

## **Inhalt:**

	Seite
<b>I. Vorbemerkung</b>	<b>8</b>
I. 1. Zielsetzung	9
I. 2. Methodik	11
<b>II. Theoretischer Hintergrund</b>	<b>15</b>
II. 1. Zur Begriffsproblematik des Wortes "Tracht"	15
II. 2. Trachtenpflege und -erneuerung in Österreich vor 1945	19
II. 2.1. Das Ende der lebendigen Tracht und der Beginn der Trachtenpflege	20
II. 2.2. Die Trachtenförderung der Aristokratie	22
II. 2.3. Organisierte bürgerliche Trachtenpflege – die Vereine	24
II. 2.4. Heimatschutz und Heimatpflege	26
II. 2.4.1. Michael und Arthur Haberlandt	30
II. 2.4.2. Viktor von Geramb	31
II. 2.5. Zum Verhältnis von Tracht und Mode	32
II. 2.6. Nationalsozialistische Trachtenerneuerung in Theorie und Praxis	36
II. 3. Ansätze und Wege nach 1945	39
<b>III. Die Geschichte des Hauses Tostmann Trachten</b>	<b>52</b>
III. 1. Die Trachtenstube Marlen Tostmann	53
III. 2. Die „Trachtenstube Tostmann“	54
III. 3. Trachten Tostmann / Tostmann Trachten	56
III. 4. Tostmann Trachten Seewalchen/Wien 1989 bis 2004	60
<b>IV. Firmenphilosophie und allgemeines Firmenverständnis</b>	<b>65</b>
<b>V. Die Leitfiguren und Mitarbeiter der Fa. Tostmann Trachten</b>	<b>69</b>
V. 1. Marlen Tostmann	69
V. 2. Jochen Tostmann	72
V. 3. Gexi Tostmann	74
V. 3.1. Lebenslauf	74
V. 3.2. Schriften	76
V. 4. Anna Tostmann	80
V. 5. Katharina Rueprecht	81
V. 6. Mitarbeiter	83
V. 7. Franz C. Lipp	85
V. 7.1. Zur Person F. C. Lipp	85
V. 7.2. Zu den pflegerischen Bemühungen	86
V. 7.3. Zur Einflussnahme auf die Firma Tostmann Trachten	90

<b>VI.</b>	<b>Angebot, Zulieferfirmen und Absatzpolitik der Firma Tostmann Trachten</b>	<b>96</b>
<b>VI. 1.</b>	<b>Das Angebot der Firma Tostmann Trachten im Laufe der Zeit – Zum Verhältnis zwischen Tracht und Mode</b>	<b>96</b>
VI. 1.1.	Die Anfänge – Lohnarbeit und Maßarbeit	96
VI. 1.2.	Die 50er Jahre	99
VI. 1.3.	Die 60er Jahre	105
VI. 1.4.	Die 70er Jahre	109
VI. 1.5.	Die 80er Jahre	113
VI. 1.6.	Die 90er Jahre	117
<b>VI. 2.</b>	<b>Zur Wahl der Lieferanten und Rohproduzenten</b>	<b>123</b>
VI. 2.1.	Salzburger Handdrucke Jordis GmbH	124
VI. 2.2.	Otto Flemmich KG	125
VI. 2.3.	Steyrische Zeug-Druckerei GmbH	126
VI. 2.4.	Christine Vieböck Leinenweberei	126
VI. 2.5.	Stapf Textil Ges.m.b.H.	127
VI. 2.6.	Friesacher Leinenweberei R. Mitterer KG	128
<b>VI. 3.</b>	<b>Das Angebot neben den Trachten</b>	<b>130</b>
VI. 3.1.	Der Christkindlmarkt	131
VI. 3.2.	Sonstige Märkte und Verkaufsausstellungen	132
<b>VI. 4.</b>	<b>Zur Absatzpolitik der Fa. Tostmann Trachten</b>	<b>134</b>
VI. 4.1.	Vertreter	134
VI. 4.2.	Detailgeschäfte	135
VI. 4.3.	Wiederverkauf – Zur Auswahl der Kunden	136
VI. 4.4.	Messen – Hausmessen	137
VI. 4.5.	Modeschauen – Präsentationen	137
VI. 4.6.	Prominenz in Tostmann – Zur verkaufsfördernden Vorbildwirkung	142
<b>VII.</b>	<b>Überschneidungen, Parallelen und Gegensätze zu anderen Herstellern – Die Trachtenbranche in Österreich – ein Überblick</b>	<b>152</b>
VII. 1.	Geschwister Lanz. Trachtenmoden GmbH	153
VII. 2.	Werkstätte Beurle. Trachten GesmbH	156
VII. 3.	Sportalm GmbH	159
VII. 4.	Geiger GmbH	160
VII. 5.	Resi Hammerer & Co.	162
VII. 6.	Lodenfrey AG	163
VII. 7.	Gössl GmbH	165
VII. 8.	Schneiders Bekleidung Gesellschaft m.b.H.	168
VII. 9.	Mothwurf GmbH	170
VII. 10.	Amann. Ideen in Tracht GmbH	172
VII. 11.	Susanne Bisovsky	173
VII. 12.	Zum Stellenwert der Firma Tostmann Trachten in Österreich – branchenorientierter Vergleich	175

<b>VIII.</b>	<b>Zwischen Pflege und Kommerz – Studien zum Umgang mit Trachten</b>	<b>180</b>
<b>VIII. 1.</b>	<b>Heimatwerk und Tracht</b>	<b>180</b>
VIII. 1.1.	Geschichte	180
VIII. 1.2.	Aufgabe und Zweckbestimmung	182
VIII. 1.3.	Praxis – Das Beispiel Oberösterreich	183
<b>VIII. 2.</b>	<b>Zur Einkleidung von Trachtenvereinen, Goldhaubengruppen und Musikkapellen</b>	<b>187</b>
<b>VIII. 3.</b>	<b>Fachmessen</b>	<b>192</b>
<b>VIII. 4.</b>	<b>Staatlich unterstützte Branchenförderung</b>	<b>194</b>
VIII. 4.1.	Der Einfluss der Landwirtschaftskammer	195
VIII. 4.2.	Trachtenförderung des Wirtschaftsförderungsinstitutes	196
VIII. 4.3.	Der Fachverband der Bekleidungsindustrie Österreichs	199
<b>VIII. 5.</b>	<b>Vereinsmäßig organisierte Branchenförderung</b>	<b>201</b>
VIII. 5.1.	Die „Arge Dirndl“	201
VIII. 5.2.	Verein zur Förderung der Trachtenmode	202
VIII. 5.3.	Promotion Tracht e.V.	204
<b>VIII. 6.</b>	<b>Aktive Trachtenpflege als Bestandteil der schulischen Ausbildung</b>	<b>206</b>
<b>VIII. 7.</b>	<b>Kommerzieller Trachten-Folklorismus</b>	<b>210</b>
<b>IX.</b>	<b>Zum kulturellen Engagement in der Trachtenbranche</b>	<b>223</b>
IX. 1.	Der Kulturverein Mölkerstiege	224
IX. 1.1.	Die Aktivitäten des Kulturvereines	225
IX. 1.2.	Das Mitteilungsblatt: "Die Mölkerstiege"	227
IX. 2.	Parallelen bei anderen Unternehmen	228
<b>X.</b>	<b>Schlussbemerkung</b>	<b>232</b>
<b>XI.</b>	<b>Bibliographie</b>	<b>235</b>
XI. 1.	Quellenverzeichnis	235
XI. 2.	Weiterführende und verwendete Literatur	241
XI. 3.	Zusätzliche Materialien. Interviews – Gespräche – Gewährsleute	272
<b>XII.</b>	<b>Anhang</b>	<b>273</b>
XII. 1.	Verzeichnis der angeschriebenen Trachtenhersteller	273
XII. 2.	Verzeichnis der angeschriebenen Zulieferfirmen	274
XII. 3.	Verzeichnis der angeschriebenen Modeschulen	275
XII. 4.	Abkürzungsverzeichnis	276
XII. 5.	Abbildungsverzeichnis	277