

Vorwort

- **1948** Währungsreform
- **1948/49** Die Freßwelle
- **1949/52** Boom der Bekleidungsindustrie
- **1952/57** Anschaffung moderner Möbel und Haushaltsgeräte
- **1955** Rückkehr der letzten überlebenden Soldaten aus der Gefangenschaft
- **1955** Jugendverwahrlosung ("Halbstarke") wird in der Öffentlichkeit heftig diskutiert
- **1957/59** Verstärkte Motorisierung

Wenn man sich die oben aufgeführten Daten und ihre Ereignisse ansieht, dann erkennt man sehr schnell, dass dieses Jahrzehnt ein wirklich spannungsgeladenes und facettenreiches Jahrzehnt voller Gegensätze und Konflikte war:

Die Deutschen hatten direkt nach dem Krieg zum einen viel Nachholbedarf, zum anderen aber immer noch die Angst, dass diese Verbesserung ihrer Lebensqualität nicht lange andauern könnte. Den Menschen und auch der Regierung ging es deswegen zuerst einmal darum, die Existenz mit dem Wichtigsten zum Überleben zu sichern. Aus diesem Grund gab es seitens alliierter Bestimmungen viele Restriktionen und Produktionsbeschränkungen.

Von daher ist es nicht verwunderlich, dass die Veränderungen der Lebensgewohnheiten der Menschen in den 50ern keineswegs kontinuierlich, sondern in "Sprüngen und Wellen" verlief.

So wurde in der ersten Hälfte der 50er Jahre vor allem in den materiell orientierten Elternhäusern Triebverzicht gepredigt und es sollte an den Tugenden, wie brav, sparsam und fleißig zu sein, festgehalten werden.

Inmitten der 50er Jahre befand sich Deutschland dann in einer merkwürdigen Umbruch - Phase: einerseits wollte man an alt hergebrachten Traditionen festhalten, andererseits sich aber den Segnungen der neuen Zeit nicht ganz verschließen. Und so vermischten sich hier alte mit neuen Stilelementen, ob in Mode, Design oder Kultur. Der Durchschnittsverdienst eines Otto – Normal - Verbrauchers lag Mitte der 50er bei 300,-DM monatlich und wenn man sich dann vor Augen hält, dass der günstigste VW-Käfer rund 3.500,- DM kostete,

ein neues Schlafzimmer rund 1.200,-DM und ein einfacher Arbeiter fast zwei Jahre arbeiten musste, um sich einen Fernseher leisten zu können (1950 gab es gerade mal 7.000 Besitzer eines solchen Gerätes), dann kann man verstehen, wie und warum zu dieser Zeit ein Generationenkonflikt zustande kam. Die Jugendlichen die mit ihrer Familie in der Regel mit mehreren Generationen auf engstem Raum und in beengten Wohnverhältnissen zusammen lebten, wollten sich immer mehr der Kontrolle der Eltern entziehen und bildeten eine eigene Art Subkultur. Vor allem die aus der Arbeiterschicht stammenden Jugendlichen suchten mit einem eigenen Modegeschmack, der seinen Ursprung in den Vereinigten Staaten hatte, den offenen Konflikt mit der älteren Generation. Die Älteren sprachen von Verwahrlosung der Jugend und nannten diese abschätzig "Halbstarke".

Mit der fortschreitenden Wirtschaft füllten sich nach und nach die Regale der Geschäfte und Warenhäuser, die Kaufkraft und auch die Gehälter stiegen langsam, aber beständig, an und es entwickelte sich ein bescheidener Wohlstand. Mit der Zeit wurde mehr produziert als konsumiert werden konnte und die Unternehmen mussten sich somit neue Strategien zurecht legen, mit denen sie ihre Produkte besser bei den Kunden platzieren konnten. Mit dem neuen Begriff "Werbung" wurde der Begriff "Reklame" abgelöst und man begann das erste Mal gezielt einzelne Käuferschichten und ihre Bedürfnisse anzusprechen. Durch die Zeitschrift "BRAVO", die 1956 auf den Markt kam, kam noch ein weiterer ganz neuer Aspekt hinzu. Ursprünglich noch als ganz renommierte Zeitschrift für Rundfunk und Fernsehen gedacht, entdeckten die Firmen durch die "BRAVO" erstmals die Jugend als potenzielle Käuferschicht für Produkte (vor allem Kosmetika und die aktuellsten Modeartikel der kommenden Saison). Dieses Bewerben der Jugend und vor allem die Kaufkraft dieser Käuferschicht hat bis heute angehalten.

Auch die Art der Werbung ist bis heute so geblieben und hat sich in mehr als fünfzig Jahren kaum verändert, denn schon 1956 hat "Rennie den Magen aufgeräumt", manche Situationen waren damals schon "einen Asbach Uralt wert" und "Bauknecht" wußte schon in den 50ern "was Frauen wünschen".

Die wichtigsten Medien, um diese Botschaften zu übermitteln waren damals an erster Stelle die Tageszeitung, dann andere Printmedien wie Illustrierte (dort wurde in erster Linie für Genussmittel, wie Zigarren, Tabak, Spirituosen und Lebensmittel aller Art geworben), Taschenbücher für die Intellektuellen und danach die Medien Rundfunk und Film.

Der nächste Wandel kam dann in der zweiten Hälfte der 50er Jahre. Durch Arbeitszeitverkürzung und der Fünf –Tage - Woche hatten die Menschen nun nicht nur mehr Zeit für Freizeitaktivitäten, sondern durch die angekurbelte Marktwirtschaft auch mehr Geld, um sich alles leisten zu können. Dadurch stieg auch der Wunsch nach mehr Beweglichkeit und somit wurde die Motorisierung verbreitet.

Wie man nun unschwer erkennen kann, waren die 50er Jahre wirklich eine ganz turbulente Zeit mit vielen Wechseln in der Denkweise der Menschen.

Eines war jedoch für das ganze Jahrzehnt absolut klar und kontinuierlich:

das Rollenverständnis von Mann und Frau !

Die Frau hatte den

Haushalt mit ihren erleichternden Haushaltsartikeln, wie Fertigprodukte von Dr. Oetker oder Knorr, Haushaltsgeräten, wie z.B. Staubsauger und Waschmaschinen von Bauknecht, schnellstmöglich zu meistern, damit sie *mehr Zeit für Mann und Kinder* aufbringen konnte und hatte dabei auch noch ganz nebenbei *toll auszusehen*

und

der Mann ging

arbeiten !!!

Mode

Vor dem Hintergrund der Materialknappheit entwickelte sich die Nachkriegsmode zunächst unter der Devise: „Aus Alt mach Neu“. Die Frauen trennten die Anzüge ihrer gefallenen Männer auseinander, um sich daraus warme Jacken zu schneiden. Kissenbezüge, Vorhangstoffe, Handtücher, Bettdecken und vieles mehr wurde zu Kleidern umgearbeitet. Auch militärische Textilien wie Fliegeroveralls oder Wehrmachtsmäntel fanden Verwendung, mussten aber aufgrund einer Verordnung umgefärbt werden.

Dieser so genannte „Trümmer-Look“ bestimmte das Bild der gesamten Nachkriegsjahre.

Die Männer trugen alte Uniformen auf und behalfen sich auch sonst mit dem, was sie hatten. Notgedrungen verzichteten sie zunächst auf formelle Kleiderordnungen. Die sogenannte Kombination war zweckmäßig und vielseitig einsetzbar. Sie trugen sie in gedeckten Farben mit weißem Hemd und schmaler dezenter Krawatte. Die Sakkos waren zunächst sackförmig, bis sich Ende der 40er Jahre die aus den USA kommende V-Linie durchsetzte: breite Schultern, schmale Hüften. Im Großen und Ganzen blieb die Herrenmode eher konventionell. Mann wollte korrekt und zweckmäßig gekleidet sein und legte Wert auf gute Qualität und gute Verarbeitung.

Als Christian Dior am 12. Februar 1947 eine neue Linie präsentierte (gerundete Schultern, eine gegürtete Taille und einen sehr vollen Rock), die unter dem Namen „New Look“ die Damenbekleidung der 50er bestimmen sollte, machte sich vor allem in Deutschland zunächst heftiger Protest gegen dieses Pariser Modediktat breit. Zum einen stellte die neue Linie Frauen vor das Problem genügend Stoff zu beschaffen, zum anderen repräsentierte der „New Look“ für viele nichts anderes als eine modische Variante des verruchten Frauenbildes. Nach und nach erfreute sich die neue Linie jedoch zunehmender Beliebtheit.

Auch deutsche Designer (viele Designer und Designerinnen waren jedoch im Exil) bemühten sich, den New Look trotz Materialknappheit umzusetzen: Fallschirmseide, Decken und Fahnenstoffe aus Lagerbeständen der Wehrmacht wurden ebenso zur neuen Linie umgearbeitet wie Flickentoffe, Bettzeug und alte Kleider. Modezeitschriften und Illustrierte lieferten Anregungen wie aus gefärbten und gewendeten Uniformen, Kostüme geschneidert werden konnten.

Lange Kleider und viel Stoff und auch die bereits abgeschafften Korsetts kamen in Mode. Man wollte die harten Jahre des Krieges vergessen und gerade die Frauen wollten wieder mehr Weiblichkeit zeigen. Sie kleideten sich nun mit

wadenlangen Röcken und eng anliegenden Blusen. Die Oberteile lagen generell eng an, die Taille wurde auffallend markiert. Busen, Po und Hüften wurden hervorgehoben. Die als Ideal geltenden weiblichen Formen waren natürlich keineswegs immer naturgegeben, sondern wurden durch Mieder und Polsterungen modelliert. Schulterpolster verschwanden – die Schultern wurden wieder schmal und leicht abfallend. Die Mode der Frau war die einer Grand Dame. Hosen trugen Frauen fast gar nicht mehr, und wenn, dann nur in ihrer Freizeit. Man orientierte sich an amerikanischen Schauspielerinnen, wie Marilyn Monroe oder an Prominenten wie z.B. Brigitte Bardot. Eine der schönsten Frauen der 50er Jahre war Sophia Loren - ihr Look damals: große Hüte, lange Handschuhe, Perlenketten und Wespentaille, getragen mit selbstverständlich-eleganter Grandezza.

Hüte gehörten für Frauen von Stand auch zur neuen Mode. Diese mussten natürlich farblich abgestimmt zur Handtasche und zu den dazugehörigen Pumps passen. Krokodilleder galt dabei als besonders exquisit.

Im Alltag trugen Frauen meist Zweiteiler, Bluse und Rock, oder Rock und Twinset - zeitgemäß garniert mit mediterranen Prints.

Das wichtigste Kleidungsstück war damals für die Frau die begehrte Nylon-Strumpfhose, die allerdings sehr teuer war. Aufgrund des Krieges durften sie in Deutschland nicht verkauft werden und die Frauen waren sogar bereit sich auf amerikanische Soldaten einzulassen, um sich diese Kostbarkeiten „zu beschaffen“. Außerdem gab es viele Tipps und Tricks, wie sich Laufmaschen vermeiden oder beheben ließen, damit sie so lange wie möglich getragen werden konnten.

Seit Anfang der 50er Jahre wurden vermehrt Kunstfasern bei der Strumpfherstellung verwendet. Polyamide (PA), wie die seit 1938 bekannten Fasern Nylon und Perlon, die den Strümpfen mehr Elastizität verliehen, wurden nun auch den Naturfaser-Strickstrümpfen, zunächst als Plattiermaterial, beigemischt oder dienten der Verstärkung von Ferse und Spitze.

Dieses texturierte Garn revolutionierte in den 50er und 60er Jahren den gesamten Strumpfmarkt. Die daraus hergestellten Strumpfwaren konnten viel brillanter und leuchtender gefärbt werden als Strümpfe aus herkömmlichen Garnen. Strümpfe und Socken wurden farbenfroher, faltenlos im Sitz und pflegeleicht.

Ein großer Vorteil war, dass aufgrund der hohen Elastizität weniger Strumpfgrößen hergestellt werden mussten und dass vor allem auch die Herstellung der neu aufgekommenen Strumpfhosen vereinfacht wurde. Diese verursachten jedoch aufgrund ihrer geringen Wasseraufnahme neue Probleme - etwa Schweißfüße oder Fußpilz.

Fortschritte in der Texturierung der Garne - d.h. dem Verstrecken und Drehen, Wärmefixieren und Verzwirnen unterschiedlich gedrehter Garne - führten in den 1950er und 1960er Jahren zu ständigen Neuentwicklungen.

Alle versprachen pflegeleicht und schön zu sein. Kleine Mädchen wünschten sich sehnlich Perlonkleidchen, Nylonhemden ließen die Männer schwitzen. Kunstseide - die es zwar bereits seit 1884 gab, jedoch während des Krieges als höchstes Kriegsgut nicht gekauft werden konnte - machte Seidenkleider für viele Frauen nach dem Krieg wieder erschwinglich. Die neuen Stoffe waren leichter zu pflegen, trockneten schnell und waren leicht zu bügeln, wenn sie nicht ohnehin ganz bügelfrei waren. Darüber hinaus wirkten sie oft auch festlich und waren doch preiswerter als Naturfasern wie Seide und Taft. Die maschinelle Herstellung machte sie billiger und bunter, verlieh ihnen Glanz und Schimmer.

Die Männer der Oberschicht trugen ab jetzt immer Hüte, egal ob zum Anzug oder zum Mantel.

Jungen Männer, die „Halbstarke“, hatten Vorbilder aus Amerika, wie James Dean, Marlon Brando und Elvis Presley. Sie trugen nun Blue Jeans, die ihren Siegeszug 1952 in Europa feierte, und Lederjacken.

Junge Mädchen trugen am liebsten ganz weite Röcke, den so genannten Petticoat und Stöckelschuhe mit Pfennigabsätzen. Auch das Tragen von Cocktailkleidern wurde ganz groß Mode. Diese waren meist sehr kurz, aber trotzdem elegant und festlich.

Mitte der 50er wurde die Silhouette schmaler. Eng anliegende Kleider oder schlanke Kostüme in schlichter Eleganz gaben den Ton an. Einfarbige Zweiteiler, kombiniert mit entsprechenden Accessoires, waren unverzichtbar. Auch die Capri-Hose, eine Stoffhose, die bis knapp unter Knie reichte und häufig unten umgeschlagen wurde, begann ein Hit zu werden.

Kostüme waren aus dem Erscheinungsbild der Dame nicht mehr wegzudenken. Sie waren stark tailliert und hatten Schößchen, aufwendige Revers und manchmal asymmetrische Verschlüsse. Die sportliche Variante hatte einen weiten, lockig geschnittenen Rücken und einen kleinen runden Kragen. Die Kostümjacken waren meist eng. Im Haushalt blieben die seit den 30er Jahren bewährten Kombinationen von Rock und Bluse oder von Rock und Twinset unerschlagbar. Die Damen zeigten sich in großer Robe mit ausladenden Rücken und tiefen Dekolletés. Oft waren die Abendkleider schulterfrei mit einer Korsage.

Später in den 50ern kamen Cocktail-Kleider auf und waren sogleich erfolgreich; kurze, festliche Kleider, die aber erheblich weniger aufwendig und vielseitig einsetzbar waren als die Ballkleider. Parallel dazu wurden die Schuhe enger und spitzer und die Haare bauchten sich auf.

Mode der 50er Jahre war ausgesprochen konservativ, obgleich man sich am französischen, amerikanischen und italienischen Modeideal orientierte.

Die Männer bevorzugten es nach wie vor klassisch. Der Anzug mit einem schmalen Binder und einem weißen Hemd war ein Muss. Ordentliche Bekleidung war damals nicht nur ein gesellschaftlicher Zwang, sondern verdeutlichte auch nach außen den Status seines Trägers. Individuelle Freizeitbekleidung sah man in der Öffentlichkeit sehr selten. Der Mann von Welt trug einen Anzug oder eine Kombination. Die Hosen waren relativ weit geschnitten. Wer etwas auf sich hielt, trug auch die passende Kopfbedeckung.

Herren wie Frauen waren gut behütet. In konservativen Kreisen noch immer beliebt, war die aus den 30er Jahren stammende Knickerbocker. Als Wahlspruch galt: „Und sitzt die Sch(eiße) noch so locker, sicher hält´s die Knickerbocker.“. Gleichwohl stand sie aber nicht mehr für den modischen Zeitgeist der 50er Jahre. Bei Freizeit und Sport durfte es gerne auch etwas leger zugehen. Ein Hemd mit Pullunder und eine Bundfaltenhose waren ebenfalls gestattet.

Alles in allem wollte man sich durch ordentliche Kleidung von der alltäglichen Arbeit abheben.

Frisuren und Accessoires

Bedingt durch Arbeitseinsätze von Frauen im Krieg wurden, um die Haare zusammenzuhalten, Haarnetze und Kopftücher getragen. Im Laufe der Zeit avancierte diese Notwendigkeit zu einem beliebten Kopfschmuck.

Männer zeigten in dieser Zeit erneut wenig Variation. Sie trugen ihr Haar bis nach dem 2. Weltkrieg kurz.

Frauen mochten nach dem 2. Weltkrieg halblange natürlich schwingende Frisuren. Die Dauerwelle, die neuerdings auch kalt gemacht werden konnte, spielte also weiterhin eine wichtige Rolle in der Welt der Haare.

Mit Vorliebe versuchte man später die Frisuren von bekannten Filmschauspielern, Musikern und anderen Prominenten nachzuahmen. Die

Haare wurden kürzer und wellten sich sanft. Männer kämmt die Haare zurück wie Elvis Presley und die Mädchen trugen einen Pferdeschwanz.

Must-Have für die winterliche Partysaison waren damals ohne Frage das Haarband und der Haarreif (sie gehörten zu den modischen Styling-Highlights, um schlichte Frisuren aufzuwerten und schöne Akzente ins Haar zu setzen).

Körperpflege

Auch die Körperhygiene und der Besitzwunsch von Körperhygiene - Produkten unterlag in den 50er Jahren einem Wandel. Durch die neue Art zu werben und die Einflüsse des Films und Fernsehens stieg der Bedarf an Kosmetikartikeln im Laufe der 50er Jahre genauso kontinuierlich, wie auch der "Mehrbedarf" an anderen Konsumgütern. Vor allem der weiblichen Bevölkerung wurde von der Werbung versprochen eine besondere Ausstrahlung, z.B. Raffinesse und eine geheimnisvolle Weiblichkeit, durch die Kosmetikprodukte zu bekommen. Parfüm (vor allem französische Parfüms in allen Preisklassen), Kajalstift, Nagellack und Lippenstift, der seit den 50er Jahren mit Drehmechanik ist, durften in keiner Damenhandtasche fehlen.

Der Unterschied zu den Frauen aus der heutigen Zeit lag jedoch wieder im klaren Rollenverständnis: Es war fast undenkbar sich Parfüm oder anderes selbst zu kaufen, man ließ sich dies von einem Mann schenken.

Auch die Männerwelt wurde fleißig beworben und Pflegeartikel wie Rasier- und Haarwasser, sowie Haarpomaden standen bei ihnen hoch im Kurs.

Bei der Jugend hingegen wurde damals wie heute hauptsächlich zu Mitteln zum Beseitigen von Pickeln und anderen Hautunreinheiten gegriffen.

Außerdem war es nebensächlich welche Inhaltsstoffe in Produkten verwendet wurden und ob diese eine schlechte Auswirkung auf die Gesundheit hatten. Dies änderte sich erst Ende der 50er Jahre.

Da begann dann auch der nächste Wandel, als 1959 die Kosmetikfirma "Avon" mit einer revolutionären Idee den europäischen Markt eroberte. Avon - Beraterinnen, die von Haus zu Haus gingen, boten vor allem Kundinnen aus der Mittelschicht, Qualitätsprodukte mit ansprechender Verpackung zu günstigen Preisen an. In unserer heutigen Zeit ist Avon hauptsächlich ein Versandunternehmen.

Ein Problem der Körperhygiene dieser Zeit war, wie bereits im Kapitel der Mode erwähnt, der durch die neuen synthetischen Stoffe verursachte weit verbreitete Fußpilz, sowie Schweißfüße, bzw. Schweißgeruch im Allgemeinen.

Make-up

Die Menschen der 50er Jahre wollten die Erinnerung an die entbehrungsreichen Kriegsjahre vergessen und sich wieder persönlichen Dingen widmen. Viele Frauen wünschten sich wieder weiblich in durchaus traditionellem Sinn wirken zu können. Man sollte ihnen die harte Arbeit nicht ansehen, die sie leisten mussten und sie eiferten ihren Vorbildern aus Film und Fernsehen nach. Daher unterschieden sich auch hier die verschiedenen Looks je nach Vorbild.

Nacheiferer von Marilyn Monroe z.B. zupften ihre Augenbrauen in hohen Bögen, zogen den Lidstrich über die äußeren Augenwinkel hinaus und schminkten sich die Lippen korallenrot.

Fans von Jackie Kennedy waren stets perfekt geschminkt, ohne viel Farbe zu benutzen. Dunkel nachgezogene Augenbrauen, Lidstrich und in dezenten Rosetönen geschminkte Lippen waren ihr Markenzeichen.

Audrey Hepburn setzte Modetrends unter den Jugendlichen weltweit: im Gegensatz zu ihren perfekt geschminkten Kolleginnen strichelte sie nur ihre dichten, dunklen Augenbrauen und benutzte künstliche Wimpern. Ein Hauch von Puder und rosa Lippenstift und schon war ihr Look fertig.

Allgemein war in Mode:

Make-up: es wurde insgesamt heller als im Jahrzehnt zuvor („Love Pat“ hieß eine neuartige Kombination von Puder und Foundation, die 1953 von *Revlon* vorgestellt wurde, und „Touch & Glow“, ebenfalls ein *Revlon* – Produkt aus dieser Zeit, war die erste Grundierung, die als stabile Emulsion entwickelt wurde und sich deshalb nicht mehr schon im Flakon absetzte)

Lidstrich: es war der Lidstrich, der das Augen-Make-up in den optischen Mittelpunkt rückte. Tiefschwarz mußte er sein

und über den äußeren Augenrand und nach oben hinaus gezogen sein, mit den typischen Bogen am Ende. Besonders wichtig war es hier, dass das Lidstrichende tatsächlich nach oben zeigte, sonst wirkte der Blick eher traurig. Dieser so genannte „Schwalbenflügel“ wurde, unter anderem durch Brigitte Bardot, zum neuen Trend.

Lippen: der *Schmollmund* galt als absolut modern, wobei die Lippen aber noch blasser und weicher als in den 40er Jahren nachgezogen wurden

Augenbrauen: sie waren nicht mehr so schmal wie in den Jahren zuvor; ein typisches Paradebeispiel hierfür war Audrey Hepburn

Lidschatten: die Farbzusammenstellung vom Lidschatten musste nicht zum Typ der Trägerin passen - wichtiger war, dass eine „anständige“ Frau wußte, dass der Lidschatten farblich mit der Handtasche, den Pumps und dem Hut abgestimmt sein musste

Wimperntusche: die Wimpern wurden kräftig getuscht, jedoch strahlenförmig in alle Richtungen („Mascaramatic“, die erste nachfüllbare, automatische Wimperntusche wurde 1958 von *Rubinstein* entwickelt)

Alles in allem strahlten die Frauen eine gepflegte Eleganz aus:

bis ins Kleinste perfekt gekleidet, perfekt geschminkt und in perfekter Haltung. Das war die Frau in den 50ern, denn eine „anständige“ Frauen wusste, dass der Hut zu den Handschuhen, zu der Tasche und zu den Pumps passen musste.

WEITERES WISSENSWERTES:

Hazel Bishop entwickelt den modernen Lippenstift, der auf Lanolin-Basis war (ein Wachs, aus Schafwolle gewonnen).

Ab 1950 wurden die ersten deutschen Kosmetikfirmen gegründet, und eroberten unter den Marken wie Margaret Astor, Ellen Betrix (1952)

Chicago, Manhattan, Misslyn und For You den nationalen Markt.

50ern „*Divapharma*“, ein pharmazeutisches Labor in Zürich, war zu dieser Zeit das einzige Unternehmen, das Vitamine in Hautschutz - Produkte integrierte. Aus dem pharmazeutischen Labor entwickelte sich 1954 ein Kosmetikunternehmen mit internationalem Rang: *Juvena of Switzerland*, ein Konzern, für den ein ausgeprägter Name steht („*Juvenalis*“ stammt aus dem Lateinischen und entspricht der Bedeutung „jugendlich“
1954 wurde in Stuttgart die Firma „*Surena*“ ins Leben gerufen,
1956 fusionierten die beiden Unternehmen, ein Jahr später wurde der Firmenstandort von Zürich nach Baden-Baden verlegt.

Lancaster widmete sich Mitte der 50er Jahre dann auch der dekorativen Kosmetik; *Lancasters* flüssiger Lippenstift war für damalige Zeit revolutionär

Lancome gelang eine Innovation: „*Nutrix*“, ursprünglich konzipiert als Nachtcreme, wurde bald als Creme gegen Sonnenbrand, bei Insektenstichen und nach der Rasur geschätzt. Das britische Verteidigungsministerium empfahl übrigens „*Nutrix*“ in den 50er Jahren als Heilcreme im Falle eines Atomangriffs.
1950 brachte *Lancome* den Duft „*Magie*“ auf den Markt
1952 „*Trésor*“ und
1955 war *Lancome* bereits in 98 Ländern der Erde vertreten

1953 Gründung der *Helena Rubinstein Foundation*, die medizinische Forschungsarbeit fördert

Der zweite Weltkrieg schien dem Aufstieg des Kosmetikhersteller *Revlon* ein Ende zu setzen. *Revlon* lieferte Farb – Marker und Erste – Hilfe - Ausrüstungen für die US – Navy statt Lippenstifte und Nagellack für die Amerikanerinnen. Nach dem Krieg spezialisierte sich das Unternehmen auf Maniküre – und Pediküre – Produkte, die bis heute eine solide Basis für *Revlon* darstellen.

1955 wagte *Revlon* den Gang an die Börse und wurde kurze Zeit später an der New York Stock Exchange geführt.

1953 präsentierte *Estée Lauder* „*Youth Dew*“. Damit verknüpft ist folgende Anekdote: “Durch ein Missgeschick“ habe Ms. Lauder ein Fläschen „*Youth Dew*“ in einem Warenhaus verschüttet, so dass der Duft sich ausbreiten konnte. Danach wurde dieser Duft ein Erfolg und

stellte so den Ausgangspunkt für das Kosmetikimperium dar.
1959 komponierte *Estée Lauder* „Estée Super Parfum“

Für die Marine konzipierte *MAXFACTOR* im zweiten Weltkrieg ein
Camouflage - Make – up, das für Furore sorgte. Daraus entstanden
in den 50ern unter anderem der populäre Abdeckstift „Erase“.