, Farnhammer, Adlmüller und **Havas**
- 25/1959 (20.6.1959) Modelle von Adlmüller, Henrik und Höchsmann
- 35/1959 (29.8.1958) Modelle von Faschingbauer

- 38/1959 ein Modesonderheft mit 40 Seiten, in dem auch Mode von **Havas** gezeigt wird
- 40/1959 (3.10.1958) ein Beitrag zum internationalen Baumwollkongress mit Modellen von Höchsmann, Adlmüller und Faschingbauer
- 48/1959 (28.11.1958) ein Beitrag zu Filmausstattung für Senta Berger von Faschingbauer
- 2/1960 (9.1.1960) unter dem Titel „Meisterwerke der Haute Couture für den Gala-Ball“ Modelle von Farnhammer, Faschingbauer und Adlmüller
- 10/1960 (5.3.1960) u.a. Farnhammer
- 12/1960 (19.3.1960) unter dem Titel „Wiens Haute Couture präsentiert: Modeblumen, sie im März erblühen“ Modelle von Faschingbauer (Hüte: Fleur), Farnhammer (Hüte: Gergely), Henrik (Hut: Roberta), Farnhammer (Hüte: Gergely) und Adlmüller
- 13/1960 (26.3.1960) u.a. Modelle von Farnhammer und Henrik
- 15/1960 (9.4.1960) ein Sonderheft mit dem Titel „Mode Frühling Sommer 1960) mit (u.a.) Adlmüller, Farnhammer, Faschingbauer
- 38/1960 (24.9.1960) im Mode-Sonderheft „Saison 1960/61“ u.a. Faschingbauer und Farnhammer
- 1/1961 (1.1.1961) ein Beitrag mit dem Titel „Haus der Wiener Haute couture“ mit Faschingbauer
- 12/1961 (18.3.1960) in einem Beitrag mit dem Titel „Streifzug durch Wiens Haute Couture“ Modelle von **Havas, Kalmar & Co** [sic], Adlmüller, Farnhammer, Höchsmann, Henrik und Faschingbauer
- 14/1961 (1.4.1960) unter dem Titel „Geschmack und Kultur aus Wien: Haute Couture“ u.a. Modelle von **Havas & Kalmar** [sic] und Höchsmann
- 33/1960 (12.8.1960) ein Beitrag mit Abendkleidern von Farnhammer und Adlmüller



Abb. 2: Havas, Kálmar & Co (u.a.) in der Großen Österreich Illustrierten, 12/1961, 18.3.1961

- 37/1960 (9.9.1960) Modelle von Faschingbauer, Adlmüller, Henrik und Farnhammer in einem Beitrag mit dem Titel „Modejournal à la Vienna. Wiens Haute Couture präsentiert ihre Schätze“
- 43/1960 (21.10.1960) im Moden-Sonderheft u.a. ein Beitrag zur „Variationen der Haute Couture“ mit Modellen von Farnhammer, Faschingbauer und Adlmüller

Nach einem Wechsel des Fotografen bzw. der Journalisten folgten im Jahr 1962 deutlich weniger Artikel über Mode. Auch die österreichische Haute Couture verschwand damit weitgehend aus den Berichten – im Jahr 1962 wurde sie nur ein einziges Mal erwähnt:

- 15/1962 (7.4.1962) unter dem Titel „Wiens Haute Couture präsentiert: Mode mit Ideen“ u.a. Modelle von Höchsmann, Faschingbauer, Adlmüller und Farnhammer

Mit der Umwandlung in die *(Bunte) Österreich Illustrierte* änderten sich nicht nur das Design und das Konzept, auch die Erscheinungsfrequenz wurde auf alle zwei Wochen gesenkt. Die Auswirkung auf das Vorhandensein österreichischer Mode und Haute Couture durch die Übernahme zeigte sich deutlich. Im Jahr 1964 gab es keinen einzigen Artikel zum Thema Haute Couture in Österreich, ebenso wenig zum Modegewerbe in Österreich im Allgemeinen. Die österreichische Mode wurde durch die bundesdeutsche abgelöst.

Aus den Auflistungen oben geht hervor, dass Havas – erst als Neuankömmling, dann als Außenseiter – nicht gleich stark in der Presse vertreten war wie die arrivierten Namen der Wiener Haute Couture.

Neben der Tatsache, dass die österreichische Bildillustrierte von der Bildfläche zu verschwinden begann, als der Couturier László Havas Österreich bzw. Wiener Mode- und Haute-Couture-Interessierte eroberte, ist für die vorliegende Arbeit dabei der Umstand zu berücksichtigen, dass sich László Havas schon früh entschied, auf die Presse als Marketing-Strategie für seinen Modesalon *Havas Haute Couture* zu verzichten. Presse als zeithistorische Quelle für die Relevanz des Haute-Couture-Salons von László Havas ist daher nur bedingt nützlich. Dies wird im Abschnitt zu *Havas Haute Couture* in der Presse genauer ausgeführt.

### 3.2 Biografie

László Havas wurde am 5. März 1909 als Sohn von Ilona Weiskopf und Simon Havas in Budapest geboren. Die Geburtsurkunde (wohl ein Duplikat, datiert auf 1960) befindet sich in der Kostüm- und Modesammlung der Universität für Angewandte Kunst (Inv.-Nr. LH 2).

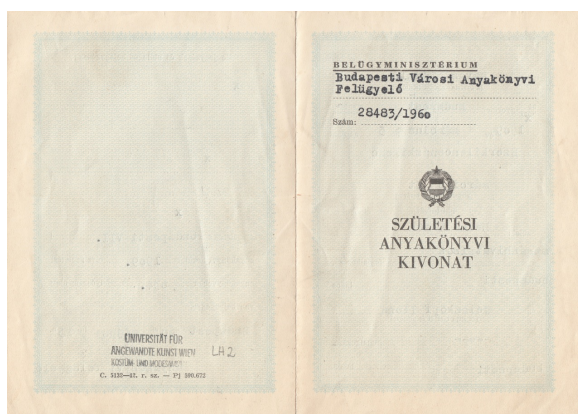


Abb. 3: Duplikat der Geburtsurkunde



Abb. 4: Duplikat der Geburtsurkunde (innen)

László Havas wurde in Ungarn zum Schneider ausgebildet, wobei für die vorliegende Arbeit nicht eruiert werden konnte, ob er zum Damen- und auch

zum Herrensneider ausgebildet wurde – sicher aber zum Damenschneider, wie es aus den Geschäftsakten seines Salons hervorgeht.<sup>35</sup>

Bevor László Havas einen eigenen Salon in Budapest öffnete, war er nach Angaben von Frau Helga Blessl nicht in einem anderen Salon tätig. Frau Blessl erinnert sich:

Er hat dort einen reichen Onkel gehabt, der hat in Ungarn Zuckerfabriken gehabt. Und dadurch hat er eigentlich, in der schönsten Straße in Ungarn, der Váci Utca ... dort hat er diesen Salon im Stock gehabt. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Das Jahr der Eröffnung des Salons in einer der bekanntesten Einkaufsstraßen von Budapest war Frau Blessl nicht bekannt.

Die politischen Umbrüche in Ungarn sollten sich auch auf László Havas' Leben drastisch auswirken. Nach der Machtergreifung der Kommunisten 1947/48 in Ungarn wurde die Freiheit von Unternehmen durch umfassende Verstaatlichungen aufgehoben (wie auch die Landwirtschaft einer sog. Kollektivierung unterzogen wurde). Bürgerliche Freiheitsrechte wurden noch stärker als bisher eingegrenzt und schließlich ganz abgeschafft (vgl. Zachar, in Schmidl, 2003, S. 53):

In kurzer Zeit wurde Ungarn mit den Worten des führenden Kommunisten József Révai ein Polizeistaat. In den Jahren bis 1956 wurden jährlich bis zu 282.108 Menschen verhaftet, bis zu 129.138 wurden zu Gefängnisstrafen, Internierung oder Zwangsarbeit verurteilt – bei einer Bevölkerung von neuneinhalb Millionen! (Zachar, in Schmidl, 2003, S. 47)

Vor seiner Flucht nach Österreich, und nachdem man ihm seinen Salon in Budapest genommen und verstaatlicht hatte, musste auch László Havas Zwangsarbeit leisten - ganze drei Jahre in einem Steinbruch. „Dann von dort eben hat sich dann ein Fluchtweg ... mit viel Geld ... ergeben, [...] nach Wien.“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

---

<sup>35</sup> vgl. WStLA, Handelsgericht, A 47: 17694 HRA. Für die vorliegende Arbeit konnte die Zeit, die László Havas in Ungarn verbrachte, aufgrund der Rahmenbedingungen nicht vor Ort recherchiert werden. Um ein vollständigeres Bild zur Biografie von László Havas vorlegen zu können, wäre dies notwendig und wünschenswert.

Der Salon war zu diesem Zeitpunkt nicht mehr in Havas' Besitz. Die Kommunisten hatten ihn vor die Wahl gestellt, das Geschäft weiter zu führen, wobei dieses verstaatlicht würde und er als Angestellter, möglicherweise als Geschäftsführer tätig sein dürfe. Havas hatte es abgelehnt, den Betrieb unter diesen Bedingungen als Angestellter weiterzuführen.

Daraufhin wurde sein Salon von Klára Rothschild übernommen. Sie hatte den anderen Weg gewählt und die Geschäftsführung ihres eigenen Betriebs übernommen, der ebenfalls verstaatlicht wurde:

Klára Rothschild, seit 1934 Besitzerin des Salons Clara in der Váci Utca, Budapests exklusivster Einkaufsstraße, konnte ihr Geschäft nach der Verstaatlichung weiterführen, nicht zuletzt, weil es unter den Ehefrauen von Parteiführern so beliebt war. Rothschild verfolgte die Pariser Mode und passte sie dem Budapester Geschmack an. Wegen ihrer guten Beziehungen durfte sie sogar nach Paris reisen, um bei den französischen Neuheiten auf dem Laufenden zu bleiben. (Applebaum, 2012, S. 283)

Klára Rothschild konnte also nicht nur ihr eigenes Geschäft weiterführen und avancierte zu einem der bekanntesten Modesalons in Budapest. Sie übernahm auch die Leitung des verstaatlichten Salons von László Havas und konnte so noch expandieren<sup>36</sup>.

Zwischen Klára Rothschild und László Havas bestand auch noch Kontakt, als Havas bereits in Österreich tätig war. Havas besuchte sie bei seinen Aufenthalten in Budapest. Frau Blessl erinnert sich, dass ihn diese Besuche immer sehr traurig stimmten:

Also, wie er zurückgekommen ist, hab ich gesagt: ‚Havas‘, sag ich, ‚bitte fahren Sie nimmer hin‘, weil es nimmt ihn so herunter, dass er ... Natürlich, er sagt: Das hat mir gehört. Und jetzt sitzt da drinnen die kommunistische Frau Klára Rothschild [...]. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

---

<sup>36</sup> Frau Blessl erfuhr von László Havas kein genaues Datum. Es ist aber bekannt, dass Klára Rothschild im Jahr 1953 ihren Salon in der Váci utca Nr. 17. eröffnete und ihn einige Zeit danach um ein paar Hausnummern verlegte. (vgl. [http://mult-kor.hu/20040913\\_rotschild\\_klara\\_divattervezo\\_ongyilkos\\_lesz](http://mult-kor.hu/20040913_rotschild_klara_divattervezo_ongyilkos_lesz) (Zugriff: 7.12.2015). Es kann also durchaus sein, dass dieser Umzug mit dem Salon von László Havas in Verbindung steht. Dies wurde für die vorliegende Arbeit nicht überprüft.

Als László Havas im Jahr 1956 – gemeinsam mit Herrn Krager, der die Flucht finanzierte und die Fluchthelfer bezahlte – nach Wien flüchtete, kam er ohne Familie. Seine Eltern waren bereits verstorben. Havas hat Geschwister nie erwähnt. Frau Blessl erinnert sich, dass Havas später einmal Besuch von einem in Zürich wohnhaften Cousin erhielt. Kontaktdaten dieses Cousins sind nicht verfügbar. Andere Familienangehörige waren Frau Blessl nicht bekannt, bzw. hatte sich László Havas vor ihr nicht zu diesen geäußert. Nach Havas' Ankunft in Wien bestand weiter enger Kontakt zu Herrn Krager:

Nur eben diesen Onkel, den Herrn Krager, mit dem ist er ja geflüchtet, und der war dann mit ihm hier. Und den hat er betreut, bis der Herr Krager dann verstorben war. [...] Also das war kein richtiger Onkel. Der hat also diese Fabriken gehabt da unten. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Frau Blessl erinnert sich, dass László Havas Erinnerungen an die Budapester Zeit mit Traurigkeit erfüllten; zu viel hatte er verloren. Bei einem Besuch in Budapest zeigte Havas Frau Blessl sein ehemaliges Haus, das ein wenig außerhalb der Stadt lag. Frau Blessl erinnert sich an ein Haus mit Arkadengängen:

Wirklich gut gemacht und schön, wunderschön [...], mit der riesen Grundfläche da, da hat man gar kein Ende gesehen, wo der Grund [...] endet. (Interview Fr. Blessl, 12.11. 2015)

Auch ein Sommerhaus am Plattensee verlor Havas. Meist fuhr László Havas nicht öfter als ein Mal im Jahr nach Budapest, um dort Freunde zu besuchen.

Nach der Flucht nach Wien eröffnete Havas bald seinen ersten Salon. Dies tat er allerdings nicht allein. Der Salon eröffnete unter dem Namen *Havas, Kalmar & Co* und wurde am 15. September 1957 beim Handelsgericht Wien als offene Handelsgesellschaft eingetragen.

Als Betriebsgegenstand wurde die „Erzeugung feiner Damenmoden“ (WStLA, Handelsgericht, A 47: 15801 HRA) angegeben.



Abb. 5: László Havas (Jahr unbekannt)



Der erste Kundenkreis waren, wie es László Havas Frau Blessl erzählt hatte, größtenteils Ungarinnen, die ebenfalls nach Österreich geflohen waren und ihn als Couturier bereits kannten. Dies bot Havas überhaupt erst die Möglichkeit, auch in Wien als Couturier Fuß zu fassen, wo die anderen großen Namen ja schon deutlich länger bekannt waren. Sein Bekanntheitsgrad sollte dann aber rasch steigen.

Frau Blessl erinnert sich, dass Havas 1963 in Wien bereits sehr bekannt war. Der modeinteressierten und kaufkräftigen Wiener Gesellschaft blieb das Auftauchen von László Havas als Anbieter von Haute Couture keinesfalls verborgen:

Sehr schnell hat sich das herumgesprochen, und [die] jüngere Generation von Wienerinnen, die [...] gern gut angezogen waren, aber Adlmüller auch vielleicht ein bissl steif oder altmodisch oder altvaterisch fanden, die sind übergelaufen [...] zu Havas, und der hat [...] eine schicke, moderne und etwas preisgünstigere Kollektion [...] präsentiert.  
(Interview Frau H., 11.12. 2015)



**Abb. 6: Havas erobert Wien (Wiener Bilderwoche, 42/1957, 19.10.1957)**

Havas konnte auf seine ungarische Klientel zählen, die dem ungarischen Couturier die Treue hielt. Das Publikum der ersten Jahre bestand dann auch zum Großteil aus Ungarinnen, wie auch in einem Pressebericht der Wiener Bilderwoche aus dem Jahr 1957 betont wird (Wiener Bilderwoche, 42/1957, 19.10.1957)

Zugleich gelang es Havas, sich aufgrund seines spezifischen Stils schnell auch in Wien als gefragter Couturier positionieren:

Er hat schon gewusst, dass er einen frischen Wind hereinbringt, und jüngere, jugendlichere Kleidung [macht] – also das von Adlmüller war so ein bisserl schwer oder schwerfällig, mit viel Stickerei, Handstickerei [...].



Und seine Sachen waren halt luftiger und lustiger und mit mehr Schwung [...]. (Frau H., 11.12. 2015)

Als Gesellschafter von *Havas, Kalmar & Co* wurden im Firmenbuch Ladislaus Havas als Schneider, Eva Kalmar als Schneiderin und Robert Werdenich als Schneidermeister eingetragen. László Havas unterzeichnete die Dokumente mit dem Namen Ladislaus, nicht mit seinem ungarischen Vornamen László.

Der Salon, der von Havas als klein beschrieben worden war und laut seinen Kommentaren gegenüber Frau Blessl über eine „Miniwerkstätte“ verfügte, befand sich am Kohlmarkt 2 im ersten Wiener Gemeindebezirk, im obersten Stockwerk. Der Betriebsumfang laut Akten umfasste zum Zeitpunkt der Eintragung die drei Gesellschafter und fünf Facharbeiterinnen. Die Räumlichkeiten setzten sich aus einer Werkstätte, einem Büro, einem Salon und Nebenräumen im Ausmaß von ca. 120 m<sup>2</sup> zusammen. In den Dokumenten der Kammer für gewerbliche Wirtschaft steht darüber hinaus vermerkt: „Eine Nähmaschine sowie eine Schreibmaschine sind vorhanden.“ (WStLA, Handelsgericht, A47: 15801 HRA) Das Geschäftskapital wurde mit Schilling 20.000,- verzeichnet.

Die Eröffnung des ersten Salons, *Havas, Kalmar & Co*, war nur dank eines Kredits möglich gewesen. Frau Blessl erinnert sich: Sowohl das Ehepaar Kalmár finanzierte, als auch die Bank: „Der Co war die Bank [...], die da finanziert hat [...]“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015). Die Kreditvergabe funktionierte, so Frau Blessl, indem sich die Bank Kahane<sup>37</sup> in Form des „Co“ mit am Geschäft beteiligte. Sobald Havas selbst einen Salon eröffnen konnte,

---

<sup>37</sup> Frau Blessl dürfte damit die Bank Gutmann AG gemeint haben. Das 1922 gegründete Bankhaus war im Rahmen der NS-Maßnahmen zusammen mit dem restlichen Gutmannkonzern liquidiert worden. Als das Bankhaus Gebrüder Gutmann 1945 auf Rückstellung klagte, zeigte sich, dass die Konzession noch aufrecht geblieben war; aber auch noch 1950 hatte die Bank den Betrieb noch nicht aufgenommen. 1957 übernahm Karl Kahane das Bankhaus als persönlich haftender Gesellschafter, die bisherigen Gesellschafter schieden aus. (vgl. Melichar, 2004, S. 292f) Bei einer telefonische Anfrage am 3. Dezember 2015 beim Bankhaus Gutmann wurde die Information erteilt, dass Informationen nicht ausgegeben werden dürfen.

wurde die Geschäftspartnerschaft mit dem Ehepaar Kalmár beendet. Diese waren am Geschäft ausschließlich finanziell beteiligt gewesen, und László Havas allein war für den kreativen Teil zuständig. „Er war der Künstler“, betont Frau Blessl in einem Interview (Interview Fr. Blessl, 12.11. 2015). Als Frau Blessl in das Unternehmen *Havas Haute Couture* eintrat, bestand kein geschäftlicher (und auch kein persönlicher) Kontakt mehr zum Ehepaar Kalmár.

Am 30. Oktober 1962 erlosch das Unternehmen *Havas, Kalmar & Co* (und war am 31. Juli 1962 zur Löschung angemeldet worden). (vgl. WStLA, Handelsgericht, A 47: 15801 HRA)

Für die Eröffnung des neuen Salons in der Liliengasse 1 im ersten Wiener Gemeindebezirk wurde László Havas von einer anderen Bank ein Kredit gewährt. Der Name der Bank war Frau Blessl nicht mehr in Erinnerung. Der Kredit wurde über Jahre beglichen. Dazu hatte man folgende, aus heutiger Sicht durchaus kuriose Vereinbarung getroffen: Die Mutter des Bankbesitzers wurde zwei Mal pro Jahr, über einige Jahre hinweg, komplett eingekleidet. Auf diese Weise wurde der Kreditbetrag abbezahlt. Über die Dauer des Kredits fügt Fr. Blessl hinzu:

Weil ich einmal gesagt hab ... zum Havas sag ich: ‚Na hoffentlich erleben wir das noch, wenn wir da fertig sind.‘ [lacht] Es ist sich ausgegangen, es ist sich gut ausgegangen. Naja, ein paar Jahre hat es schon gedauert. (Interview Fr. Blessl, 12.11. 2015)

Der Kredit bot Havas die Möglichkeit, den Salon zu eröffnen, dessen Räumlichkeiten sich nach Angaben von Fr. Blessl über die Singerstraße und um die Ecke bis in die Liliengasse erstreckten. Sie erinnert sich, dass sich im Anschluss an die öffentlich zugänglichen Bereiche des Salons die Werkstätten befanden. Den Salon hatte Havas von einer Frau Weigner (gegen Ablöse) übernommen und über die Hausverwaltung gemietet, als diese in Pension ging und den Pelzgroßhandel schloss, den sie dort betrieben hatte. Im zugehörigen Akt der Kammer der gewerblichen Wirtschaft wird das Unternehmen folgendermaßen beschrieben:

Der Betrieb, in dem gegenwärtig [6.12.1962] 5 Arbeiterinnen und 2 Angestellte beschäftigt werden, umfasst einen Verkaufsraum, mehrere Vorführräume, eine Werkstätte, und einen Büroraum mit zusammen ca. 250 m<sup>2</sup>. Im Betrieb sind 10 Nähmaschinen vorhanden. [...] In der Zeit vom 20.9. (Beginn der Gesellschaft) bis 20.11.1962 wurde im Unternehmen ein Umsatz von rund S 150.000,- erzielt. (WStLA, Handelsgericht, A47: 17694)

Als Gesellschafter des Unternehmens, das unter dem Namen *Havas Mode, Gesellschaft für Damenbekleidung* eingetragen wurde, verzeichneten Ladislaus [sic] Havas, Damenschneider, und Magdalena (Magdolna) Rose, Geschäftsfrau. Als Betriebsgegenstand wurde verzeichnet: „Erzeugung von Damenkleidern, sowie Handel mit Damenkleidern und Damenmodeartikeln“ (WStLA, Handelsgericht, A 47: 15801) Laut Akten der Kammer der Gewerblichen Wirtschaft erlosch das Unternehmen am 8. Oktober 1975 durch Zurücklegung.

Im März 1962 begann Frau Helga Blessl für László Havas zu arbeiten. Nach Angaben von Frau Blessl trat die 1959 von Simon Moskovics und Robert Winter als persönlich haftende Gesellschafter gegründete Bankkommanditgesellschaft Winter & Co. ca. um 1975 an László Havas heran, um die Räumlichkeiten, in denen sich der Salon befand, zuzüglich zu denen im Erdgeschoss als Bank zu nutzen. Havas wollte zuerst den Standort Singerstraße 1 nicht verlassen. Dann aber ergab sich gleich in der Singerstraße 6 eine für László Havas interessante Möglichkeit. Auch der neue Salon befand sich „im Stock“, also im Mezzanin des Hauses. Dieser neue Salon verfügte über einen schönen Eingangsbereich, erinnert sich Frau Blessl, war aufgrund der großen Fenster sehr hell. Gleich neben dem Eingangsbereich wurden die Umkleiden installiert, und gleich anschließend befanden sich die französische und die englische Werkstatt in getrennten Räumen. Auch dieser Salon war mit seinen über 200 m<sup>2</sup> sehr geräumig, wie auch schon der Salon davor. Frau H. beschreibt den Salon von Havas aus der Sicht der auslandserfahrenen Kundin großer Couturiers:

[...] Damals, also es war halt alles viel einfacher noch. Da war keine Eleganz [...], sondern es waren eher sehr viel Kleider und die gehängt, also die hängen da herum, und ein bissl überfüllt alles, und wenig Platz, und man hat was weggeräumt erst. [...] Das war überall so, dadurch war man

damals da auch nicht so verwöhnt [...]. Es war alles ein bisschen platzbedrängt, und nicht sehr elegant. Also keine Empfangsräume oder so was [...]. (Interview Fr. H., 11.12. 2015)

Eine Ausnahme habe – so Frau H. – lediglich der Salon von Adlmüller in der Kärtnerstraße dargestellt.

Erst zu Anfang der 1980er Jahre ging das Geschäft ein wenig zurück. Es wurden dann auch weniger Schneiderinnen beschäftigt. Mitte der 1980er Jahre – Frau Blessl nennt in den Interviews sowohl das Jahr 1985 als auch das Jahr 1986<sup>38</sup> – schloss der Haute-Couture-Salon von László Havas seine Pforten.<sup>39</sup> László Havas ging zu diesem Zeitpunkt bereits auf die 80 zu und hatte sein gesamtes Leben der Mode gewidmet.

Zum Zeitpunkt der Anmeldung des Unternehmens *Havas, Kalmar & Co* im Jahr 1957 war László Havas in der Hohenstaufengasse 4 im ersten Wiener Gemeindebezirk gemeldet, bei Erlöschen des Unternehmens im Oktober 1962 unter der Anschrift Tuchlauben 12, ebenfalls im ersten Wiener Gemeindebezirk. (vgl. WStLA, Handelsgericht, A 47: 15801 HRA)

Helga Blessl erinnert sich, dass sie im Jahr 1962 für László Havas zu arbeiten begann und dieser damals in einer kleinen, mit Kredit gekauften Eigentumswohnung mit Terrasse in der Unteren Donaustraße wohnte. In einer amtlichen Anfrage aus dem Jahr 1978 gibt das Zentralmeldeamt der Polizeidirektion Wien als Adresse seit 9. Januar 1963 und bis 22. Oktober 1974 die Untere Donaustraße 35/8/44 bekannt.

---

<sup>38</sup> Die Karteikarte mit dem Aktenverweis zur Geschäftsgründung konnte im Handelsgericht bis zur Abgabe der vorliegenden Arbeit nicht aufgefunden werden. Ein Beleg der genauen Jahreszahl ist daher nicht möglich.

<sup>39</sup> Ein Jahr zuvor hatte Adlmüller einen Großteil seiner Firma an Palmers verkauft; der Salon Adlmüller schloss dann 2002. (vgl. Frottier, 2009, S. 36) Als Havas seinen Salon schloss, wurde der Salon zu einem Kosmetiksalon umfunktioniert. Die wohlhabende russische Salonbesitzerin ging später wieder zurück nach Russland, und übergab den Salon der Tochter als Wohnung.

Zirka um 1970<sup>40</sup> ergab es sich, dass László Havas in die Dorotheergasse Nr. 5 gleich vis-à-vis des von ihm gern besuchten Hawelka in einem Jugendstilhaus am Dach ein großzügiges Penthouse mit Kamin auf eigene Kosten bauen konnte, das mitsamt des großen Dachgartens im Besitz des Hauseigentümers war und verblieb. Eine Bekannte von László Havas, Frau Gross, hatte dort bereits eine Wohnung und den Kontakt hergestellt. Havas zahlte die Betriebskosten, und es gab eine Vereinbarung, dass er dort auf Lebenszeit wohnen könne. Eine Kundin, Baumeisterin, wurde mit dem Bau betraut. Der Bau wurde rasch fertiggestellt. In dieser Wohnung lebte László Havas (am Schluss mit Betreuung) bis zu seinem Tod.

László Havas verstarb am 19. Dezember 1996 im Rudolfinerhaus und wurde am 28. Januar 97 am Evangelischen Friedhof am Wiener Zentralfriedhof begraben.

Auch einige Kundinnen waren mit Havas über die Schließung von *Havas Haute Couture* bis zu seinem Tod befreundet, so auch Frau H., die Havas noch am Todestag in der Privatklinik Rudolfinerhaus besuchen wollte, aber um ein paar Minuten zu spät kam: „Da waren wir sehr traurig, dass der Lazi plötzlich nicht mehr am Leben war.“ (Interview Frau H., 11.12. 2015)

Als Erbe übernahm der damalige tschechische Lebensgefährte das gesamte Mobiliar und die privaten Gegenstände und Dokumente von László Havas.<sup>41</sup>

Über sein Privat- und Geschäftsleben in Ungarn erzählte László Havas Frau Blessl nur wenig. Es war ihr aber bekannt, dass László Havas in Ungarn verheiratet und dort auch schon geschieden worden war. Überhaupt sprach Havas über seine Zeit in Ungarn nur sehr selten:

---

<sup>40</sup> Am 2. November 1970 wurde László Havas ein offizielles Schriftstück an die Adresse Dorotheergasse 5/5 zugesandt. Laut einer amtlichen Anfrage vom 30.11. 1977 war László Havas seit 23.10. 1974 in der Dorotheergasse 5/5 gemeldet. (WStLA, Handelsgericht, A 47: 17694 HRA)

<sup>41</sup> Der Nachname des letzten Lebensgefährten ist nicht bekannt. Dieser sei, so Frau Blessl, nach Havas' Tod nach Tschechien verzogen.

Er hat das nicht gern erwähnt, was früher war. Vielleicht wollte er eben nicht erinnert werden an die Zeit mit der Flucht und ... die Sowjets, und dass die da die Ungarn vertrieben haben. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

László Havas war sowohl als Couturier als auch privat von bekannten und wohlhabenden Persönlichkeiten umgeben:

Er hat ja wirklich viele Leute gekannt. Der Androsch war [...] oft eingeladen, wenn er Party gemacht hat da oben auf seiner Dachterrasse... [...] Sie sind ja wahnsinnig gern gekommen, weil er hat ja herrlich gekocht. Also er war ja mit dem Kochen ein Traum! [...] Und eine winzige Küche [...]! Und was der dort gezaubert hat! Also ich würde dort Platzangst kriegen in der Küche [...], aber er hat das toll gemacht! (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Havas machte sonntags gerne Brunches und Kaviarfrühstücke, zu denen er zahlreiche Gäste lud, die auch seine Kundinnen waren, so etwa auch Anita Karajan. Auch seine Abendessen und Feste, die er in seiner Wohnung in der Dorotheergasse gab, waren sehr beliebt:

Und dann hatte er – also gastfreundlich und unternehmungslustig wie er war – hat er öfters Einladungen gemacht auch bei sich. Und da ist man in diese originelle Wohnung hinauf eingeladen worden [...]. Er hat da alles mögliche Gute, Nette angeboten. Appertifs und Sachen, die hat er selber erfunden. [...]

Und dann, das war auch üblich, wenn so eine Party dann beendet war, dann [...] im Havelka sind dann immer die warmen Buchteln herausgekommen [...] um Mitternacht. Da haben wir zuerst bei Havas oben erst die Einladung gehabt, die Feier. Dann sind alle runter, und unten hat man dann die Buchteln gegessen, auch mit dem Lazi zusammen, und dann noch weiter gefeiert. Also das hat länger noch gedauert, und war immer sehr vergnüglich und beschwingt, würde ich sagen.“ (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)



**Abb 7: László Havas in seiner Wohnung in der Dorotheergasse, 1010 Wien (Jahr unbekannt)**

Frau Blessl beschreibt Havas als sehr lebhaften, temperamentvollen Menschen, der dem Klischee des feurigen Ungarn durchaus gerecht wurde. Er sprach nach Frau Blessl beinahe akzentfrei Deutsch. Die langjährige Kundin

und Bekannte Frau H. hingegen erinnert sich an seinen typisch ungarischen Akzent – etwa, wenn sie folgende Anekdote zu seinem Wesen und seiner Art erzählt:

Lazi hat auch viele witzige Sachen gesagt, zum Beispiel hat er jemanden gefragt: ‚Und wo, wo haben Sie gekauft dieses Sakko?‘ Er hat ja immer ein bisschen Ungarisch-Deutsch, also kein ganz reines Wienerisch, immer war dieser Akzent da, hat man sofort herausgehört, dass das ein Ungar ist, aber hat ja nix ausgemacht. Wir haben das nett und lustig gefunden. Also Lazi: ‚Wo haben Sie gekauft dieses Sakko?‘ Und, ja, die Antwort war dann meistens ‚Ja, bei Sir Anthony‘ oder bei den teuersten, besten Schneidern, Herrenschneidern, und er noch einmal: ‚Und wo haben Sie gekauft diese Krawatte?‘ und ‚Wo haben Sie gekauft dieses Hemd?‘. Und dann hat er gesagt: ‚Säährrr hässlich!‘ [...] und den Kopf so gewiegt [...]. (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)

Havas war zu Kunden sehr zuvorkommend, und verhielt sich seinen Konkurrenten gegenüber sehr professionell. Wenn jemand kam und etwa ein Kostüm von Adlmüller anhatte und ihn um ein Urteil fragte, sagte er stets, es sei hervorragend gelungen. Wenn die Kundinnen dann weg waren, kommentierte er mitunter die Modelle seiner Kollegen mit dem strengen Blick des Profis:

‚Um Gottes Willen, wie kann man so ein Kostüm für so eine Figur machen!‘ Aber er hat nie ein schlechtes Wort verloren über Adlmüller, obwohl sich die beiden nicht leiden konnten. Und das, wo sie sich so ähnlich sahen. Man verwechselt sie ja fast auf den Fotos! (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Im Umgang mit Kundinnen war Havas immer sehr charmant und beliebt. Eine seiner Kundinnen beschreibt László Havas ebenfalls als sehr umgänglichen Menschen, der sich in Gesellschaft wohl fühlte, und führt das unter anderem auf sein Naturell als Ungar zurück:

Wenn irgendwo auf der Welt etwas schöner, interessanter, gemütlicher, lustiger, wohlschmeckender war, dann steckte meistens ein Ungar dahinter. [...] Das kann man direkt spüren oder merken. [...] Und so ähnlich war es also bei Lazi Havas auch. (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)

Auch als Arbeitgeber war Havas umgänglich und schätzte seine Mitarbeiterinnen und deren Fachkenntnis. Im Umgang mit den Schneiderinnen

akzeptierte Havas deren Fähigkeiten, ohne viele Anweisungen zu geben. Sie wussten, was zu tun war, und er ließ sie selbstständig arbeiten, wobei sich Havas' Führungsstil in diesem Punkt wohl deutlich von dem von Gertrud Höchsmann unterschied. Crista Steppan (geb. Bendl), die als Mannequin für Höchsmann gearbeitet hatte, bezeichnete deren Arbeitsstil als streng:

Gott sei Dank musste ich nicht als Näherin in ihrem Modsalon arbeiten, denn in der Werkstätte zeigte sie unerbittliche Härte. Wenn ihr eine Naht nicht gefiel, zückte sie die gefürchtete Schere; bis zu zwanzigmal musste der gleiche Ärmel herausgetrennt werden. (Bönsch, 2002, S. 68)

Zwischen László Havas und Frau Blessl, so erinnert sich diese, gab es den einen oder anderen Konflikt. Frau Blessl erzählt dazu folgende Anekdote zu einer Unstimmigkeit zwischen den beiden: „Dann hat er die Tür zug’haut, dann hab ich die Tür zugehaut – nur ich hab das Pech gehabt, dass bei mir das Glas herausgefallen ist.“ In solchen Momenten pflegte Havas zu lachen, weißt Frau Blessl zu erzählen, und merkt an: „Ich glaub, der hat das manchmal so provoziert, weil ihm das gefallen hat, wenn ich da auch in den Saft geh.“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

László Havas sah sich als österreichischer Couturier, obwohl er wie ja auch Adlmüller nicht gebürtiger Österreicher war:

Er war sehr auf Österreich... also er war sehr dankbar [...], dass er da Fuß gefasst hat, und dass er eigentlich so gut aufgenommen worden ist. Also da muss ich schon sagen: Der ist g’sunden auf Österreich. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

László Havas hatte am 9. Januar 1963 die österreichische Staatsbürgerschaft angenommen. (vgl. WStLA, Handelsgericht, A 47: 17694 HRA)

Als Modeschöpfer kleidete sich László Havas vor allem abends sehr elegant, immer mit Sakko, Hemd und Krawatte. Seine Kleidung kaufte er unter anderem auch bei der Firma *Braun* am Graben. Auch Frau Blessl pflegte László Havas



Abb. 8: László Havas  
(Jahr unbekannt)



von ihren Aufenthalten in Meran zur Weihnachtszeit italienisch geschnittene Hemden mitzubringen: „Er hat schon gern [...] schöne Sachen gehabt.“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

László Havas trug stets ein kleines Bärtchen, das dem seines Kollegen bzw. Konkurrenten Adlmüller ähnelte.

Der Salzburger Designer Andreas Enzenhofer, der Ende der 1970er Jahre Student in Hetzendorf war und im selben Haus in der Singerstraße 6 wohnte, in dem sich auch der Haute-Couture-Salon von László Havas befand, erinnert sich ebenfalls an dessen Aussehen:

Und er war halt damals schon eine Erscheinung, wenn er da [...] über den Stephansplatz marschiert ist mit seinem langen, also er hat immer einen langen Schal [getragen], das war so sein Markenzeichen. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

Abschließend sei zur Person László Havas auf einen Kommentar von Frau H. verwiesen: „Er war ein Original einfach auch – muss man sagen.“ (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)

### **3.3 *Havas Haute Couture***

#### **3.3.1 Der Salon**

In den Salons in der Liliengasse bzw. in der Singerstraße waren die Werkstätten getrennt, wie es für Haute-Couture-Salons üblich war: auf der einen Seite die französische Werkstatt für Abend- und Cocktailkleider, bzw. in der englischen Werkstatt die Mäntel- und Kostümschneiderinnen.

Als Frau Blessl 1962 für Havas zu arbeiten begann, gab es eine Werkstättenleiterin namens Valy (Nachname nicht bekannt), ebenfalls aus Ungarn. Diese ging ca. 1964 in Pension. Danach besetzte Havas ihre Stelle



**Abb. 9.: Schneiderinnen im Haute-Couture-Salon von László Havas (1980)**

nicht nach. Die Schneiderinnen standen danach direkt unter der Leitung von László Havas. Eine neue Werkstättenleiterin kam für Havas darüber hinaus auch nicht mehr in Frage:

Er hat gesagt, wenn etwas ist, eine Frage oder ... man kann sich an ihn wenden. Na, und die Schneiderinnen waren alle so gut, ja, dass die gar nicht haben fragen müssen. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Als Frau Blessl 1962 ihren Dienst antrat, arbeiten in den Werkstätten je ca. sieben Schneiderinnen in Vollzeit; dazu kamen mindestens sechs Heimarbeiterinnen (bzw. vor den Modeschauen mehr). Diese wurden mit der Anfertigung ganzer Teile beauftragt. Bei den Heimarbeiterinnen handelte es sich laut Frau Blessl durchwegs um „gute Kräfte“, oft mit Kleinkindern, weshalb sie auch zuhause arbeiteten und zu Besprechungen mit Havas in den Salon kamen. Diese in Heimarbeit tätigen Schneiderinnen wurden entweder empfohlen, oder wurden im Salon vorstellig. Die Heimarbeiterinnen durften nur für László Havas arbeiten, und er hätte nicht gewollt, dass diese auch für andere Couturiers tätig sind.

Anfang der 1970er Jahre – Frau Blessl erinnert sich, dass das Geschäft ab 1968 besonders gut ging, und dass László Havas ausgesprochen gute Kollektionen vorzuweisen hatte – arbeiteten bei *Havas Haute Couture* mitunter ca. 25 bis 30 Schneiderinnen.



Abb. 10: Liesl Feuchtinger in einem Havas-Modell

Frau Blessl bewarb sich am Anfang als Hausmannequin in Vollanstellung bei László Havas. Sie erinnert sich, dass ihr damals Havas noch nicht wirklich ein Begriff war. Zuvor arbeitete sie bei Höchsmann als Hausmannequin. Vor ihr hatte Liesl Feuchtinger ihre Stelle bei László Havas gehabt, kündigte aber bereits nach drei Monaten nach dem Arbeitsantritt von Frau Blessl. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte Frau Blessl mit der Buchhaltung nichts zu tun gehabt und musste sich erst einarbeiten. Sie sorgte dafür, dass die Buchhaltung

inkl. Abschluss und Lohnverrechnung fortan extern erledigt wurde. Als Buchhalter wurde – bis zur Pensionierung von László Havas – Herr Novotny von der Kanzlei *Novotny & Resatz Wirtschaftstreuhand KG* in der Krugerstraße 6, 1010 Wien, beauftragt.

Zu den Aufgabengebieten von Frau Blessl zählte die Tätigkeit als Hausmannequin, der Kundenkontakt, Bankangelegenheiten, Abschlüsse, Organisation der Modeschauen (inkl. Beschaffung nötiger Accessoires und Mobiliar), Buchführung für die Buchhaltung, das Führen der Wareneingangsbücher etc. wie auch die Beschaffung von Kommissionsware, wobei Letzteres meist vormittags von 8 bis ca. 10 Uhr erledigt wurde – etwa die Besorgung von Futter, Nähseiden und Knöpfen bzw. auch von Stoffen, wenn Kundinnen einen bestimmten Stoff wollten.

Frau Helga Blessl war, zusätzlich zu ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin<sup>42</sup>, das einzige Hausmannequin im Haute-Couture-Salon von László Havas:

[...] ich war allein, ich war das Hausmannequin, und an mir ist die ganze Kollektion probiert worden. Also ich bin stundenlang gestanden [...], weil immer ist irgendeine Schneiderin gekommen und hat mir müssen was anziehen, weil man abstecken musste, oder anschauen musste... Gut, das war ich schon gewöhnt von der Höchsmann [...]. [...] wenn eine Kundin gekommen ist und wollte irgendwas sehen [...] nach der Modeschau, oder wenn die stärker war [...] ja da schlüpft man rein und zeigt das. Das ist dann nicht so eine Riesengeschichte. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Die Geschäftsführerin Frau Blessl begann ihren Arbeitstag um 8 Uhr; die Schneiderinnen und László Havas selbst bereits um 7 Uhr. Es gab eine Mittagspause und jeweils um 16 Uhr schloss *Havas Haute Couture*. Der Betriebsurlaub wurde immer auf den August gesetzt, und Havas nutzte dies, um die Kollektionen der Modeschöpfer in Paris zu sehen.

---

<sup>42</sup> Den beschriebenen Tätigkeitsbereich deckt auch der Begriff der Hausdame ab, wie ihn Bönsch verwendet: „Die Hausdame hatte die Aufgabe, die Kundinnen zu empfangen, zu betreuen und zu beraten [...]. Die Hausdame arbeitete allerdings auch im Büro in der Funktion der Geschäftsführerin mit. Sie musste die Geldgebarung überblicken, Löhne auszahlen, die Hausmodeschauen organisieren, Kontakte knüpfen und vieles mehr.“ (Bönsch, 2002, S. 125)

Kundinnen kamen teilweise mit Termin, sofern sie dies wünschten. Andere kamen einfach vorbei, um zu gustieren oder auch einfach zum Plaudern. Zu diesen zählte auch eine langjährige und nach Fr. Blessl sehr gute Kundin, Marie-Christine Bourbon-Parma – „unsere Prinzessin“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015), die auch auf den Fotos aus dem Nachlass in der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst mehrmals zu sehen ist (Inv.nr. 89, 90, 91, 105). Frau Blessl erinnert sich, dass Kundinnen den Haute-Couture-Salon meist gegen Mittag bzw. gegen 14 Uhr aufsuchten.



**Abb. 11:** (v.l.) Harald Serafin, László Havas, Christine Bourbon-Parma und (ebenfalls Havas-Kundin) Evelyn Deutsch (keine Jahresangabe)

László Havas nahm nicht, wie es sonst üblich war, Lehrlinge auf, weil dies mit Auflagen verbunden war. So waren auch alle Schneiderinnen bei Havas Gesellinnen, die keine Meisterprüfung anstrebten. Dies unterschied den Betrieb bei Havas etwa von dem Gertrud Höchsmanns. Sowohl die englische als auch die französische Werkstätte waren bei Höchsmann einer Leitung unterstellt. Die Angestellten

arbeiteten in Teams, meist „mit einer Meisterin oder einer Gesellin mit viel Berufserfahrung [...], einer Gesellin [...] und einem Lehrling zusammen.“ (Bönsch, 2002, S. 124)

*Havas Haute Couture* zählte zu den wichtigen Salons in Wien und konnte es bezüglich Größe und Anzahl an Personal mit den anderen Haute-Couture-Betrieben durchaus aufnehmen. Im Salon Höchsmann waren etwa je 20 SchneiderInnen pro Werkstätte beschäftigt. (vgl. Bönsch, 2002, S. 124) Adlmüller zählte, wie seine langjährige Mitarbeiterin Hilde Bartosch (Modellzeichnerin, Geschäftsführerin) berichtete, ca. 70 MitarbeiterInnen<sup>43</sup>, und die Struktur seines Betriebes teilte sich auf drei Werkstätten auf. Neben der

<sup>43</sup> Herbert Schill beschreibt die Anzahl an MitarbeiterInnen (wohl für die Zeit zu Ende der 1970er Jahre) ein wenig anders: „Er ist Chef von sechzehn Mannequins, drei Zuschneidern, fünfundsechzig Nähern und Verkaufskräften [...]“.

englischen und der französischen Abteilung gab es, anders als bei Havas, der auf Mode für Frauen spezialisiert war, auch eine Herrenwerkstätte. (vgl. Frottier, 2009, S. 58) Zieht man, basierend auf den Angaben von Hilde Bartosch, von der Gesamtzahl von 70 MitarbeiterInnen bei Adlmüller die damalige Manipulantin, fünf Verkaufsdamen im Salon, vier Herren in der Herrenabteilung und die zwei Damen in der Pret-a-Porter-Boutique, die zwei Hausmannequins und den Chauffeur sowie die Angestellten in der Strickerei ab (Hilde Bartosch nennt diesbezüglich keine Zahlen), so kann man erkennen, dass der Haute-Couture-Salon von László Havas mit seinen 20 bis 25 Schneiderinnen in Vollanstellung und Heimarbeiterinnen eine doch ausgesprochen intensive Produktion am aufzuweisen hatte.

### **3.3.2 Kollaborationen und Materialien**

László Havas bezog Accessoires und Materialien für die Kollektionen meistens bei den gleichen Anbietern. Die Schuhe für die Modeschauen bezog er von einem (heute nicht mehr existierenden) kleinen Schuhgeschäft namens *Bellezza* in der Kärntnerstraße, auf der Höhe Krugerstraße, das auf italienische Schuhmode spezialisiert war.

Die Hüte wurden ausschließlich von Wilma Gergely gefertigt – „ein Pendant zur List“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015). Frau H. erinnert sich, dass es üblich war, das zum jeweiligen Modell angebotene Hutmodell mit zu kaufen (vgl. Interview Fr. H., 11.12. 2015). Das Hutgeschäft befand sich in der Kärntnerstraße. Frau Blessl beschreibt die Räumlichkeiten von Wilma Gergely folgendermaßen:

Das war ein Geschäft auf der Kärntnerstraße, so vis-à-vis von der Weihburggasse [...]. Unten war ein anderes Geschäft, ich glaube, die hat [...] Pullover verkauft. Dann ging man eine Treppe hoch, und da war oben ein kleiner Raum. Und da ist sie gesessen und ihre Arbeiterin. Also die sind ja fast aufeinander gesessen, die zwei. Und die haben dort diese Hüte gefertigt. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Das Design für die Hüte, die Havas für seine Kollektionen verwendete, stammte allein von Wilma Gergely. Diese wurden passend zu den jeweiligen Kostümen

bzw. Kleidern ausgewählt und bei den Modeschauen präsentiert. Frau Blessl erinnert sich, dass die Modeschauen bei Havas bis zur Schließung mit Hüten von Wilma Gergely ausgestattet wurden.

Für die Modeschauen schminkten sich die Mannequins nach dem Besuch beim Friseur selbst. Über lange Jahre schminkten sich die Mannequins für die Modeschauen bei *Havas Haute Couture* mit Produkten von Elisabeth Arden. Die Marke schien dann auch bei den Einladungen als Sponsor auf.

Die meisten Stoffe, die Havas in seinen Kollektionen verarbeitete, wurden aus Frankreich und auch aus Italien bezogen. Für den Einkauf reiste Havas nicht selbst nach Paris. Es war üblich, dass Handelsvertreter nach Wien kamen, um dort ihre Ware den Wiener Couturiers anzubieten. Diese Handelsvertreter waren bestens informiert, was die Pariser Couturiers in der jeweiligen Saison gekauft hatten und gaben diese Information im Detail weiter. Wie Laszló Havas fuhr zum Beispiel auch Gertrud Höchsmann nur vereinzelt nach Paris, um Stoffe zu besorgen. Auch sie ließ Stoffvertreter in den Salon kommen und wählte dann aus dem Sortiment aus. (vgl. Bönsch, 2002, S. 132)

Die Stoffe wurden aus diesem Grund relativ kurzfristig vor den Präsentationen der Kollektionen gekauft. Auch Nachbestellungen waren telefonisch möglich. Man konnte auch geringe Mengen an Stoffen nachbestellen und hatte dabei auf die Chargennummer zu achten. Zu den Firmen, die Havas aufsuchten, zählten vor allem Petillault und Moreau. Italienische Stoffe wurden von der deutschen Firma Bornheim und Lau bezogen. Auch der Vertreter von Bornheim und Lau kam mit dem Koffer und vertrat vor allem italienische Firmen. Die Handelsvertreter kamen immer, nachdem in Paris die Stoffe für die kommenden Kollektionen geordert worden waren und die Modeschauen bereits liefen. Immer nach dem Bezug der Stoffe begann Havas, die Kollektion zu entwerfen. Gab man in Wien eine Bestellung beim Handelsvertreter auf, so orderte dieser die besagten Stoffe sofort telefonisch und in den gewünschten Mengen. Der Versand erfolgte dann sofort per Post. Selbst Nachbestellungen sehr kleiner Mengen (ca. 30 cm) waren möglich.

Waren Stücke sehr beliebt, wurden diese auch mehrmals für unterschiedliche Kundinnen gefertigt. Es wurde aber darauf Bedacht genommen, an welche Kundinnen die Stücke gingen, um Begegnungen der Kundinnen zu vermeiden.

Es kam aber auch vor, dass Kundinnen ihre Stoffe bereits mitbrachten. So zählten die drei Töchter des Unternehmers Rudolf Leiner (Einrichtungshäuser Leiner) und deren Mutter zu den Kundinnen des Haute-Couture-Salons von László Havas. Sie pflegten ihre Stoffe in Venedig zu kaufen und Havas mitzubringen. Aus diesen Stoffen fertigte man bei *Havas Haute Couture* dann die aus der Kollektion ausgewählten Stoffe. Für die Leiner-Töchter entwarf László Havas auch die Brautkleider.

Frau Blessl erzählt auch noch eine weitere Anekdote zu einer langjährigen Kundin von László Havas, die belegt, dass Havas für gute Kundinnen auch spezielle Stücke fertigte bzw. entwarf. Eine Kundin wählte einmal aus einer Kollektion einen weißen Mantel mit Gürtel mitsamt Kostüm aus. Dazu gehörte auch ein Pelzhut. Sie ließ sich dann dazu von László Havas das Kleid anfertigen, dass Lara im Film *Dr. Schiwago* getragen hatte. Man pfiff ihr auf der Straße nach und rief sie mit dem Namen der Filmfigur.

Das Nähzubehör bezog Havas von der Firma Küchler am Hohen Markt 4. Die Knöpfe für die Modelle der Kollektionen von László Havas stammten aus dem legendären Knopfhaus Frimmel in der Freisingergasse 1 im ersten Wiener Gemeindebezirk.

### **3.3.3 Inspiration und Stil**

László Havas holte sich Inspiration unter anderem aus der Modemetropole Paris. Er reiste, wie etwa auch Adlmüller, regelmäßig nach Paris. Klára Rothschild, die in Ungarn die Geschäftsführung seines ehemaligen, dann verstaatlichten Salons übernommen hatte, und zu der er auch in seiner Zeit in Österreich noch Kontakt pflegte, konnte dank ihrer Beziehungen die Modeschauen in Paris besuchen. Von den zahlreichen Modeschauen konnte

sie meist zwei wählen, bei denen sie dann zusammen mit Havas zugegen war. „Dass er überhaupt den Entrée gehabt hat, das war wichtig.“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Als Gegenleistung für die Möglichkeit, den Modeschauen in Paris beizuwohnen, fertigte Havas für Klára Rothschild Schnitte von den Modellen, für die sie sich bei den Schauen interessiert hatte. Die beiden fuhren über Jahre zwei Mal im Jahr für je eine Woche nach Paris, wobei sich Havas seine Reisen selbst finanzierte.

Nach dem plötzlichen Selbstmord von Clara Rothschild im Jahr 1976 fuhr László Havas weiterhin nach Paris. Frau Blessl erinnert sich, dass Havas die Reisen bis ca. Ende der 1970er Jahre als Fixtermin einplante.

Frau Blessl erinnert sich auch, dass Havas regelmäßig amerikanische Modezeitschriften geschickt bekam, die ebenfalls als Inspiration in seine Kollektionen einfließen. In diesen Zeitschriften war vor allem auch die italienische Alta Moda vertreten – darunter auch Valentino, dessen Mode László Havas sehr schätzte.

Havas interessierte sich – so Frau Blessl – nicht sehr für das Schaffen der Wiener Konkurrenz. Dennoch kannten sich die Wiener Couturiers natürlich. An nicht internen Modeschauen beteiligte sich László Havas nie, da für in kein geschäftliches Interesse daran bestand. Dadurch kam er wenig in Kontakt mit der Mode der anderen. Er ließ sich aber durch Aussagen von Kundinnen indirekt informieren, inwiefern die Kollektionen der anderen Wiener Couturiers jeweils Anklang gefunden hatten. László Havas war auch zu keinem Zeitpunkt Mitglied irgendeiner Interessensvertretung.

Für die Kollektionen anderer Wiener Couturiers interessierte sich Havas, wie bereits erwähnt, nur gering. Jeder hatte seinen ganz persönlichen Stil, so auch er. „Fred Adlmüller sorgte für Glanz, Auffallen, tolle Effekte; Gertrud Höchsmann versteckte ihr Genie in meisterhaft geschnittenen, tadellos sitzenden Kleidern“ – so hatte es Helmut Zilk in seinen einleitenden Worten zum Katalog über Gertrud Höchsmann auf den Punkt gebracht (Bönsch, 2002, S. 12) Zur Mode von László Havas betont auch Frau Blessl, dass Havas im



Gegensatz zu Adlmüller weniger spektakuläre, weniger üppige, dafür präzise geschnittene, von den italienischen Designern, allen voran Valentino inspirierte Modelle kreierte.

Es ist schwierig bis unmöglich, den Stil von László Havas aus der Retrospektive zu rekonstruieren. Daher ist auch eine kostümkundliche Betrachtung des Schaffens von László Havas nicht wirklich möglich. Es gibt nur vereinzelt Fotomaterial zu seinen Modellen, und dies nicht kontinuierlich über einen längeren Zeitraum hinweg. Aus den publizierten Pressefotos aus den ersten Jahren von *Havas Haute Couture* lässt sich nicht auf einen spezifischen Stil schließen. Es würde den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen, umfassend nach noch bestehenden, noch nicht abgeänderten oder aufgetragenen Modellen zu suchen.<sup>44</sup>

Bis in die zweite Hälfte der 1970er Jahre fuhr Havas nach Paris, ließ sich dort von den Modeschauen inspirieren und war bedacht, seinen Stil aktuell zu halten. Die Tatsache, dass die Stammkundinnen ihm über viele Jahre treu blieben und dabei selbstverständlich auch alterten, soll laut Frau Blessl keine Auswirkungen auf die Kreationen gehabt haben. Jeweils im Februar und August – also in der Sommersperre des Haute-Couture-Salons von László Havas – fuhr Havas nach Paris und ließ sich dort inspirieren. Die Alta Moda Italiens, allen voran Valentino, interessierten Havas. Diese wurde von Havas aber vorrangig durch – vor allem amerikanische, stark gebildete – Zeitschriften rezipiert. Diese wurden Havas meist zugeschickt. Nachdem er sich Inspiration geholt hatte, musste Havas rasch arbeiten und die gesamte Kollektion fristgerecht vor der Präsentation fertig bringen. In dieser Zeit arbeiteten alle voll angestellten Schneiderinnen und noch Heimarbeiterinnen sehr intensiv an der Fertigstellung.

---

<sup>44</sup> Bönsch hat darauf aufmerksam gemacht, dass erhaltene Stücke auch nicht wirklich einen Rückschluss über Schwerpunkte im Schaffen von Couturiers zulassen: „In den privaten Kleiderkästen halten sich viel eher die Abendkleider, die Cocktailkleider. [...] Auch Erben zeigen oft eine gewisse Scheu, derartige Kleider wegzugeben, während die alltägliche Vertrautheit mit einem Mantel oder einem Kostüm das Weggeben erleichtern.“ (Bönsch, 2002, S. 15f)

Wandten sich Kundinnen mit der Bitte an Havas, für sie Änderungen an Stücken der Kollektion vorzunehmen, so war dies möglich – „überhaupt, wenn die Kunde [sic] dann Recht gehabt hat“ (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015). War Havas aber gänzlich anderer Meinung als die Kundin, dann waren Abänderungen nicht denkbar. So gesehen hielt es Havas nicht anders als etwa auch sein Kollege Adlmüller, über den Frottier anmerkt: „Dabei ging es ihm nicht darum, radikal und eigenwillig seinen eigenen Stil, seine eigene Linie zu verfolgen und diese seinen Kundinnen aufzuoktroieren, sondern auf deren Wünsche einzugehen.“ (Frottier, 2009, S. 21) Im Gegensatz dazu verließen die Modelle von Höchsmann die Atelier meist nur mit ganz geringen Abweichungen zum ursprünglichen Design, und das nur, sofern diese aufgrund der Figur der Trägerin notwendig waren. (vgl. Bönsch, 2002, S. 53 oder S. 130)

Es kam auch vor, dass Kundinnen mit Modeheften wie der Vogue zu Havas kamen und sich ein Kleidungsstück maßanfertigen ließen. Die Preise für solche Stücke waren preislich an die eigenen Kollektionen angepasst. Stoffe dafür wurden entweder von der Kundin selbst mitgebracht, oder auf Wunsch gesucht.

Die langjährige Kundin Frau H. erinnert sich, dass Havas einen neuen Stil nach Wien brachte:

Also er ist hereingebraust [...] wie ein Wind, wie ein Sturmwind aus Ungarn, aus der Steppe, und hat also mit großem Schwung [...] die Wiener Gesellschaft erobert, und vor allem [...] junge Kundinnen und Modebewusste, weil es sich sofort herumgesprochen hatte. Da ist jetzt also ein Ungar gekommen, und der macht Haute Couture, aber ... großartige Sachen, und doch ein bissl billiger als damals der berühmte Modezar Fred Adlmüller. [...] Aber Lazi Havas war [...] was Neues und Anderes, Ungewohntes. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

Frau H. erinnert sich an ein Mantelkleid, das sie aus der Kollektion von Havas gewählt hatte, und das in Wien Bewunderung und Verwirrung auslöste:

Und ich kann mich auch erinnern, dass er als Erster Mantelkleider, also *robe manteau* gemacht hat. Und da hab ich damals eines [...] erworben [...], und wie ich da ins Sacher gekommen bin oder irgendwohin [...] wollten sie mir das abnehmen. Hab ich gesagt: ‚Nein, das geht also nicht‘. Da würd ich ja in der Unterwäsche dastehen. [...] Hier war das noch ganz unbekannt, aber sehr chic [...]“. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

### 3.3.4 Modeschauen

Für Modeschauen im Salon wurden die Kundinnen persönlich angeschrieben. Die Termine wurden so gesetzt, dass es nicht zu Überschneidungen mit den Modeschauen der anderen Wiener Couturiers kam. Oft waren es die Mannequins, die bei mehreren Modeschöpfern an den Modeschauen teilnahmen, die über die Termine der anderen informierten.

Havas bevorzugte es, die Modeschauen auf Donnerstage zu legen, soweit dies möglich war. Die Präsentation der Kollektionen im Rahmen der Modeschauen fanden zwei Mal im Jahr statt, jeweils im März und im September, meist um den zehnten. Es fanden jeweils eine Modeschau am Vormittag um 11 Uhr und eine am Nachmittag um 15 Uhr statt. Das war allein schon auf Platzgründen notwendig, da pro Modeschau mindestens 80 Personen geladen waren und die Räumlichkeiten von *Havas Haute Couture* nicht mehr Personen fassten. Üblicherweise wurden für die Modeschauen Goldsessel bei der Firma *Mietmöbel Föhr Ges.m.b.H.* bestellt<sup>45</sup>.

Zu den Modeschauen kamen immer nur geladene Gäste, obwohl Frau Blessl sich erinnert, dass es auch immer einige wenige ungeladene Gäste gab, die den Modeschauen beiwohnten. Eine Überprüfung wäre aufgrund des Andrangs auch gar nicht möglich gewesen. Zu den ungeladenen Gästen zählten meist kleine Schneiderinnen, die sich Inspiration holten. Für Frau Blessl, die für die Gäste zuständig war, stellte das kein Problem dar. Sie erklärt es folgendermaßen: Da sie wusste, dass auch Havas bei den Pariser Modeschauen Inspiration suchte, wollte sie den Zaungästen diese Möglichkeit nicht verwehren. Zugleich erinnert sie sich, dass manche davon erschranken, wenn sie erkannt wurden, so zum Beispiel jene Schneiderinnen, die wie Frau Blessl bei der Firma Küchler am Hohen Markt 4 Futterstoffe einkauften.

---

<sup>45</sup> Auch Höchsmann verwendete für die Modeschauen Goldsessel, welche in diesem Fall auf dem Bundesmobiliendepot herangeschafft wurden. (vgl. Bönsch, 2002, S. 51)

Die Mannequins für die Modeschauen wurden nicht etwa über eine Agentur engagiert. Vielmehr kamen diese selbst in den Salon und bewarben sich als Mannequins. Darüber hinaus verwendete Havas meistens die gleichen Mannequins, die auch von der Figur zu Frau Blessl passten, mit der die Anproben für alle Modelle der Kollektionen (für die Präsentation) erfolgten. Frau Blessl nahm ebenfalls bis zum Schluss an allen Modeschauen als Mannequin teil. Die Kollektionen wurden im Rahmen der Modeschauen meist an sieben Mannequins gezeigt. Auf den Fotos, die in der Kostüm- und Modesammlung als Nachlass von László Havas erhalten sind, gibt es auch einige wenige Modeschauen zu sehen.

Die Kundin Frau H. besuchte die Modeschauen von László Havas regelmäßig und über Jahre hinweg und kannte daher die Mannequins von Havas, die auch jahrelang dieselben blieben:

Er hat damals nicht viel Mannequins oder was gehabt, das war zu aufwendig, aber eine gab's, die war auch eine Ungarin, das war die Charlotte Telkes, die Chari hat er sie genannt, Telkes, ja. Und die [...] war eines seiner Lieblinge, war auch Ungarin. [...] (Interview Frau H., 11.12. 2015)

Charlotte Telkes war als bekanntes Mannequin ein Star und arbeitete auch für die übrigen Couturiers.

Die im Rahmen der Modeschauen vorgeführten Kollektionen umfassten im Schnitt gegen 60 bis 65 Modelle.<sup>46</sup> „Es musste natürlich von allem sein“, so Frau Blessl – allein schon, um sich an den Bedürfnissen der Kundinnen auszurichten.

In den Anfängen kreierte László Havas nach Meinung von Frau Blessl zu viele Abendkleider. Sie machte damals Havas darauf aufmerksam, dass die



**Abb. 12: László Havas mit Charlotte Telkes in New York (Januar 1980)**

---

<sup>46</sup> Nach Angaben von Carmen Bock (vgl. Frottier, 2009, S. 92) umfassten die Kollektionen von Adlmüller je ca. 50 Modelle, wobei Abendkleider – anders als bei Havas – einen Schwerpunkt bildeten. Kollektionen von Gertrud Höchsmann umfassten an die 50 bis 60 Modelle. (vgl. Bönsch, 2002, S. 131)

Abendkleider hängen bleiben könnten, nicht zuletzt auch, weil sie schmal geschnitten waren. So gerne Havas Abendkleider machte, begann er, mehr Tagesbekleidung in die Kollektion aufzunehmen. Jedes Mannequin führte dann ein oder zwei Abendkleider vor. Die Stammkundin Frau H. fand, entgegen der Befürchtung von Frau Blessl, besonderen Gefallen eben diesen Abendkleidern:

[...] Abendkleider hat er schon auch sehr schöne gemacht. Und da wusste man eben, wenn man ein Havas-Abendkleid hatte, das hat man nicht noch einmal gesehen. Das waren Unikate, die hat er für einen persönlich gemacht und das gab es dann nur einmal [...].  
(Interview Frau H., 11.12. 2015)

Frau Blessl berichtet, dass Havas mit *Havas Haute Couture* nicht an Modeschauen außerhalb des eigenen Salons teilnahm. Er beschränkte sich für die Präsentation seiner Modelle auf hauseigene Modeschauen.

Die Kundin Frau H. glaubt sich zu erinnern, dass Models bei Modeschau Tafeln mit Nummer mithatten. Oder es wurden von interessierten Kundinnen Notizen gemacht bzw. bei Interesse an einem oder mehreren Modellen direkt mit Frau Helga kommuniziert. Probiert wurde dann erst in den darauffolgenden Tagen. Die Kundinnen gingen bei der Auswahl unterschiedlich vor. Frau H. beschreibt ihre eigene Vorgehensweise folgendermaßen: „Manche haben gleich nach der Modeschau angefangen zu wühlen und so. Das mochte ich eigentlich nicht.“  
(Interview Frau H., 11.12. 2015)

Kundinnen konnten bei Interesse auch die für die Präsentation der Kollektion gefertigten Modelle probieren, sofern ihre Körperproportionen dies zuließen. Sonst wurden die Modelle erneut nach Maß für die Kundin gefertigt. Frau H. erinnert sich: „Meistens hat er allerdings so breite Heftnähte gemacht, und hat drinnen den Stoff so freigelassen ... hat er nur hin geheftet, und hat immer ein paar Zentimeter dazugegeben [...]“. (Interview Frau H., 11.12. 2015)

Es gab eine Art Abverkauf der Modelle vergangener Kollektionen jeweils nach Saisonende. Meist waren dies Stücke, die für den Großteil der Kundinnen zu schmal geschnitten waren. Dies war durchaus gängig, und so war es etwa auch

bei Gertrud Höchsmann möglich, nicht verkaufte Modelle aus Kollektionen zu einem späteren Zeitpunkt billiger zu erwerben. (vgl. Bönsch, 2002, S. 132) Frau Blessl erinnert sich, dass der „Abverkauf“ vergangener Kollektionen bei Havas vor allem auch von Kundinnen genutzt wurde, die sich die Modelle zu regulären Preisen nicht leisten konnten und figürlich die Vorführmodelle tragen konnten:

Das ist alles dann in den Ausverkauf gegangen – mit sehr schlanken Damen aber nur, natürlich. Aber die gute Kunde [sic] war ja die stärkere Kunde, muss man sich vorstellen [...] (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Von den Kollektionen, die im Rahmen der Modeschauen präsentiert wurden, sind im Bestand der Sammlung der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst nur wenige Aufnahmen erhalten, wobei sich diese auf einige wenige Jahrgänge beschränken. Aus den frühen Jahren sind keine Aufnahmen zu Modeschauen bzw. zu Kollektionen erhalten.

Die Schenkung von Frau Blessl enthält nur wenige Aufnahmen von Modeschauen vor allem der 1980er Jahre. Diese können in keiner Weise als repräsentativ für das Modeschaffen von László Havas angesehen werden. An dieser Stelle seien aber zur Veranschaulichung Aufnahmen zu einer Modeschau vom März 1980 in den Räumlichkeiten von *Havas Haute Couture* in der Singerstraße 6 wiedergegeben.







**Abb 13-23:**  
Modeschau März 1980 im  
Salon von *Havas Haute  
Couture*

Wenn diese Modelle auch nicht die Entwicklung des Stils bei László Havas wiedergeben können, so können sie doch zumindest für eine Kollektion darstellen, wie die Präsentationen im Rahmen von Modeschauen liefen und wie die Kundinnen platziert waren.

### **3.3.5 Presse**

Bis ins Jahr 1964 wurde Presse zu den Modeschauen geladen. Dann entschloss sich Havas, auf die Resonanz in der Presse fortan zu verzichten: „Dann haben wir sie ausgeladen“, beschreibt es Frau Blessl kurz und bündig (Interview Helga Blessl, 12.11.2015). Bei den eigens für die Presse am Vorabend der eigentlichen Präsentation der Kollektionen angesetzten Presse-

Modeschauen wurden Brötchen und Sekt gereicht. Meist waren sowohl Tageszeitungen als auch Bildpresse vertreten. Die Fotografen machen aber meist nur eines oder wenige Fotos – „damit das Kind einen Namen hat“, kommentiert Frau Blessl.

Weniger darüber aber hatte sich Havas erzürnt, als vielmehr über die Bildkommentare in der Presse. Bereits 1957 findet das Erscheinen des Couturiers László Havas in Wien Aufmerksamkeit. In einem Beitrag in der Wiener Bilderwoche von 1957 steht zu lesen:

Mode mit Paprika gewürzt. Unsere Stadt hat einen neuen Modeschöpfer mehr. Ladislaus Havas, einst der „Dior von Budapest“, kam Ende des vorigen Jahres als Flüchtling nach Wien und präsentierte jetzt seine erste Kollektion. Natürlich liebäugelt der Ungar ein wenig mit Paris, aber trotz diesem Flirt mit den neuen Tendenzen verzichtet er nicht darauf, die natürlichen Attribute der Frau herauszustreichen.

(Wiener Bilderwoche, 1957/42, 19.10.1957)

Auch im Stern erdreistete man sich sehr zum Ärgernis von László Havas, auf seine Herkunft durch ein billiges Klischee Bezug zu nehmen:

Scharf wie Paprika waren unsere Wienerinnen und Wiener auf die pikanten Modelle des ungarischen Modeschöpfers Ladislaus Havas. Nur knapp ein Jahr brauchte der Flüchtling und Ex-Budapester Starcouturier, um

sich einen neuen Salon zu schaffen und eine Modeschau auf die – reizenden – Beine zu stellen.

Landsmännin und Mannequin Charlotte Telkes führte das weiß-goldene Cocktail-Brokatcomplet [...] zum Erfolg. (Stern, 1957/40, 5.10.1957)



Abb. 24: Scharf wie Paprika (Stern, 40/1957): Modell von László Havas

Der Stern aber blieb dem Klischee, einmal aufgegriffen, auch noch 1960 treu:



Chic mit Paprika demonstriert Havas, Ungarns exilierter Modeprimus. Er sieht in der Frau des Jahres 1960 ein kapriziöses, kokettes Geschöpf. (Stern 14/1960, 2.4.1960)

Abgesehen vom Unmut, den die Presstexte bei Havas hervorriefen, hatte Frau Blessl gemeinsam mit Havas auch die Vor- bzw. Nachteile durchgesprochen:

Ich hab's mit [Havas] besprochen. Ich hab ihm das klargelegt. ‚Havas‘, sag ich, ‚jetzt schau mal. Was bringt es uns? Und was kostet uns das Ganze? [...]‘ Da hat er geschaut! ‚Und nicht nur das‘, sag ich, ‚Sie ärgern sich wegen dieser ganzen Geschichte.‘ ‚Ja‘, hat er gesagt, ‚Sie haben Recht. Aus! [...] Werden nicht mehr eingeladen.‘ [...] Ob die Frau Maier das in der Kronenzeitung liest ... weiß eh nicht, wer der Havas ist, wird sich auch kaum ein Kleid dort kaufen... [...] (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

Tatsächlich benötigte László Havas als Werbemittel die Presse nicht, da er einen guten Kundenstock hatte. Frau Blessl hat dafür eine Begründung:

Wir haben die guten Kunden gehabt [...]. Wir haben ja viel mehr Kunden gehabt als der Adlmüller. [...] Der Havas hat schönere Sachen gemacht [...], französischer [...]. Der Adlmüller hat bissl die schweren Sachen gehabt, mit viel Stickerei [...] Da hat der Havas mehr so in Valentino hinein – das Leichte [...], mit wunderschönem Organza [...]. (Interview Fr. Blessl, 12.11.2015)

So wenig Havas die Presse für den Erfolg seines Unternehmens brauchte, so schwierig gestaltet sich die Forschungsarbeit, da kaum Bildmaterial vorhanden ist und auch originale Stücke bisher nicht in Sammlungen vertreten sind. Havas bildete aber keineswegs eine Ausnahme, wenn auch seine Abneigung gegen die Presseberichte über seine Kollektionen anders begründet war als etwa bei Höchsmann. Bönsch weist darauf hin, dass auch Getrud Höchsmann presseschau war: „Ihre Kompromisslosigkeit, ihre Presseschauheit und die Weigerung, dem gesellschaftlichen Leben in Wien ihre Energie zu opfern, kostete sie die Popularität, die andere Wiener Modehäuser besaßen.“ (Bönsch, 2002, S. 15)

### 3.3.6 Corporate Design

Havas' Stücke waren mit einem schlichten Etikett versehen, das über die Jahre variierte. Auf den Visitenkarten und auf dem Briefpapier war der Name *Havas Haute Couture* verzeichnet. Das Firmenschild in der Singerstraße 6 war in Gold gehalten und mit der Aufschrift *Havas* versehen. Auf Corporate Design verzichtete László Havas ebenso wie auf die Präsenz in der Presse. Damit hielt er es gänzlich anders als zum Beispiel sein Kollege Adlmüller, der bis in die eigene Person hinein eine Marke zu produzieren gewusst hatte:

Vom Briefpapier bis zur Einladung, von der Salon-Ausstattung und seinen berühmten Modeschauen bis zu dem von ihm kreierten [Parfum] *Eau de Vienne*, von der typischen noblen Papiertragtasche bis zum edlen Holzkleiderbügel mit dem eingepprägten Firmenlogo war alles [Adlmüllers] Stil unterworfen. (Frottier, 2009, S. 22)

### 3.3.7 Kategorie

Adlmüller, der Kollege und Konkurrent von László Havas, verlangte, so Frau Blessl, für ein Kostüm ca. 45.000 Schilling<sup>47</sup>, Höchsmann ca 35.000 Schilling<sup>48</sup>, und Havas ca. 25.000 Schilling.

Im Jahr 1962 bezahlte man bei *Havas Haute Couture* für ein Kostüm ca. 20.000 Euro (für ein Abendkleid entsprechend mehr). Frau Blessl, die zuvor bei Höchsmann gearbeitet hatte, machte László Havas darauf aufmerksam, dass die Preise bei letzterer deutlich teurer waren. Die Preise bei Havas wurden dann über die Jahre kontinuierlich angehoben. Bis zur Schließung des Salons stiegen die Preise bzw. hielten sich. Einen Rückgang gab es nicht. Ein Kostüm kostete dann, so erinnert sich Frau Blessl, zirka 25.000 bis 27.000 Schilling.

---

<sup>47</sup> Nach Angaben bei Frottier über Preise bei Adlmüller: Eine große Abendrobe kostete in den 1960er Jahren zwischen ATS 60.000,- und ATS 120.000,-, ein Tageskleid um die ATS 30.000,- (vgl. Frottier, 2009, S. 95f)

<sup>48</sup> Nach Angaben bei Bönsch über Preise bei Höchsmann: Originalrechnungen aus den 1950er Jahren belegen Preise von 7000 Schilling für ein Abendkleid bzw. 2100 Schilling für ein Kostüm. (vgl. Bönsch, 2002, S. 129)

Im Vergleich dazu seien hier einige Gehälter der Mitarbeiterinnen von Gertrud Höchsmann gelistet, anhand derer deutlich wird, dass die Wiener Haute Couture ein exklusives Geschäft mit entsprechender Klientel war. Die Hausdame/Geschäftsführerin zum Beispiel verdiente in den 1960er Jahren bei Höchsmann ca. 2800 Schilling im Monat, Gesellinnen rund 800 Schilling im Monat, Hausmannequins Anfang der 1960er Jahre ca. 1000 Schilling im Monat. (vgl. Bönsch, 2002, S. 127)

### 3.3.8 Klientel

Eine aktive Kundenakquise war nicht nötig. Die Mundpropaganda erübrigte eigens geplante Maßnahmen bzw. war die Strategie, die Havas als am geeignetsten erschien. Sein Erfolg sollte ihm Recht geben. Die Kundinnen blieben Havas meist über die Dauer des Bestehens von *Havas Haute Couture* treu. Oft war es so, dass vor allem auch ungarische Kundinnen ausschließlich bei Havas kauften. Helga Blessl merkt dazu an: „Die wären nie zum Adlmüller gegangen.“ (Interview Frau Blessl, 12.11.2015).

Bis auf wenige Ausnahmen war der Kundenstock von Havas in Österreich wohnhaft. Ab und zu kamen Kundinnen etwa aus London oder aus Schweden (Frau Blessl erinnert sich an eine Frau Frau Pratt). Zum treuen, im Ausland wohnhaften Kundenstamm von László Havas zählten die Schwestern Rosenberg (Frau Blessl erinnert sich, dass eine der Schwestern Isabel hieß), die zwei Mal im Jahr für mindestens sechs Wochen nach Wien kamen, im Hotel Imperial eine Suite bewohnten und dort auch zu speisen pflegten. Sie hatten *Havas Haute Couture* über eine Empfehlung einer ungarischen Bekannten kennen gelernt und ließen sich bei ihren Wien-Besuchen von László Havas komplett einkleiden. Die Familie Rosenberg war Eigentümer einer der größten Lederproduzenten und -fabriken Argentiniens in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, CIDECA. Die Gründer, Grunwald, Rosenberg und Schwarz waren auf Europa emigriert (stammten aus Jugoslawien und Rumänien, und gründeten das Unternehmen in Argentinien unweit der Hauptstadt. Das 1939 gegründete Unternehmen verfügte Mitte der 1980er Jahre über rund 700

Mitarbeiter. Die Fabriksfläche nahm zu diesem Zeitpunkt 30.000 m<sup>2</sup> ein. (vgl. Salvador, 2013, S. 125f) Das finanzkräftige argentinische Geschwisterpaar war, so erinnert sich Frau Blessl, einige Jahre lang entscheidender Geldgeber für *Havas Haute Couture* und trug zu den Einnahmen des Couture-Salons mit großen Beträgen bei.

Anders als Adlmüller, der auch für offizielle Anlässe ausstattete, hatte Havas vor allem finanzkräftige Privatkundinnen aus gehobenen Kreisen. Zu seiner Kundschaft zählten weniger Politikergattinnen oder Schauspielerinnen als dies bei Adlmüller der Fall war, der seit der Präsidentschaft von Karl Renner offizieller Ausstatter der First Ladies für den Opernball war und auch die Fräcke der Bundespräsidenten designte. (vgl. Frottier, 2009, S. 30)

Einige langjährige und treue Kundinnen zählten auch zum Freundeskreis von Havas, wie etwa auch Frau H.: „Ja, ich hab es so erlebt, dass wir eben Kundinnen waren und gleichzeitig Freundinnen, und zum engeren Havas-Kreis gehört haben.“ (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)

Aus einer Erzählung von Frau H. geht hervor, wie freundschaftlich das Verhältnis zu einigen Kundinnen war:

Ja, und dann hatte er auch einen Hund, den hat er mitgebracht, ich glaub es war ein ungarischer Hirtenhund [...], und den hat ihm auch ein Sowjet, glaub ich, vor seinen Augen erschossen, also abgeknallt. Da war er wohl sehr traurig darüber, hat er immer erzählt. Und wir Kundinnen, also von früher, wir haben dann zusammengesteuert und herausgefunden, wo so eine Zucht ist, wo man [...] einen Hund in dieser Art bestellen oder beschaffen kann. [...] Da weiß ich noch, dass ich den Nachfolgehund, den kleinen, hereingeschmuggelt hab. [...] Und ich glaub, das war dann auch mit seine größte Freude, dass er dann wieder so einen Nachfolgehund bekommen hat. (Interview mit Frau H., 11.12. 2015)

In dem Bildmaterial, das von Frau Blessl als Schenkung an die Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst Wien ging, sind einige seiner Kundinnen zu sehen, darunter auch Stammkundinnen wie z. B. Maria Christina von Bourbon-Parma, die Lászlo Havas gerne einen Besuch im Salon abstattete, um zu plaudern, und nicht nur zu seinen treuesten Kundinnen,

sondern auch zu seinem Freundeskreis zählte (Fotos aus dem Nachlass, Inv.nr. 89, 90, 91, 105, Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst Wien). Auch Marta Habsburg-Lothringen war mit László Havas freundschaftlich verbunden und eine langjährige Kundin von *Havas Haute Couture*. Auf einer Schwarzweiß-Aufnahme (Inv.nr. 83, Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst Wien) aus dem Nachlass ist László Havas in geselliger Runde neben dem Kammersänger Harald Serafin und Marta Habsburg-Lothringen sowie einer weiteren Kundin zu sehen. (Inv.nr. 83, Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst Wien).

## 4 Zusammenfassung und Ausblick

In der vorliegenden Arbeit wurde der Versuch unternommen, basierend auf einem Überblick über das Haute-Couture-Schaffen in Österreich die Rolle und das Wirken von László Havas in diesem spezifisch österreichischen Setting zu würdigen. Biografische Daten wurden ebenso recherchiert, wie auch versucht wurde, die Rahmenbedingungen und die Führung eines der bekannten Haute-Couture-Salons in Wien verfügbar zu machen. Gerade auch das Einbeziehen von Zeitzeuginnen und Presse bot die Möglichkeit, einen Beitrag zur Alltagsgeschichte Österreichs zu leisten.

Der Begriff der Haute Couture wurde in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts eingeführt. Mit dem Entstehen von Vertretungsinstanzen dieser Branche ab dem Jahr 1868 (und vor allem ab 1911) wurden strenge Kriterien ausgearbeitet, die es ermöglichten, den Bereich der Haute Couture genau abzustecken und diesen von anderen Bereichen des Modegewerbes zu unterscheiden. Spätestens um die Mitte des 20. Jahrhunderts und nicht zuletzt aufgrund der wirtschaftlichen Veränderungen begann sich das Interesse der Modebranche verstärkt auf Massenmärkte zu verlagern. Einige Couturiers begannen, Prêt-à-Porter (im Sinne von Luxuskonfektionen) zu entwerfen. Neben dem Berufsbild des Couturiers begann sich das des Designers herauszubilden. Lizenzverträge gewannen an Bedeutung. Mit dem Aufkommen der Jugendkultur entstanden ab den 1960er Jahren immer mehr Boutiquen. Es kam zu einer wechselseitigen Beeinflussung der genannten Modebereiche, und aufgrund der Entstehungsgeschichte auch zu begrifflichen Überschneidungen.

Sofern man nicht die geografische Einschränkung macht, dass unter Haute Couture ausschließlich die international richtungsweisende Pariser Schneiderkunst in exklusiver Maßarbeit zu verstehen ist, so kann man für Österreich ab ca. 1880 von einer Haute-Couture-Produktion sprechen. Im Rahmen der Arbeit wurde darauf eingegangen, dass der Wiener bzw. österreichischen Haute Couture in der Fachliteratur und in der Presse ganz besondere Charakteristika zugesprochen werden.

Zahlreiche Betriebe, die es in Wien zum Hof- und Kammerlieferanten geschafft hatte, fanden später als (teils international anerkannte) Haute-Couture-Salons Beachtung. Die Rolle der Modeabteilung der Wiener Werkstätte ist in der Herausbildung einer Haute Couture in Österreich nicht zu unterschätzen. Zeitgleich mit der Modeabteilung entstanden in den 1920er und 1930er Jahren weitere Modesalons des gehobenen Sektors. Einige dieser Salons – wie überhaupt 70 % der Textilbranche – befanden sich in jüdischem Besitz und fielen direkt nach dem Anschluss Arisierungen bzw. Liquidierungen zum Opfer. Die Mode wurde in den Kriegsjahren dem dazu gegründeten *Haus der Mode* unterstellt, das sich die Propagierung der österreichischen Mode im Deutschen Reich zur Aufgabe machte. Darüber hinaus gründeten einige der wenigen verbliebenen Wiener Salons den *Wiener Modering*, um so ihr Fortbestehen zu sichern. Nach Kriegsende und bis 1955 schafften es einige Haute-Couture-Salons, sich zu konsolidieren, darunter Höchsmann und Adlmüller. Zugleich begann sich auch in Österreich ab den 1960er Jahren, als die bekannten Salons ihre große Zeit hatten, eine Boutique-Mode zu entwickeln, was sich vor allem auch in der Rezeption der Modewelt in der Presse zeigte und der Haute Couture dabei zunehmend den Rang ablief.

Der in Ungarn gebürtige László Havas eröffnete seinen ersten Salon nach seiner Flucht aus Ungarn zu Ende der 1950er Jahre. Schnell sollte sich László Havas, der 1963 die österreichische Staatsbürgerschaft annahm, einen Platz unter den bekannten Wiener Haute-Couture-Salons sichern und seinem Ruf als „Dior von Budapest“ gerecht werden. Während seine Klientel anfangs zu großen Teilen ebenfalls aus Ungarn stammte, zählten bald auch die Damen der Wiener Gesellschaft zu seinen treuen Kundinnen.

Auf Basis von Interviews, Presse und Archivmaterial wurde die Biografie von László Havas ebenso rekonstruiert wie Details zu dem Salon, der unter dem Namen des Couturiers lief und seine Standorte im ersten Wiener Gemeindebezirk hatte. Der Abschnitt zum Haute-Couture-Salon von László Havas wurde zur besseren Übersicht nach folgenden Schwerpunkten gegliedert: Salon, Kollaborationen und Materialien, Inspiration und Stil, Modeschauen, Presse, Corporate Design, Kategorie und Klientel.

Den Erfolg von *Havas Haute Couture* bezeugt unter anderem die Tatsache, dass in der englischen und in der französischen Werkstätte des Unternehmens in den besten Jahren bis zu rund 25 Schneiderinnen (zuzüglich von Heimarbeiterinnen) die Kreationen von László Havas fertigten. Die Kollektionen von László Havas wurden auch in der Presse besprochen, wenn er auch darauf keinen besonderen Wert legte. Der Haute-Couture-Salon arbeitete über die Zeit seines Bestehens bis in die Mitte der 1980er Jahre immer wieder mit denselben Unternehmen zusammen, die Accessoires für die zweimal jährlich stattfindenden Modeschauen lieferten, darunter die Hutmacherin Wilma Gergely. Auch die Mannequins für die zweimal jährlich stattfindenden Modeschauen im Salon von *Havas Haute Couture* blieben über Jahre dieselben, ebenso der finanzkräftige und mit Ausnahmen größtenteils österreichische Kundenstock, der teilweise auch zum Freundeskreis von László Havas zählte. In der vorliegenden Arbeit wurde darauf Wert gelegt, László Havas als Menschen ebenso wie als Couturier und Modeschöpfer zu zeigen.

Die Beschäftigung mit dem Thema Haute Couture in Österreich sowie mit den bekannten Haute-Couture-Salons sieht sich mit der Abgabe der vorliegenden Arbeit aber keinesfalls als beendet. Es besteht der Plan, das Projekt weiterzuführen und auch in naher Zukunft Interviews zur Haute Couture und zur Modewelt in Österreich nach dem Zweiten Weltkrieg zu führen. Noch sind (wenn auch immer weniger) ZeitzeugInnen auch für die frühen Jahre am Leben.

Darüber hinaus steht ein Gesamtüberblick unter Einbeziehung aller in dieser Zeit tätigen Couturiers und Haute-Couture-Salons noch aus. Die Daten zu vielen der Haute-Couture-Salons und Modellhäuser (bzw. später auch zu den Boutiquen) wurden bislang noch nicht aufgearbeitet. Je nach Ausgang der weiteren Recherchen ist auch eine kleine Publikation geplant.



## 5 Quellen- und Literaturverzeichnis

APPLEBAUM, Anne: *Der eiserne Vorhang. Die Unterdrückung Osteuropas 1944 – 1956*. München: Siedler, 2013.

BÖNSCH, Annemarie (Hrsg.):

- *Wiener Couture: Gertrud Höchsmann; 1902-1990* (Katalog der gleichnamigen Ausstellung). Wien [u.a.]: Böhlau, 2002.

BUXBAUM, Gerda:

- *Mode aus Wien. 1815-1938*. Salzburg und Wien: Residenz Verlag, 1986.

- *Mode! Das 20. Jahrhundert*. Hrsg. von Gerda Buxbaum. München, London, New York: Prestel, 1999.

DORNER, Renate: *Textiles Österreich. 2. Republik. Kontraste und Parallelen*. Wien: Verlag Bondi, 1988.

EGGER, Michael: *Der kleine Oral History Ratgeber. Arbeitsgemeinschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte*. Graz: Arbeitsgemeinschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, 2013.

FROTTIER, Elisabeth, und BAST, Gerald (Hrsg.): *W. F. Adlmüller. Mode – Inszenierungen + Impulse*. Wien, New York: Springer, 2009.

HALLER, Michael: *Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten*. Konstanz: UVK Medien, 1997. (Reihe praktischer Journalismus, Bd 6)

HAMPE, Marcus-Alexander: *Frauenzeitschriften in Österreich zwischen 1945 und 1956*. Wien, 1990. (Österreichische Nationalbibliothek, Ariadne)

HANSEN, Traude: *Wiener-Werkstätten-Mode: Stoffe, Schmuck, Accessoires*. Wien, München: Verlag Christian Brandstätter, 1984.

HOLZER, Anton: *Elly Niebuhr - Fotografin aus Wien: Alltag und Haute Couture*. Wien [u.a.]: Böhlau, 2009.

HROMATKA-REITHOFER, Heike Ilse: *Creative Industries in Wien seit dem Fin de Siècle – Mode, Grafik, Design, Fotografie*. (Dissertation). Wien, 2012.

KARNER, Regina (Hrsg.): *Chic. Damenmode des 20. Jahrhunderts*. Wien: Museen der Stadt Wien, 2003.

KLEIN-PRIMAVESI, Claudia: *Die Familie Primavesi. Kunst und Mode der Wiener Werkstätte*. Wien: Kunstbuch Eigenverlag, 2006.

KREMER, Roberta S. (Hrsg.): *Zerrissene Fäden. Die Zerstörung der jüdischen Modeindustrie in Deutschland und Österreich*. Göttingen: Steidl Verlag, 2013.

LIGHART, Jeanne: *Eduard Josef Wimmer-Wisgrill: seine Bedeutung für die Modeabteilung der Wiener Werkstätte 1910-1922* (Diplomarbeit). Wien: 1998.

LOSCHEK, Ingrid:

- *Fashion of the Century. Chronik der Mode von 1900 bis heute*. München: Battenberg, 2001.
- *Reclams Mode- und Kostümllexikon*. Stuttgart: Reclam, 2005.
- *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin: Dietrich Reimer Verlag, 2007.

McDOWELL, Colin: *Mc Dowell's Directory of Twentieth Century Fashion*. London: Frederick Muller, 1984.

MELICHAR, Peter: *Neuordnung im Bankwesen. Die NS-Maßnahmen und die Problematik der Restitution*. Wien, München: Oldenburg, 2004.

*Österreichs Presse Werbung Grafik (Handbuch)*. Hrsg. vom Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber. Wien; Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber, 1956-1984.

RAMAURY, Bruno (Hrsg.): *Dictionnaire de la mode au XXe siècle*. Paris: Editions du Regard. 1994.

SCHILL, Herbert: *Fred Adlmüller. Der Schönheit zu Diensten*. Wien, München: Amalthea Verlag, 1990.

SCHMIDL, Erwin (Hrsg.): *Die Ungarnkrise 1956 und Österreich*. Wien, Köln, Weimar: 2003.

STEELE, Valerie L. (Hrsg.): *Encyclopedia of clothing and fashion*. Bd. 1-3. Farmington Hills: Thomson Gale, 2005.

TOMICZEK, Herbert (Hrsg.): *200 Jahre Mode in Wien. Aus den Modesammlungen des Historischen Museums der Stadt Wien*. Wien: Eigenverlag Verein der Freunde der Hermesvilla. 1976.

TSCHABITZER-HANDLER, Ulrike, und OBERKANINS, Andreas: *Austrian fashion design. Eine Zeitreise durch die österreichische Mode ; a time travel through Austrian fashion*. Wien: Brandstätter, 2014.

VÖLKER, Angela: *Wiener Mode + Modefotografie. Die Modeabteilung der Wiener Werkstätte 1911-1932*. Katalog des Österreichischen Museums für angewandte Kunst, München-Paris 1984.

SALVADOR, Claudio: *Historia de la industria curtidora argentina: desde Salta y Tucumán hasta el Riachuelo*. Buenos Aires: Dunken, 2013.

SOLTANO, Gloria: *Wie geistiges Kokain. Mode unterm Hakenkreuz*. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1995.

ZIAK, Karl (Red.): *Wiedergeburt einer Weltstadt. Wien 1945-1965*. Wien: Verlag für Jugend u. Volk, 1965.

## **Printmedien**

*Neue Freie Presse*. Jg. 1936  
<http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?aid=nfp&datum=1936&zoom=33>  
(Zugriff: 21. Januar 2016)

*Große Österreich-Illustrierte: mit Fernsehen und Rundfunk*. Wien: Österr. Verl., 1.1949 – 14.1962.

*Wiener Bilderwoche*. Wien: Sozialistischer Verl., 1957-1960.

*Wiener Illustrierte*. Wien: Pittioni, 1.1947 - 16.1962.

## **Interviews**

Interview Helga Blessl, Wien, 5. 8. 2015 (Erstgespräch, kein Audiomitschnitt)

Interview Helga Blessl, Wien, 3.11. 2015 (Telefon, kein Audiomitschnitt)

Interview Helga Blessl, Wien, 12.11. 2015 (Audiomitschnitt der Verfasserin)

Interview Helga Blessl, Wien, 21. 1. 2016 (Telefon, kein Audiomitschnitt)

Interview Frau H.<sup>49</sup>, Wien, 11.12. 2015 (Audiomitschnitt der Verfasserin)

## **Archive und Sammlungen**

Wiener Stadt- und Landesarchiv:

- WStLA, Handelsgericht, A 47: 15801 HRA
- WStLA, Handelsgericht, A 47: 17694 HRA

Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst:

- Nachlass Havas

---

<sup>49</sup> Die Kundin Frau H. zog es vor, nicht namentlich genannt zu werden.

## 6 Abbildungsverzeichnis

Im Abbildungsverzeichnis sind die Quellen der Abbildungen gelistet. Abbildungen mit der Kennzeichnung LH entstammen der Kostüm- und Modesammlung der Universität für angewandte Kunst und sind mit der jeweiligen Inventarnummer aus dem Bestand ausgewiesen.

Abb. 1: Große Österreich Illustrierte 12/1958 .....	S. 37
Abb. 2: Große Österreich Illustrierte 12/1961 .....	S. 46
Abb. 3: LH 2 (außen) .....	S. 47
Abb. 4: LH 2 (innen) .....	S. 47
Abb. 5: LH 46 .....	S. 50
Abb. 6: Wiener Bilderwoche 42/1957 .....	S. 51
Abb. 7: LH 54 .....	S. 57
Abb. 8: LH 57 .....	S. 59
Abb. 9: LH 113 .....	S. 60
Abb. 10: LH 131 .....	S. 61
Abb. 11: LH 83 .....	S. 63
Abb. 12: LH 54 .....	S. 71
Abb. 13: LH 155 .....	S. 73
Abb. 14: LH 156 .....	S. 73
Abb. 15: LH 157 .....	S. 73
Abb. 16: LH 158 .....	S. 73
Abb. 17: LH 159 .....	S. 74
Abb. 18: LH 162 .....	S. 74
Abb. 19: LH 163 .....	S. 74
Abb. 20: LH 164 .....	S. 74
Abb. 21: LH 165 .....	S. 74
Abb. 22: LH 166 .....	S. 74
Abb. 23: LH 164 .....	S. 74
Abb. 24: Stern 40/1957 .....	S. 75