

pflege. Laut offiziellen Statistiken geben die Frauen jenseits des Ozeans für Cremes und Schminken jährlich das respektable Sümchen von 250 Millionen Dollar aus. Und der Bericht des letzten Kongresses der „American Cosmeticians“ in Chikago meldet, daß sie ungefähr 2375 Tonnen Rouge verbrauchen.

Diese phantastischen Ziffern machen es verständlich, daß die Schönheitsindustrie im Wirtschaftsleben von USA. an vierter Stelle steht; der Verbrauch an Cold-Cream ist größer als der an Tafelbutter. Auf dem heute von Roosevelt beherrschten Gebiet existieren 50 000 Schönheits-Institute, und viele Staaten fordern vom „Cosmetician“ von Beruf, Prüfungen und Zeugnisse wie von einem Arzt.

Es sind auch nur diplomierte Spezialisten, welche mit allem Nachdruck und Tamtam in den Zeitungen für ihre

Zauberkunst, Gesichter und Körperformen umzumodeln, Reklame machen und ihren Klientinnen Nasen, Lippen und Ohren nach Wunsch und Wahl liefern.

*

Ein großes New-Yorker Warenhaus hat eine Abteilung geschaffen mit der Devise:

„Von nun an kann jede Frau jedem von ihr gewählten Filmstar ähnlich sehen!“

Es kommt z. B. eine Dame und verlangt das Modell: „Marlene Dietrich.“

„Marlene Dietrich, gnädige Frau? Selbstverständlich! Bitte mir nur zu folgen!“

Und der Abteilungschef führt sie in einen Salon, wo die Leiterin sie vor allem einmal in Männerkleidung steckt, welche die berühmte Diva bevorzugt. Der erste Schritt wäre getan: die so angetane Kundin fühlt sich bereits ein wenig als „vamp“. Dann wird sie in einen zweiten Salon geführt, eine Art Schminkkabinett mit Spiegeln und kosmetischen Arti-

Die neugebackene Kopie des Stars geht nach Hause und macht dort Sensation, vorausgesetzt, daß ihr Mann mit der Wahl des Modells einverstanden ist

