

Slučaj Maud Pototschnig i kozmetika u međuratnom Zagrebu

Društvene promjene koje su nastupile po završetku Prvoga svjetskoga rata omogućile su, među ostalim, i pojavu novih oblika zabave, načina provođenja slobodnog vremena, odijevanja i uljepšavanja, što je u većim gradovima poput Zagreba osobito dolazilo do izražaja. Konture novog životnog stila povlačene su na stranicama popularnih tiskovina, poput revije Svijet, koje su pratile i prenosile trendove iz inozemstva, naročito zapadnoeuropskih zemalja i Sjedinjenih Američkih Država. U skladu s time dolazi i do porasta popularnosti kozmetike, što se očitovalo u osnutku niza tvrtki za proizvodnju i distribuciju kozmetičkih proizvoda, kao i pojavi salona za uljepšavanje. Nepostojanje jasnih granica između područja djelatnosti kozmetičara i liječnika specijalista, konkretnije dermatologa, pokazalo se kao ozbiljan problem za nadležna tijela. Kao primjer koji oslikava pojedine aspekte problematike vezane uz pojavu i rad kozmetičkih salona tih godina analizirano je poslovanje zavoda za njegu ljepote zagrebačke kozmetičarke Maud Pototschnig.

Ključne riječi: kozmetika; Zagreb, 1930-e; dermatologija; farmaceutska industrija; Maud Pototschnig

Uvod

Tema kozmetike, pojave i razvoja proizvodnje i distribucije kozmetičkih proizvoda, te utjecaja koji je imala na društvo, popularnu kulturu i svakodnevni život, u hrvatskoj historiografiji nije bila značajnije zastupljena. Društvene promjene koje su nastupile u međuratnom razdoblju, ponajprije porast svijesti o važnosti higijene i brige o zdravlju, u znatnoj su se mjeri odrazile i na poimanje ljudskog tijela i ljepote, pri čemu su moda

i kozmetika imale posebno važnu ulogu, što je osobito bilo vidljivo u gradovima poput Zagreba. U tom je kontekstu značajna bila pojava kozmetičkih salona, svojevrsni odraz stremjenja koja su oblikovala novi način života, ponajprije boljestojećih slojeva društva. Postavlja se pitanje u kakvom je odnosu bilo društvo međuratnog Zagreba s novim modnim i estetskim trendovima koji su navirali iz inozemstva te koji su to mediji kao putokazi prenosili vijesti o najnovijoj modi, filmovima, glazbi, plesovima i načinima uljepšavanja. Može li se reći da su domaći poduzetnici u dovoljnoj mjeri prepoznali značaj kozmetike, odnosno jesu li išli ukorak ili barem pokušavali slijediti put kojim su kročile uspješne inozemne tvrtke koje tih godina bilježe velike poslovne uspjehe?

Kako bi se neke od postojećih nepoznanica rasvijetlile, bit će potrebno oslikati promjene i okolnosti u kojima se u zagrebačkom društvu u međuratnom razdoblju javljaju trendovi uljepšavanja, kao i način na koji su bili promovirani te kako ih je domaća publika prihvaćala. Na temelju relevantne literature, onodobne periodike i arhivskih izvora bit će opisana pojava, razvoj i ponuda najznačajnijih kozmetičkih tvrtki, drogerija i parfumerija, kao i način na koji su ih nadzirala nadležna tijela, primarno iz upravno-pravne i gospodarske perspektive. Jedno od najvažnijih pitanja svakako se tiče položaja, odnosno struke i područja djelatnosti kozmetičara, ponajprije zato što se radilo o laicima koji su kao registrirani obrtnici obavljali djelatnost koja se u pojedinim segmentima doticala područja medicine. Posebna će pažnja stoga biti posvećena načinu na koji se nastojao regulirati položaj kozmetičara u odnosu na dermatologe.

Konačno, po izlaganju navedene problematike određeni njezini segmenti bit će predstavljeni na konkretnom primjeru zagrebačke kozmetičarke Maud Pototschnig kroz opis poslovanja njezina zavoda za uljepšavanje i pojedinih slučajeva kršenja obrtnih propisa koji pružaju uvid u prepreke s kojima su se susretali kozmetički saloni s jedne strane, a s druge nadležna tijela.

Stanje istraženosti, literatura i izvori

Tema kozmetike u hrvatskoj je historiografiji uglavnom usputno obrađivana u radovima koji se bave razvojem farmaceutske industrije i njezinih proizvoda (lijekova i lijekovitih pripravaka). Proizvodi primarno namijenjeni uljepšavanju tako su u literaturi uglavnom usputno spomenuti pored ostalih farmaceutskih proizvoda, pri čemu nisu uklopljeni u širi kontekst Europe i svijeta. Stoga, kako bi se na što potpuniji način prikazao širi kontekst razvoja farmaceutske industrije i pojave kozmetike u Kraljevini SHS/Jugoslaviji, u odnosu ponajprije na Sjedinjene Američke Države i zapadnoeuropske zemlje, potrebno je posegnuti za radovima američke, britanske i njemačke historiografije. Značajni su tako radovi dr. sc. Annelie Ramsbrock koja se u svojim istraživanjima bavi fenomenom ljepote u 19. i 20. stoljeću, kulturnom poviješću 19. i 20. stoljeća te poviješću tijela. Značajan rad na tu temu je disertacija „The Science of Beauty Culture

and Cosmetics in Modern Germany 1750–1930“, zatim članak „Rationalitäten der Schönheit Wissenschaftliche Kosmetik zwischen Aufklärung und Weltwirtschaftskrise“, objavljen u časopisu *Historische Anthropologie*.

Kad je pak riječ o stanju istraženosti farmaceutske industrije u razdoblju međuraća, poglavito u Zagrebu, u domaćoj je literaturi osobito vrijedno djelo *Zagrebačka industrija 1935. – 1939. u kontekstu međuratnog gospodarskog razdoblja* autorice Ivane Žebec Šilj. Također, značajni su i radovi koji se bave pojedinim farmaceutskim tvrtkama i njihovim proizvodima, od kojih valja istaknuti rad Stelle Fatović-Ferenčić i Jasenke Ferber Bogdan „Tvornica Rave d. d. u ozračju početaka kemijsko-farmaceutske proizvodnje na području Hrvatske“, objavljen 2020. u časopisu *Acta medico-historica Adriatica*, u kojemu autorice donose pregled osnutka i razvoja tvornice Rave d. d. Također, ovaj članak nudi i temeljit opis poslovanja tvrtke, proizvodne djelatnosti i marketinga kojim se tvrtka služila kako bi bila prepoznata na tržištu.¹

Isto tako, vrijedni su radovi na temu povijesnog razvoja tvornice Kaštel d. d. koja je imala razgranatu djelatnost proizvodnje lijekova, cjepiva i kozmetičkih pripravaka. Pritom je posebno značajan katalog izložbe autorica Stelle Fatović-Ferenčić i Silvije Brkić Midžić *Kaštel na vrhuncu: oglašavanje i ambalaža lijekova tvornice Kaštel u Zagrebu 1930-ih i 1940-ih* te članak istih autorica „Početci i strategije marketinga tvornice Kaštel d. d. (1920. – 1945.)“, objavljen 2018. u časopisu *Medicus*. U potonjem su obrađene razne reklame za Kaštelove proizvode koji su se pojavljivali na tržištu a koje je oglašavao u stručnim časopisima namijenjenim liječnicima i ljekarnicima – *Liječničkom vjesniku*, *Ljekarničkom vjesniku*, časopisu *Medicus* te u dnevnom tisku i časopisima.² Govoreći o stanju istraženosti i literature koja se odnosi na tvornicu Kaštel d. d. važno je napomenuti da se literatura uglavnom odnosi na sljednika tvornice Kaštel d. d. – Plivu.

Pored navedene literature značajan je rad za proučavanje povijesti farmaceutske industrije, pa samim time i kozmetičkih proizvoda, i katalog izložbe autorâ Marina Pintura, Kristine Pandže i Rafaela Ban pod naslovom *Alga Sušak – čuvar vašega zdravlja*, kao i katalog izložbe koji se bavi poviješću Neva kozmetike, osnovane 1946. godine, autorice Koraljke Vlajo, pod naslovom *Marijina industrija ljepote 1963. – 1985.: Marija Kalentić i „Neva“ dizajn ambalaže*.

Okolnosti i uzroci popularizacije kozmetike u međuratnom razdoblju

Svijest o povezanosti ljepote i zdravlja, poznata još od antičkog doba, ostala je prisutna sve do današnjih dana. Na valu prosvjetiteljske misli, u osamnaestostoljetnoj Europi počela se javljati svijest o važnosti njege tijela. Zanimljiv primjer predstavljaju njemačke

1 Fatović-Ferenčić, Ferber Bogdan, „Tvornica Rave u ozračju početaka kemijsko-farmaceutske proizvodnje na području Hrvatske“, 66-70.

2 *Isto*, 65. Autorice u fusnotama navode obilje radova koji se bave poviješću pojedinih farmaceutskih tvrtki.

zemlje u kojima su već tada poznati pojmovi *cosmetica medicamenta* i *comotica ars*. I dok se prva odnosila na čišćenje kože pripravcima koji su je činili mekom i glatkom, *comotica ars* u osnovi se odnosila na šminku, odnosno sredstva za uljepšavanje i prikriivanje nepravilnosti.³ Zanimljivo je kako staleški priručnik – enciklopedija *Allgemeinen deutschen Real-Encyclopädie für die gebildeten Stände*, objavljena 1853. godine, kao pravi izvor ljepote ističe zdravlje tijela i duha, što se postiže tjelovježbom, ispravnom prehranom i pravilnom higijenom.⁴

Poslije se u Njemačkoj javljaju i kozmetički vodiči koji su se razlikovali po temama i strukturi, a bili su namijenjeni isključivo ženama.⁵ Osim u Njemačkoj, svijest o važnosti higijene, a samim time i njege zdravlja, javlja se u drugoj polovici 19. stoljeća i u drugim europskim zemljama te u SAD-u. U tome razdoblju vladala je zdravstvena paradigma da svaki pojedinac ima kontrolu nad svojim zdravljem.⁶

Nakon završetka Prvoga svjetskoga rata, u sklopu Lige naroda 1920. godine razvila se Zdravstvena organizacija (ZOLN) koja je pružala financijsku pomoć zemljama svijeta u reformi javnog zdravstva (higijena, epidemiologija, provođenje sanitarnih mjera, briga za majke i djecu, itd.) i zdravstvenom prosvjećivanju stanovništva.⁷ Njezinim posredstvom u europskim zemljama (Ujedinjenom Kraljevstvu, Francuskoj, Danskoj, Norveškoj, Poljskoj, Čehoslovačkoj, Mađarskoj, Španjolskoj, Grčkoj) počinju se osnivati središnje higijenske ustanove koje financijski potpomaže Rockefellerova fundacija iz SAD-a.⁸ Vrijeme je to velikih projekata osvješćivanja stanovništva o važnosti higijene u borbi protiv zaraznih bolesti, naročito na selu, ali i u gradovima.

Kraljevina SHS nije zaostajala za ovim valom promjena u Europi i Sjedinjenim Američkim Državama. Reforma zdravstvene službe početkom dvadesetih godina bila je značajna i za hrvatske krajeve, jer je u skladu s njom 1924. godine pri Ministarstvu narodnog zdravlja u Beogradu osnovan Inspektorat Ministarstva narodnog zdravlja Kraljevine SHS u Zagrebu, zadužen za organizaciju zdravstvene službe i javnog zdravstva, ali isto tako i edukaciju putem tečajeva, osvješćivanje o važnosti higijene, provođenje epidemioloških i sanitarnih mjera, itd. Inspektorat je naslijedio pravni položaj dotadašnjeg Zdravstvenog odsjeka Ministarstva narodnog zdravlja u Zagrebu, a bio je teritorijalno nadležan za područje Zagrebačke oblasti i Primorsko-krajiške oblasti. Osim toga, bio je to savjetodavni organ Ministarstva narodnog zdravlja u Beogradu, u pogledu stručnog nadzora nad svim sanitetskim ustanovama na teritoriju svoje nadležnosti.⁹

3 Ramsbrock, „Rationalitäten der Schönheit Wissenschaftliche Kosmetik zwischen Aufklärung und Weltwirtschaftskrise“, 105.

4 *Isto*, 106.

5 *Isto*, 108.

6 *Isto*, 107.

7 Dugac, *Kako biti čist i zdrav. Zdravstveno prosvjećivanje u međuratnoj Hrvatskoj*, 21-24.

8 Kouris et al., „Health reform initiatives in the interwar era: the case of Greece and the role of the league of nations health organisation“, 115-14.

9 HR-HDA-135, kut. 1, Inspektorat Ministarstva narodnog zdravlja kraljevine SHS u Zagrebu, Pov. 8/1924 od 5. 5. 1924. Promjena službe u inspektoratu – rješenje o nastupu službe inspektora i djelokruga inspektorata.

Ipak, kad je riječ o promjenama na području javnog zdravstva, od najveće je važnosti za hrvatske krajeve bio osnutak Škole narodnog zdravlja 1926. godine, koju je uz potporu Rockefellerove fundacije utemeljio dr. Andrija Štampar, pobornik ideje o važnosti socijalne medicine i higijene.¹⁰ Postignuća koja je ova ustanova ostvarila do kraja međuratnog razdoblja nisu imali premca, stoga joj se s pravom pripisuju goleme zasluge kod prosvjeđivanja stanovništva, naročito na hrvatskom selu, i osvješćivanja važnosti osobne higijene u borbi protiv zaraznih bolesti, primjerice kroz brojne dosjetljive parole i putujuće kinematografe.

Porast svijesti o važnosti higijene i čistoće uskladio se s postojećim shvaćanjem veze između zdravlja i ljepote, koja se odražavala u promicanju zdravog načina života i njege tijela. Pritom valja istaknuti i ulogu sporta koji je također dobio na popularnosti u međuratnom razdoblju, osobito u gradovima, ali i u manjim sredinama. Zapravo, prosperitet koji je zavladao dvadesetih godina u Zagrebu omogućio je niz promjena vidljivih u svakodnevnom životu i načinu provođenja slobodnog vremena, osobito kod pripadnika srednjeg i višeg građanskog sloja koji su si takav glamurozniji način života mogli priuštiti. Važan je impuls za popularizaciju kozmetičkih proizvoda dala filmska umjetnost, koja je dvadesetih godina doživjela velik uzlet. Za potrebe snimanja filmova na glumicama i glumcima obilno se koristi šminka kako bi se nastojalo istaknuti lice i prekriti nesavršenosti.

Pojavu dekorativne kozmetike u tome kontekstu potaknuo je Max Faktorowicz (poznat kao Max Factor) kad je za potrebe snimanja filma osmislio puder koji je bio gust i vodoootporan te je imao veliku moć prekrivanja (nazvan „*pancake*“ *makeup*). Max Factor pored pudera razvija i ruževe za usne u jarkim bojama kako bi se nastojali istaknuti usne i obrazi.¹¹ Poslovni uspjeh koji je Max Factor ostvario radeći kao inovator i vizažist na snimanjima filmova potaknuo je i veliki sukob 1935. godine s već etabliranim proizvođačima kozmetike u SAD-u, Elizabeth Arden (kreatorice „Stage MakeUp“ korištene prilikom snimanja filmova, koja je 1930-ih bila vlasnica 29 salona u Europi i SAD-u) i House of Westmore (koji je proizvodio vlastite proizvode, ali s manje uspjeha).¹² O tome sukobu za poslovnu prevlast u Hollywoodu izvještavao je časopis *Variety*, nazvavši ga „The Hollywood Powder Puff War“.¹³ Pobjedu je na koncu odnio Max Factor sa svojom „*pancake*“ šminkom koja je stekla veliku popularnost i u Hollywoodu i kod kupaca.

S popularizacijom filma i pojavom glamurno uređenih glumica i glumaca kozmetika se dvadesetih godina počinje shvaćati kao sredstvo za poljepšavanje.¹⁴ Vrijedilo je to za Sjedinjene Američke Države i mahom zapadnoeuropske zemlje, no nove trendove iz sve brojnijih hollywoodskih filmova koji se prikazuju u kinematografima počela je crpiti i hrvatska publika, oponašajući ih i prilagođavajući ih sebi. Osim na filmskim platnima, ovi noviteti reklamirali su se u velikoj mjeri i putem radija, novina, časopisa i plakata.¹⁵

10 Dugac, *Kako biti čist i zdrav. Zdravstveno prosvjeđivanje u međuratnoj Hrvatskoj*, 21-24.

11 Frith, „Globalizing Beauty: A Cultural History of the Global Beauty Industry“, 9.

12 Sinclair-Dootson, „The Hollywood Powder Puff War – Technicolor Cosmetics in the 1930s“, 110.

13 *Isto*, 107-108.

14 *Isto*, 9-10.

15 Šute, *Hrvatska povijest 1918. – 1941.*, 191.

Osim filma, važnu ulogu u promicanju novog načina života i oblikovanju modernog građanskog stila imali su i različiti časopisi. Središnje mjesto pritom je imala revija *Svijet*, ilustrirani tjednik koji je od 1926. do 1936. godine izlazio u nakladi zagrebačkog izdavačkog zavoda Tipografija. Urednik mu je bio akademski slikar i dizajner Otto Antonini, kojemu su kao uzor poslužili tada poznati svjetski i europski modni časopisi, primjerice američki *Vogue*, *Harper's Bazaar*, berlinski *Die Dame*, pariški *L'Esprit Nouveau* i popularni *La vie Parisienne*.¹⁶ Među domaćim tiskovinama profilirali su se tako posebno „ženski časopisi“, a koji već pri svome nastanku postaju glavni promotori ženstvenosti i obitelji.¹⁷

Popularni časopisi u međuratnom razdoblju postaju i medij za promociju kozmetičkih proizvoda. Prvi su ih u tu svrhu počeli koristiti američki proizvođači kozmetike. Zanimljiv primjer predstavlja reklama za Lux sapun, kojega je na tržište stavila tvrtka Lever Brothers 1925. godine, a uspješno ga je u tiskovinama reklamirala poznata reklamna agencija J. Walter Thompson Company.¹⁸ Ukorak prateći zapadne trendove, i *Svijet* je kao prvak suvremeno koncipiranog časopisa građanske orijentacije jednako tako donosio velik broj raznih reklama za kozmetičke proizvode, čiji su proizvođači bile domaće i strane tvrtke.

Od ostalih periodičkih publikacija koje su bile na tome tragu valja istaknuti *Ženski list* (1925. – 1938.), čija je urednica bila poznata književnica i novinarka Marija Jurić Zagorka.¹⁹ Izdavala ga je Jugoslavenska štampa, a u njemu su objavljivani članci o modi, kratki romani u nastavcima, tekstovi u uglednim osobama iz javnog i političkog života, savjeti za ručne radove, reportaže s putovanja, praktični savjeti ženama i drugo. Pored Zagorkinog *Ženskog lista*, u Kraljevini Jugoslaviji izlazili su i ženski časopisi *Ženski svet* (1923. – 1928.), *Pariška moda* (1895. – 1938.) i *Žena danas* (1938.) u Srbiji i *Niša žena* (1941.) u Sloveniji.²⁰

S obzirom na to da je briga o tijelu uvijek bila najtješnje vezana uz njegovanje ljepote, na valu nadolazećih utjecaja iz europskih zemalja i Sjedinjenih Američkih Država, koje je prenosio domaći tisak, u Zagrebu se organiziraju različita događanja u čijem je središtu isticanje i proslava ljepote, s posebnim naglaskom na onodobne modne trendove. U hotelu Esplanadi je tako 1926. godine organizirana prva modna revija na kojoj su predstavljeni odjevni komadi, obuća i modni dodatci iz svjetskih i europskih prijestolnica mode, a koncem iste godine ondje je održan i prvi izbor za Miss Jugoslavije. Pobjedu je odnijela Štefica Vidačić, koja je potom u ožujku 1927. u Berlinu proglašena i za Miss Europe.²¹ Izbori ljepote tih su godina postali toliko popularni da je u jednom

16 Kolveshi, *Zagreb i „Svijet“ – „Svijet“ i Zagreb dvadesetih*, 31.

17 Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation: Journalism, Gender, and Modernity in Interwar Yugoslavia*, 51-52.

18 Peiss, „On Beauty ... And the History of Business“, 496. Također: Jones, *Beauty imagined: A History of the Global Beauty Industry*, 98.

19 Kolveshi, *Zagreb i „Svijet“ – „Svijet“ i Zagreb dvadesetih*, 29. Sklevicky, „Patuljasta amazonka hrvatskog feminizma: Marija Jurić Zagorka, 1988“, 245-247.

20 Vujnović, *Forging the Bubikopf Nation: Journalism, Gender, and Modernity in Interwar Yugoslavia*, 73.

21 Šute, *Hrvatska povijest 1918. – 1941.*, 194-195.

broju časopisa *Koprive* 1930. godine izvjesni „Iznebuh“ u svom humorističnom osvrtu ovu pojavu nazvao „missomanijom“, a ujedno je i podrugljivo predložio da se uvedu i naslovi „Miss Jugo-crijevo“, „Miss Industrija suhomesnate robe“, „Miss Zoološki vrtić“ i drugi.²²

Važno je napomenuti, međutim, da su misice, slično kao i popularne glumice, često i promovirale kozmetičke proizvode. Štefica Vidačić je, primjerice, nastupila kao zaštitno lice Elida kozmetike, a jedan od primjera je reklama objavljena u reviji *Svijet* 1927. godine s porukom „Miss Jugoslavija upotrebljava ‘Elida Shampoo’. / Čini kosu svilenkastom i mekom / Daje joj ugodan miris / Čisti temeljito sa bogatom pjenom / Sprječava prhut i opadanje kose“.²³

Važno je istaknuti da su proboj moderne građanske kulture i društvena zbivanja koja su obilježila dvadesete i tridesete godine u velikoj mjeri utjecala na postupnu promjenu percepcije uloge i položaja žene u društvu. Publikacije poput revije *Svijet* ovu su promjenu poticale, no ujedno su i potvrđivale njezin nastup. Primjerice, zanimljivu sliku tadašnje suvremene Zagrepčanke, odnosno onoga što bi ona mogla ili željela biti, u reviji s dozom ironije donosi ilustrirani humoristični tekst pod naslovom *Zagrepčanka i moda* te je opisuje kao modernu i svestranu ženu koja privređuje za sebe, čita modne žurnale, bira raznu modernu odjeću i modne dodatke, nosi *bubikopf* ili frizuru a *la garçon* stila, oblači smoking, voli kazalište, operu, glazbu i izlaske, aktivna je u javnom i političkom životu, obrazuje se, bori se za ženska prava i drugo.²⁴ Naravno, u stvarnosti je tomu opisu odgovarao vrlo malen broj žena.

Ipak, povećanje broja proizvoda koji su bili namijenjeni isključivo ženama, među ostalim, kozmetičkih i sličnih proizvoda za uljepšavanje, svjedoči o postojanju značajne potražnje. Premda je tih godina još uvijek vladalo mišljenje da žena privređuje za sebe, a muškarac za obitelj, što je ženu stavljalo u inferioran položaj, ipak su se u izvjesnoj mjeri povećale mogućnosti za obrazovanje i zapošljavanje žena, a s time i za njihovu samostalnu zaradu.²⁵ Spomenute časopise u kojima su reklamirani modni noviteti čitale su prije svega žene iz viših društvenih slojeva, zaposlene ili na neki drugi način situirane, koje su si mogle priuštiti određene kozmetičke proizvode i tretmane za njegu ljepote. Potaknute hollywoodskim filmovima u kojima su glavne uloge igrale glamurozno dotjerane glumice, i same se počinju uređivati. Kozmetika, a posebno šminka koja je do toga vremena prema općem shvaćanju (posebno u viktorijskoj Engleskoj) smatrana nečim što su koristile samo glumice i žene upitnog morala, počinju koristiti žene u visokom društvu koje su time nastojale predstaviti i pokazati najbolju verziju sebe na raznim događanjima.²⁶

22 „Intelektualni ušticipci“, *Koprive*, 10. 5. 1930., 375.

23 „Miss Jugoslavija upotrebljava ‘Elida shampoo’“, *Svijet*, 8. 5. 1927, 435.

24 „Zagrepčanka i moda“, *Svijet*, 22. svibanj 1926., br. 16, 302-303.

25 Usp. Grgić, *Između režimske ideologije i potreba građanstva: Savska banovina 1929. – 1939.*, 372.

26 Hibbard, „Giving face – women’s make-up style and status in the 1930s“, *Victoria and Albert Museum, London*.

Razvoj farmaceutske industrije u međuratnoj Hrvatskoj

Po završetku Prvoga svjetskoga rata Hrvatska je u okviru nove državne zajednice doživjela svojevrsan gospodarski uzlet. Premda je ranije kao primarno agrarna zemlja spadala u nerazvijenije dijelove bivše Austro-Ugarske Monarhije, u Kraljevini SHS imala je uvjerljivo najrazvijenije bankarstvo, trgovinu i industrijsku proizvodnju. Tijekom dvadesetih godina u gradovima diljem zemlje osnovane su brojne tvornice, čemu je uvelike pogodovalo i sve izraženije doseljavanje stanovništva s osiromašenog prenapućenog hrvatskog sela, koje je bilo slabijeg obrazovanja i mahom se zapošljavalo u industrijskom sektoru.²⁷ Premda je Zagreb nakon ujedinjenja izgubio svoj politički i administrativni položaj, postao je glavno gospodarsko i financijsko središte zemlje. Dobar položaj poduprijet je bio i uvođenjem carinske tarife 1925. godine kojom se nastojala zaštititi domaća industrija. Donošenje carinske tarife omogućilo je otvaranje velikog broja industrijskih postrojenja (posebno tekstilne industrije) i stvaranje monopola robe.²⁸ Pojava velikog broja tvornica i manjih poduzeća, kao i loši uvjeti rada i smještaja, postaju opći problem u hrvatskom dijelu Kraljevine. Dolazi do osnivanja Glavne inspekcije rada i Oblasne inspekcije rada u Zagrebu 1921. godine. Zadatak Inspekcije rada bio je nadzor i regulacija tehničke, higijenske i socijalne zaštite radnika i drugih zaposlenih u industrijskim, obrtnim i trgovačkim poduzećima. Pored toga, vodila se briga o pravima radnika, uvjetima rada u poduzeću, zdravlju, smještaju, prehrani i trajanju radnoga vremena.²⁹

Ubrzan razvoj domaće industrijske proizvodnje bio je usporen zbog izbijanja velike gospodarske krize početkom tridesetih godina. Na hrvatsko gospodarstvo osobito se negativno odrazila propast Prve hrvatske štedionice nakon donošenja *Zakona o novcu* 1931. godine, što je dovelo do urušavanja privatnog bankarstva u Hrvatskoj i preseljenja ekonomskog središta iz Zagreba u Beograd.³⁰ Industrija se u Hrvatskoj narednih godina nastavila razvijati, no otežano i znatno sporije. Do razvoja farmaceutske industrije na području Hrvatske došlo je već u prvim poratnim godinama.³¹ Temelje za njezin razvoj možemo potražiti u osnutku Kraljevske tehničke škole u Zagrebu 1919. godine, u sklopu koje je djelovao kemičko-tehnički odio. Nakon njegova izdvajanja i osamostaljenja 1922. godine iz njega je nastao Zavod za organsku kemiju u Zagrebu.³² Nakon dolaska dr. Vladimira Preloga Zavod se počinje širiti, a sve se više angažira i u farmaceutskoj industriji, posebno u suradnji s tvornicom Kaštel d. d.³³

27 Žebec-Šilj, *Zagrebačka industrija 1935. – 1939. u kontekstu međuratnog gospodarskog razdoblja*, 35.

28 *Isto*, 36.

29 „Zakon o inspekciji rada“. *Službene novine* 69 (1922); „Zakon o inspekciji rada“. *Zbirka zakona i uredba*, 86 (1940).

30 Žebec-Šilj, *Zagrebačka industrija 1935. – 1939. u kontekstu međuratnog gospodarskog razdoblja*, 38.

31 Fatović-Ferenčić, Ferber Bogdan, „Tvornica Rave u ozračju početaka kemijsko-farmaceutske proizvodnje na području Hrvatske“, 64.

32 Jakopović, „Vladimir Prelog i Zavod za organsku kemiju, Kemija u industriji“, 96.

33 Žebec-Šilj, *Zagrebačka industrija 1935. – 1939. u kontekstu međuratnog gospodarskog razdoblja*, 178-179.

Razvoj farmaceutske industrije uvjetovala je pojava obrazovanog osoblja, velik istraživački potencijal i proširenje tržišta. Zbog toga se dvadesetih i tridesetih godina osnivaju velika poduzeća iznikla iz ljekarni i malih laboratorija, primjerice Dioničko društvo za industriju i promet droga i kemikalija Isis d. d., Kaštel – tvornica kemijsko-farmaceutskih proizvoda d. d., Jugofarmacija d. d. – veledrogerija i tvornica farmaceutskih preparata, Kemika d. d. za kemijsku i farmaceutsku industriju, Rave – kemijsko, farmaceutsko, industrijsko i trgovačko d. d., dr. A. Wander d. d. – tvornica farmaceutskih i dijetetičkih preparata, Ljekarničko-kozmetički laboratorij Alga Sušak, A. Resman k. d. – tvornica esencija, etera, eteričnih i cvjetnih ulja Zagreb.³⁴ Uz proizvodnju lijekova, cjepiva i ljekovitih pripravaka navedena poduzeća započinju i proizvodnju kozmetičkih proizvoda.

Proizvodnja i prodaja kozmetičkih proizvoda

Dok je na oblikovanje i promociju novih trendova na području mode, njege tijela i kozmetike velik utjecaj, među ostalim, imala bujajuća američka filmska industrija te razne publikacije koje su se pojavile na domaćem tržištu dvadesetih godina, iz inozemstva je u Kraljevinu također navirao i poticaj za proizvodnju i prodaju kozmetičkih pripravaka i proizvoda za njegovanje ljepote. U tome razdoblju glavni centar ljepote postaju Sjedinjene Američke Države, dok istovremeno Francuska (Pariz – glavni grad ljepote), Velika Britanija i Italija padaju u drugi plan.³⁵ Tako se javljaju američki „divovi“ među stranim proizvođačima, primjerice Francois Coty, Max Factor, Elizabeth Arden i Helena Rubinstein,³⁶ koji su tih godina širili svoja poslovna carstva i otvarali brojne salone i podružnice diljem Sjedinjenih Američkih Država i Europe. Porast popularnosti i zarade na kozmetičkim proizvodima u Sjedinjenim Američkim Državama dokazuje i podatak koji Geoffrey Jones navodi u svome radu *Beauty imagined: A History of the Global Beauty Industry* da je 1919. godine prihod od prodaje kozmetike i toaletne vode na američkom tržištu dosegao 60 milijuna dolara, a sljedeće 1920. godine porastao na 130 milijuna dolara.³⁷ Utjecaj tih velikih kozmetičkih divova prelio se i u Kraljevini SHS/Jugoslaviji, gdje su manje i veće tvrtke postajale distributeri njihovih proizvoda za domaće tržište. Usto se počinje javljati i domaća proizvodnja kozmetičkih pripravaka, koja je međutim nerijetko bila vezana uz proizvodnju lijekova i higijenskih potrepština.

O postupnom rastu broja domaćih proizvođača i distributera kozmetičkih proizvoda, većih i manjih farmaceutskih tvrtki, drogerija i parfumerija, svjedoči osnutak i djelovanje Saveza fabrika sapuna, sveća i parfimerije, koji je 1929. godine preimenovan u Savez drogerista. Ovo je staleško udruženje od 1927. do 1941. izdavalo svoje službeno

34 Isto, 64.

35 Jones, *Beauty imagined: A History of the Global Beauty Industry*, 97.

36 Sinclair-Dootson, „The Hollywood Powder Puff War – Technicolor Cosmetics in the 1930s“, 107-131.

37 Jones, *Beauty imagined: A History of the Global Beauty Industry*, 98.

glasilo, mjesečnik *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, koji je bio namijenjen stručnim osobama koje su se bavile upravo tom djelatnošću. Sadržajno, vjesnik obuhvaća članke na temu tržišta kozmetike u Jugoslaviji, problematizira donesene pravilnike o javnom nadzoru nad kozmetičkim sredstvima, donosi osvrte na kozmetičke proizvode, njihovu primjenu i kemijski sastav, stručne radove vezane uz upotrebu raznih kemijskih sredstava u kozmetičkim proizvodima, novitete na području kozmetike (npr. pojava bioloških (hormon) krema za lice, istraživanja vezana uz korištenje proizvoda za zaštitu od sunca, itd.), razne vijesti iz područja rada kozmetičkih obrta, tvrtki koje se bave proizvodnjom kozmetičkih pripravaka i drugo.³⁸

U gradu Zagrebu tih je godina parfumerijâ i trgovinâ kozmetičkim proizvodima bilo mnogo. Na to, među ostalim, ukazuje i postojanje Sekcije trgovaca parfumerijskom i kozmetičkom robom u Zagrebu, čiji je pročelnik 1938. godine bio Zvonimir Kralj.³⁹ Od poznatijih zagrebačkih prodavača kozmetičkih proizvoda posebno su značajni parfumerija Nobilior,⁴⁰ čija je vlasnica mr. ph. Bela Vary bila i članica radnog odbora spomenute Sekcije trgovaca parfumerijskom i kozmetičkom robom, potom Centifolia – Kozmetički zavod Zagreb, Ernest Thiriet, Chosmochemia i parfumerija Lady,⁴¹ Pharmacosma – trgovina parfumerijskom i kozmetičkom robom,⁴² drogerija Univerzal,⁴³ ali i druge.

Proizvođače i predstavništva kozmetičkih proizvoda možemo podijeliti na male i velike. Mali proizvođači su ljekarne, razni samostalni laboratoriji i zavodi koji su se bavili proizvodnjom vlastite kozmetike i samostalno vršili razne kozmetičke tretmane. Pritom su bili dužni poštivati najprije *Obrtni zakon* iz 1884. godine, potom od 1931. *Zakon o radnjama*, no isto tako i zakone vezane uz proizvodnju lijekova i ljekovitih pripravaka te djelomično odredbe *Pravilnika o javnom nadzoru nad kozmetičkim sredstvima*.⁴⁴ Veliki proizvođači bili su farmaceutske tvrtke koje su pored vlastite proizvodnje u sklopu svojih domaćih parfumerijskih i veledrogerijskih odjela bile predstavništva stranih tvrtki za jugoslavensko tržište. Prema velikim poduzećima primjenjivane su odredbe *Zakona o radnjama* koje su se odnosile na industriju.⁴⁵

38 „Zvanični izvještaji sa tržišta“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, veljača 1938., br. 2, 9-22., ožujak 1938., br. 3, 9-22., listopad 1938, br. 9, 9-22., listopad 1938, br. 10, 9-22.

39 „Rad sekcije trgovaca parfumerijskom i kozmetičkom robom u Zagrebu“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, ožujak 1938., br. 3, 8.

40 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 83 (795), DKI dosje, Parfumerija Nobilior, br. 3630.

41 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 136 (848), DKI dosje, Vari mr. ph. Bela i t. t. Cosmoschemia i t. t. L'Oreal, br. 6191.

42 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 48 (760), DKI dosje, Grünberger Desider i Pharmacosma trgovina parfumerijskom i kozmetičkom robom te higijensko sanitetskim materijalom, Zagreb, br. 2029.

43 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 392 (1104), DKI dosje, Schön (Savin) Lenka i drogerija Univerzal, Zagreb, br. 16254.

44 „Rješenje o kontroli kozmetičkih predmeta“. *Zbirka zakona i uredbi*, (98) 1936, 351; „Pravilnik o oglašavanju lekova i lekovitih specijaliteta u dnevnim listovima ili drugim načinom“. *Zbirka zakona i uredbi*, (34) 1932, 96-98; „Pravilnik o lekovima i lekovitim specijalitetima“. *Zbirka zakona i uredbi*, (385) 1932, 1343-1352.

45 HR-HDA-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 204, mr. ph. August Tugoslav traži izdavanje obrtnice za proizvodnju i prodaju farmaceutskih pripravaka, br. 36780-Z-1944, 1. prosinac 1944.

Jedno od značajnijih farmaceutskih poduzeća na području kraljevine Jugoslavije bilo je kemijsko-farmaceutsko industrijsko i trgovačko Rave d. d., Zagreb, koje je, pored lijekova i sanitetskog materijala po kojima je bilo poznato, proizvodilo i kozmetičke i parfumerijske proizvode, paste, vodice i prašak za zube, šampone za kosu, kolonjske vode, itd.⁴⁶

Prema izvješćima Savske financijske direkcije u Zagrebu tvrtka je poslovala uspješno, a rezultate toga poslovanja pronalazimo u „Izvještajima ravnateljstva Rave o radu i uspjehu društva za 11. poslovnu godinu (31. prosinca 1932.)“. U izvještaju stoji da je poduzeće u godini 1932. poslovalo stabilno, ali da je zbog pada vrijednosti dinara poslovanje tvrtke ipak bilo u blagom padu. Za to razdoblje u popisu dužnika vidi se velik broj raznih ljekarni, drogerija, parfumerija i kozmetičkih salona koji su bili dužni tvrtki isplatiti njene usluge.⁴⁷ Među dužnicima za 1932. godinu nalaze se i neke poznate zagrebačke parfumerije, među ostalima Nobilior, Parfumerija Teoo, Parfumerija Superb i druge. Podatke o poslovanju poduzeća Rave d. d. kasnijih godina pronalazimo u izvještaju Industrijske komore u Zagrebu za 1938. godinu, u kojemu stoji da je tvrtka proizvela oko 60 000 komada kozmetičkih proizvoda i ostvarila 550 000 dinara godišnjeg prihoda, tj. 35 % od ukupne proizvodnje svih proizvoda (lijekova, medicinske gume, sanitetskog materijala i ljekovitih pripravaka).⁴⁸

Podatke o vrijednosti tvrtke donosi izvještaj o procjeni pokretnog imetka iz svibnja 1941. godine, u kojemu stoji da je tvrtka pored ostalih prihoda na odjelu Veledrogerija – parfumerija i kozmetika ostvarila 163 795,65 dinara godišnjeg prihoda.⁴⁹ Pored prodaje i proizvodnje kozmetičkih proizvoda tvrtka je i zastupala strane tvrtke: E. Büttner iz Leipziga za eterska ulja, Ferdinand Mühlhend iz Kölna za kozmetiku i parfumeriju, Hans Schwarzkopf iz Berlina za specijalitete za njegu kose te Dermakosmetika iz Basela za Höfer proizvode.⁵⁰

Tvrtka Rave bila je i licencirani proizvođač proizvoda manjih poduzeća. Jedan primjer toga nam je ponuda tvrtke Rave za proizvodnju kozmetičkih proizvoda koju je uputila kozmetičkom Zavodu Maud Pototschnig za proizvodnju kozmetike pod imenom Salona.⁵¹ Također, tvrtka Rave je proizvodila i pripravke za parfumeriju Nobilior, drogeriju Laokon te parfumeriju Superb u Zagrebu.⁵² Tvrtku Rave nakon Drugog svjetskog rata 1948. godine pripojila je tvrtka Neva kozmetika (osnovana 1947.

46 Fatović-Ferenčić, Ferber Bogdan, „Tvornica Rave u ozračju početaka kemijsko-farmaceutske proizvodnje na području Hrvatske“, 66-70.

47 HR-HDA-152-SFD, kut. 600, dosje Rave d. d. kemijsko-farmaceutsko trgovačko i industrijsko, Zagreb, br. 1161.

48 HR-HDA-597-IK/Z, kut. 19, Rave d. d. kemijsko-farmaceutsko industrijsko i trgovačko d. d. Zagreb, dosje br. 10. Upitni arak i izvještaj iz siječnja 1939. godine.

49 HR-HDA-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 209. Izvještaj o procjeni pokretnog imetka kod Rave d. d., br. 54948/1941, 5. studeni 1941.

50 *Isto.*

51 HR-DAZG-10-GPZ, kut. 307, Obrtni odsjek, obrtni dosje Maud Pototschnig, br. II-3411-1933.

52 HR-GDA-152-SFD, kut. 600, dosje Rave d. d. kemijsko-farmaceutsko trgovačko i industrijsko, Zagreb, br. 1161.

godine, upisom u zagrebački trgovački registar kao pravni sljednik tvrtke Beiersdorf u Zagrebu). Sjedište tvrtke Neva kozmetika bila je zgrada nekadašnje tvrtke Rave (koja se nalazila na uglu Vrbanićeve ulice i Tuškanove ulice u Zagrebu). Ujedinjavanjem Tvrtke Neva i Rave, Neva kozmetika naslijedila je bogatu tehnologiju i znanje tvrtke Rave u proizvodnji kozmetičkih proizvoda.⁵³ Pored tvrtke Rave značajna je bila i tvrtka Kaštel d. d. tvornica kemijskih i farmaceutskih proizvoda, Zagreb, koja je pored raznih lijekova proizvodila i kozmetičke preparate.⁵⁴

Ostale tvrtke u Zagrebu i na području Hrvatske uglavnom su djelovale kao predstavništva, no neke od njih s vremenom su preuzele i proizvodnju kozmetičkih proizvoda. Primjer je tvrtka Hinko Meyer (poznata i kao Koncern Marić), koja je 1918. godine imala predstavništvo za francusku tvrtku Thibaud u Parizu, koncesionara Gibbs proizvoda za cijeli europski kontinent. Pored Gibbs proizvoda tvrtka je imala predstavništvo za proizvode: Coty, Tokalon, Baedur, Angelus, Worth Barbart, Silvikrin, Roure-Bertrand i Vasenol.⁵⁵ Tvrtka Hinko Meyer osnovala je 1929. godine parfumerijski odjel koji je od 1932. krenuo s vlastitom proizvodnjom.⁵⁶ Tvornica je svoju proizvodnju unaprijedila 1936. godine, kada dobiva suvremene strojeve i obrtnicu za proizvodnju parfemskih, kozmetičkih, higijenskih i toaletnih proizvoda. Među ostalim, tvrtka je proizvodila losione, parfeme, vodice i šampone za kosu, sredstva za brijanje, kreme za lice, soli za kupke, depilatorije, briačke sapune, sredstva za dezinfekciju i kozmetiku – ruževe za usne, pudere, pufnice za pudrijere i slično.⁵⁷

Sljedeća velika tvrtka bila je Beiersdorf & Co. Chemische Fabrik A. G. Hamburg, koja je imala zastupstvo za Jugoslaviju u Zagrebu od 1939. godine. Uvozila je i na jugoslavenskom tržištu prodavala Atrix kremu za depilaciju i Nivea proizvode (kremu, kremu bez masti, kremu za brijanje, kremu za djecu, sapun za brijanje, Nivosa vodicu za lice i vodu za usta). Među ostalim većim proizvođačima i distributerima kozmetičkih proizvoda bila je Jugofarmacija d. d. Zagreb, čiji je odjel za kozmetiku ujedno bio i predstavništvo tvrtke dr. mr. Albersheim Frankfurt A. M. – London. Reklamirala je i uvozila liniju kozmetičkih proizvoda Khasana Superb: rumenila, pudere i ruževe za usne.⁵⁸

Važno poduzeće za proizvodnju kozmetike bilo je Jugoslavensko d. d. Georg Schicht-Lever u Osijeku, koje je proizvodilo popularne proizvode kozmetike Elida, ali je u ponudi imalo i sapune, šampone za kosu, pudere, toaletne vode, kreme i vodice za lice.⁵⁹ Kao

53 Vlajo, *Marijina industrija ljepote (1963. – 1985.)*, Marija Kalentić i „Neva“ dizajn ambalaže, 35.

54 „Povoljna bilanca tvornice Kaštel d. d. u Zagrebu za god. 1937“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, veljača 1938., br. 2, 7.

55 *Spomen knjiga prve obljetnice Nezavisne države Hrvatske* (10. travnja 1941. – 10. travnja 1942.), 80.

56 *Isto*, 80.

57 „Zvanični izvještaji sa tržišta“, *Drogerijskom i parfumerijskom vjesniku*, listopad 1938, br. 10, 9.

58 „Imate li naravnu boju lica – Khasana – Superb“, *Svijet*, 25. siječnja 1930., br. 5, 118.

59 Knežević-Križić, Vinaj, „Od male sličice do velike priče: Osječka tiskana građa tvornice Saponia u Odjelu knjižnice Muzeja Slavonije“, 16, 13. Ranije poznata kao Prva osječka tvornica sapuna, do 1930. godine kada se spaja s nizozemsko-britanskim koncernom Lever Brothers.

još jedan od primjera sličnih poduzeća smještenih izvan Zagreba može se spomenuti Industrija sapuna i kozmetike, vlasnika Ivana Markovine, koja je djelovala u Karlovcu od 1934. do 1936. godine.⁶⁰

Osim farmaceutskih tvrtki, značajnu ulogu u proizvodnji i prodaji kozmetičkih proizvoda u Zagrebu imale su i ljekarne, koje su uz lijekove i ljekovite pripravke prodavale i kreme za lice i tijelo, kolonjske vodice i drugo. Od poznatijih ljekarni koje su u ponudi imale kozmetičke proizvode svakako valja istaknuti Kaptolsku ljekarnu „K sv. Mariji“, smještenu na Dolcu kraj tržnice, koju je vodio ljekarnik Vlatko Bartulić, te ljekarnu Crvenom križu u Ilici ljekarnika Ladislava Gayera.

U brošuri Kaptolske ljekarne „K sv. Mariji“ navedeno je da u ponudi ima vlastitu Novoderma kremu, koja se reklamirala kao zaštitna krema protiv ispucanosti kože, a namijenjena je bila njezi ruku i lica, potom Onyx lac – lak za zaštitu noktiju, Lanolin kremu za njegu usnica i lica, kupaće tablete od soli i smrekovine (koje osvježavaju), Eau de cologne Zagreb i chypre, za koji Bartulić navodi da ga proizvodi prema starom receptu iz 1599. godine, kada je ljekarna osnovana, i koji se preporučao za kožu, kosu, lice, tijelo te za dezinfekciju ruku.⁶¹ Ljekarna Crvenom križu reklamirala se u novinama s Lilas kremom, koja je bila namijenjena dnevnoj ili noćnoj njezi lica. Pored kreme u ponudi su bili još i Lilas sapun za čišćenje lica i Lilas puder za lice.

Konačno, u tom su razdoblju u Zagrebu kao proizvođači djelovali i samostalni laboratoriji, npr. Ekas laboratorij mr. Slavka Zimmermana te laboratorij Henry H. Neuman (zastupstvo) za Innoxa proizvode (Odo-ro-no proizvod protiv znojenja i depilacijska krema Taky), Milan E. Hojka, Mažuranićev trg, kao zastupstvo za Eta kozmetičke proizvode (u ponudi su bili preparati protiv akni, znojenja, za stiliziranje kose i kupke). Ernest Thriet imao je 1930. godine generalno zastupstvo za proizvode američke tvrtke Coty. Ljekarničko-kozmetički laboratorij Alga, Sušak (Rijeka), koji je registriran u srpnju 1926. godine, pored svojih popularnih ljekovitih proizvoda Alga za masažu i Energin za slabokrvnost proizvodio je i kozmetičke pripravke kao što su bili krema Vema za ispucalu kožu, prišteve, opekline, ogrebotine, ozeblina, itd., Olet prašak protiv znojenja te kozmetičku liniju Gardenija koja je sadržavala parfem, kolonjsku vodu, sapun, puder i dnevnu i noćnu kremu.⁶² Od ostalih poduzeća koja su proizvodila slične kozmetičke pripravke valja istaknuti i zagrebačku t. t. Arcana kemikalije, droge, lijekovi i specijaliteti te zastupstvo Dr. Pavao Peteö, komisioni posao zdravstvenim i kozmetičkim sredstvima u Zagrebu.

Dok su hrvatskoj prijestolnici mode i kozmetike parfumerije i drogerije očekivano bile najbrojnije, one su se mogle pronaći i u drugim većim hrvatskim gradovima. U Osijeku je, primjerice, značajan bio Francuski magazin, a mogu se izdvojiti t. t. Flugger Iso, trgovina parfumerijskom, nirnberškom i galanterijskom robom,⁶³ Optofarma,

60 HR-DAKA-3-PGK, kut. 97, Industrija sapuna i kozmetike, br. 14430/1936, 31. kolovoza 1934.

61 HR-HDD-1526-Ljekarna Bartulić, kut. 3, reklamna brošura ljekarne iz 1930-ih.

62 Pintur, Pandža, Ban, *Alga Sušak – čuvar vašega zdravlja*, 43-45, 50-51.

63 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 187 (899), DKI dosje, Flugger Iso i trgovina parfumerijskom, nirnberškom i galanterijskom robom, Osijek, br. 9113.

drogerija na veliko, vlasnika Vilima Schmucklera,⁶⁴ t. t. Sanitarija, trgovina parfumerijskom robom, vlasnika mr. ph. Oskara Herškovića,⁶⁵ te Bela Schlesinger, trgovina parfumerijske i sapunarske robe i kuhinjskih proizvoda.⁶⁶ U Vukovaru su postojale parfumerija Lady vlasnice Jelice Kraus-Antonović,⁶⁷ i parfumerija Francuski magazin u vlasništvu Mladena Zorića. Francuski magazin imao je veliku ponudu kozmetike i šminke, o čemu svjedoče česte reklame u reviji *Svijet*. Prodavao je proizvode svjetskih i domaćih tvrtki, primjerice kozmetiku Arden (Elizabeth Arden), Max Factor preparate (kreme i šminke – pudere, četkice za skidanje šminke, olovke za obrve, ruževe, ruž za lice, sjenila za oči, itd.), Rivoli kozmetiku (kreme), Nivea kreme, Elida kozmetiku, Kaloderma kreme, 4711 kreme u tubi, Tokalon proizvode, Bourjois, Rimmel (tuševe za trepavice, puder i rumenila), kao i kutijice za pudere, pudrijere, aparate za brijanje, kistove i sl.⁶⁸ Jednako tako, parfumerije i drogerije nalazimo u Požegi (parfumerijska radnja Venus),⁶⁹ Slavanskom Brodu (npr. Kohn Ervin i drogerija i parfumerija),⁷⁰ Bjelovaru (npr. parfumerija Hirschl Oskar i parfumerija),⁷¹ ali i u Dubrovniku (Fotoparfumerija vl. Berner Josip).⁷²

Raznovrsnost i brojnost kozmetičkih proizvoda koji su se mogli kupiti na zagrebačkom tržištu najbolje nam pokazuje reklama za trgovačku kuću Kastner & Öhler u Ilici iz 1930. godine, s naslovom „U društvu odlučuje njegovana pojava. Za razumnu i potrebnu njegu tijela preporučamo ove odlične proizvode“, a među kojima se nalazi veliki izbor raznih proizvoda za njegu i uljepšavanje lica i tijela i aparata za brijanje.⁷³ Osim toga, prezentaciju proizvoda i raznovrsnost ponude vrlo dobro oslikava citat iz *Drogerijskog i parfimerijskog vjesnika* iz 1938. godine: „Tko se prošeta ulicama većih

64 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 205 (917), DKI dosje, Optofarma, drogerija na veliko, vlasnik Schmuckler Vilim, br. 9899.

65 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 193 (905), DKI dosje, Heršković Oskar i trgovina Sanitarija, Osijek, br. 9317.

66 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 205 (917), DKI dosje, Schlesinger Bela i trgovina parfumerijske i sapunarske robe, br. 9891.

67 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 402 (1114), DKI dosje, Antonović Jelica i parfumerija Lady, br. 16378.

68 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 447 (1159), DKI dosje, Francuski magazin – parfumerija, vlasnik Zorić Mladen, Osijek, br. 17921. Povjerenikom (upraviteljem) Francuskog magazina 1942. godine imenovan je Julijus Nagya, koji je postavljen kao zamjenik Eugena Singera, a koji se je nalazio na odsluženju vojnoga roka. Vlasnik Mladen Zorić, pobjegao je u Beograd gdje je imao i upisanu adresu prebivališta i boravišta.

69 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 262 (974), Blam Vilim, i parfumerijska radnja Venus, Požega, br. 12071.

70 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 225 (937), DKI dosje, Kohn Ervin i drogerija i parfumerija, Slavonski Brod, br. 10657.

71 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 406 (1111), DKI dosje, Hirschl Oskar i parfumerija, Bjelovar, br. 16454.

72 HR-HDA-1076-Ponova, kut. 33 (745), DKI dosje, Fotoparfumerija vlasnik Berner Josip, Dubrovnik, br. 1443.

73 „U društvu odlučuje njegovana pojava. Za razumnu i potrebnu njegu tijela preporučamo ove odlične proizvode“, *Svijet*, 22. veljače 1930, br. 9, 208.

gradova, Ljubljane, Zagreba, a prije svega Beograda ostaje zapanjen lijepim izlozima parfumerija. Tu se vide izloženi proizvodi svih zemalja.⁷⁴

U želji da privuku kupce, drogerije i parfumerije često su svoje proizvode reklamirale u novinama i časopisima, ali i putem svojih reklamnih brošura. Posebno je važno bilo steći povjerenje kupca. Da bi se to ostvarilo trebalo je poraditi i na nastupu samog prodavača, pa je tako u *Drogerijski i parfimerijski vjesnik* u jednom članku 1938. godine opisano kako se treba opohoditi s kupcima, kako prezentirati i preporučiti proizvod.⁷⁵ Jednako tako, potencijalne kupce trebalo je i uputiti u određene pojedinosti kozmetičke prakse, približiti im postupke koji bi na njima mogli biti vršeni prilikom tretmana u salonu, te naročito njihovu svrhu i željene učinke. Naravno, ovakve promotivne tekstove uglavnom su potpisivali autoriteti koji su već svojim zvanjem ulijevali povjerenje. Primjerice, poznata stručna suradnica revije *Svijet*, *Ženskoga lista* i *Novosti* na tom polju bila je privatna liječnica dr. Julija Lederer iz Zagreba, vlasnica liječničkog-kozmetičkog zavoda na Jelačićevom trgu 6/I, u kojemu se, među ostalim, bavila njegovom puti, odstranjivanjem dlaka, madeža i bradavica, a vršila je i tretmane kvarzlampom i dijametrijom.⁷⁶ U reviji *Svijet* uređivala je rubriku „Iz kozmetike“, a kao posebno zanimljiv može se istaknuti njezin prilog „Njega ljepote“ u kojemu opisuje koje to postupke tretman obuhvaća, obrađuje teme anomalije kod znojenja, njege ruku, utjecaja sunca na kožu, proširenih vena (na nogama), njege normalne kože, odstranjivanja suvišnih dlačica, daje savjete ženama za njegu tena i slično.

Što se pak tiče trendova, koji su određivali ponudu drogerija i parfumerija, među damama je posebno popularna bila američka, francuska i njemačka kozmetika, premda nisu zaostajali ni domaći proizvodi (npr. Elida kozmetika), obično rađeni po uzoru na strane tvrtke. Popularnost strane, u prvome redu francuske kozmetike najbolje nam oslikava jedna reklama za proizvode Neige des Cévennes, objavljena u reviji *Svijet* pod naslovom „Kako se Parižanke uljepšavaju“. U njoj je opisana rutina koju „practicira“ poznati šaljivi ženski lik iz francuskog časopisa *La vie Parisienne*, čiji je autor slikar i ilustrator Maurice Millière: „Poznato je da glasovita Parižanka de Milliere ima neobično lijep izgled lica i ruku. Njene sjajne i vatrene oči utopile su se u modrikastim sjenama njenih gustih obrva, a ružičaste usne skrivaju njezine prekrasne zube. [...] Sama ona tvrdi da svoju ljepotu ima da zahvali upotrebi specijaliteta Neige des Cévennes (Snijeg sa Sevena) i to: Cremi, Puderu, Ružu, Citroneige i kremu za nokte Diamant. Ovi produkti čine lijepim ono, što je u žene vidljivo i čime žena najviše svakoga očarava.“⁷⁷ Naročito su od francuskih proizvođača traženi bili Bourjois Paris puderi i parfemi, Tokalon puderi, Louis Toussaint Piver parfemi i L'Oréal Paris boje za kosu. Od američkih proizvođača popularan je bio Coty sa svojim puderima, ruževima, parfemima i

74 „Što piše inostranstvo o našim prilikama na tržištu kozmetike?“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, ožujak 1938, br. 3, 1.

75 „Što piše inostranstvo o našim prilikama na tržištu kozmetike?“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, ožujak 1938, br. 3, 1.

76 HR-HDA-890-ZP, kut. 288, Zdravstveni djelatnici, dr. Julijana Lederer, osobni dosje.

77 „Kako se Parižanke uljepšavaju“, *Svijet*, 20. 11. 1926., 439.

sapunima te Kissproof koji je proizvodio šminku (ruževe za usne, crnila za trepavice i obrve). Od njemačkih proizvođača kozmetike veliku popularnost uživala je kolonjska vodica 4711, Nivea (kreme, ulja i sapuni) i Schwarzkopf proizvodi za kosu.⁷⁸

Problem zvanja i područja rada kozmetičara

Pojavom i velikom popularnošću kozmetičkih salona dolazi do problema pri određivanju same djelatnosti, djelokruga, stručnog nazivlja i zvanja osoba koje se bave poslovima kozmetičara i specijalista iz kozmetike, jer su postojala određena preklapanja s pojedinim područjima medicinske prakse.⁷⁹ Nastali problem nastojalo je regulirati Ministarstvo socijalne politike i narodnog zdravlja u Beogradu preko Banskog sanitetskog savjeta u Zagrebu i Odjeljenja za socijalnu politiku i narodno zdravlje Savske Banovine, na stručni prijedlog Dermato-venerološke sekcije Zbora liječnika za Hrvatsku, Slavoniju i Međimurje i Liječničke komore za Savsku banovinu u Zagrebu. U *Zakonu o liječnicima specijalistima* iz 1931. godine nije bila uvedena specijalizacija za kozmetiku u Jugoslaviji, ali se o mogućnosti njenoga uvođenja raspravljalo u stručnim krugovima.⁸⁰ Posebna zbrka pokazala se vezano uz natpise na tablama ordinacija dermatovenerologa koji su pored svoje specijalnosti pisali i kozmetičar, a za to nisu imali zakonsko odobrenje. Dermato-venerološka sekcija Zbora liječnika u Zagrebu, o pitanju položaja i djelokruga „liječnika kozmetičara“ i laika koji se bavi njegoj tijela donosila je zaključke i pitanja sa stručnih rasprava u izvješćima sa sastanaka Sekcije, a pored problema kozmetičkih Zavoda, glavno pitanje odnosilo se i na problem oglašavanja lijekova.⁸¹

Potaknuta nastalim problemom, Dermato-venerološka sekcija Zbora liječnika u Zagrebu obratila se nadležnim tijelima molbom da na osnovu članka 2. *Zakona o liječnicima specijalistima* napravi izmjene i dozvoli da se na tablama dermatovenerologije smije dodati i „kozmetičar“.⁸² Razlozi koje navode su sljedeći: Dermatološka sekcija u Zagrebu smatra da su se kozmetikom oduvijek bavili dermatolozi i da ona predstavlja ogranak dermatologije s kojom je povezana te da isključuje kirurške zahvate. Sekcija navodi da su dermatolozi koji se već dugi niz godina bave svojom strukom uvijek na svojim liječničkim tablama označavali i specijalnost iz dermatologije, venerologije i kozmetike, i da je to uobičajeno i u svijetu. Ističu i da su i pacijenti navikli da se na tablama nalazi i specijalnost kozmetičar, pa da bi njegovo brisanje mogli shvatiti kao oduzimanje prava liječenja kožnih promjena koje se u širokim krugovima smatraju

78 Razne reklame za kozmetičke proizvode, *Svijet*, 1929-1936.

79 HR-HDA-890-ZP, kut. 289, Zdravstveni djelatnici, dr. Hinko Levi, osobni dosje, dermatourolog i kozmetičar, vlasnik liječničko kozmetičkog zavoda za kiruršku i opću kozmetiku, Zagreb, Hatzova 4, *Liječnički vjesnik, broj 1 (1940.), Prilog* – Imenik članova Hrvatskog liječničkog Zbora u Zagrebu za godinu 1939., 5.

80 „Zakon o ljekarima“. *Zbirka zakona i uredbi*, (18) 1931, 217-234.

81 *Liječnički vjesnik*, broj 10 (3. veljače 1935), 449, *Liječnički vjesnik*, broj 2 (veljača 1937), 73.

82 „Zakon o ljekarima“. *Zbirka zakona i uredbi*, (18) 1931, 217-234.

kozmetičkim manama. To bi, smatraju, pacijente indirektno upućivalo da pomoć za svoj problem traže u raznim kozmetičkim salonima i zavodima koje vode djelomično laici, a djelomično dermatološki nekvalificirani liječnici – nespecijalisti. Konačno, Dermatološka sekcija Zbora liječnika u Zagrebu drži da se kozmetikom kao zasebnom granom ne može baviti nitko tko nema specijalnost iz dermatologije i venerologije te da bi prošireno djelovanje kozmetičkih zavoda ili zavoda za njegu tijela i ljepote koje drže laici moglo imati štetne posljedice po zdravlje klijenata.

Mišljenje o nastalom problemu koji je dodatno bio potaknut Dermatološkom sekcijom iznio je Glavni sanitetski savjet Kraljevine Jugoslavije te je na temelju stavova Dermatološke sekcije podržao stajalište da je kozmetika zasebna grana medicine i da je njezin zadatak njega i uljepšavanje kože, dotjerivanje raznih anomalija, deformacija i drugih promjena na pojedinačnim organima čovjeka. Potvrdio je da njega kože zaista spada u domenu dermatologije te da je u jednom dijelu dio dermatologije. Naprotiv, otklanjanje većih kožnih i potkožnih tumora i ožiljaka, popravaka ili otklanjanje raznih vrsta deformacija pojedinih dijelova i organa tijela, kao i nosa, usana, očnih kapaka, visećih dojki, visećeg trbuha, itd., odnosno čisto kirurški pothvati, spadaju najvećim dijelom u domenu kirurgije, odnosno kozmetičke kirurgije. Glavni sanitetski savjet potvrđuje da se kozmetikom kao granom medicine može i smije baviti samo liječnik, a nipošto druga osoba – laik.⁸³ Savjet je bio i mišljenja da je „postojanje raznih kozmetičkih ustanova, zavoda i salona, vođenih od strane laika, zaista jedna nemila pojava, koju treba suzbijati svim zakonskim sredstvima“.⁸⁴ Zaključeno je da liječnici specijalisti za kožne i spolne bolesti nemaju zakonsko pravo nazivati se kozmetičarima i stavljati na svoje table specijalist i za kozmetiku.

Prema tome, naziv kozmetičar na temelju stava iz 1933. godine bio je određen samo za laike, tj. vlasnike kozmetičarskih instituta, koji su stoga iznimno imali pravo vršiti nadriliječničku praksu. Takvi obrti morali su se nazivati zavodima za njegu ljepote i tijela, a mogli su samo obavljati poslove njege, dakle tretmane masaže lica, parenje lica, tretiranje lica raznim kremama, čišćenje lica od akni i ostalih nečistoća, izbjeljivanje, itd.

Studija slučaja: Maud Pototschnig

Kad je riječ o njegovanju ljepote u međuratnom Zagrebu neizostavna osoba bila je ugledna kozmetičarka Maud Pototschnig. Stilizirano prvo slovo vlasničina imena činilo je njezin zavod prepoznatljivim u nizu raznolikih natpisa trgovina i lokala kojima su zagrebački trgovci i ulice tada obilovali. Više od četrdeset godina nakon što je njezin zavod za njegu ljepote nestao s Jelačićevog trga, u svojoj knjizi *Glosar za lijevu ruku*, pišući o problematici različitih izraza i konstrukcija u hrvatskome jeziku, jezikoslovac Vladimir Anić zanimljivo navodi: „Kada pišem po zraku pišem od djetinjstva Maud Pototschnig.

⁸³ HR-HDA-890-ZP, kut. 289, Zdravstveni djelatnici, dr. Hinko Levi, osobni dosje.

⁸⁴ *Isto*.

Zašto pišem ime vlasnice kozmetičkog salona koju nisam nikada vidio? Pišem li grafičku sliku imena i prezimena koje nikada nisam izgovorio? Imitiram li sam duktus radi slova M? Ne pišem nikakav tekst. To je svakako 'tik', ali gdje je uzrok što pišem baš to?⁸⁵

Maud (Manda) Pototschnig, bila je rodom Slovenka iz Slovenj Gradeca, Dravska Banovina, a okolnosti pod kojima je došla u Zagreb nisu nam poznate. Poznato nam je da je bila pripadnicom ugledne obitelji industrijalaca Pototschniga, vlasnika tvornice kože u Slovenj Gradecu. Nije poznat podatak o mjestu i datumu njenoga rođenja. Međutim, iz ostalih dostupnih podataka doznajemo da je Maud imala dva brata, Franca Ksavera mlađeg i Bernarda. Nakon smrti oca Franca S. Pototschniga u 71. godini života 22. listopada 1934., navedeni su i ožalošćeni članovi obitelji – supruga Marija i djeca Maud, Franz i Bertl (Bernard).⁸⁶ Nakon smrti oca tvornicu kože preuzimaju Franc Ksaver Pototschnig mlađi i majka Marija, a ing. kemije Bernard ima trgovačku punomoć u poduzeću.⁸⁷

Svoju molbu za otvaranje kozmetičkog obrta namijenjenog njezi ženske ljepote poslala je 10. rujna 1930. u Gradsko poglavarstvo u Zagrebu. Kozmetičarski obrt – Zavod za njegovanje ljepote otvorila je u Praškoj ulici kbr. 4/II, a 1940. godine seli na Jelačićev trg kbr. 7/II. Povodom toga događaja vlasnica mijenja naziv obrta iz Maud Pototschnig – diplomirana specijalistkinja i vještakinja za naučnu Žensku kozmetiku, Zagreb u Kozmetički zavod Maud Pototschnig – za njegu lica i tijela, a tom prilikom nastaje i prepoznatljiv znak obrta, koji je bio otisnut na brošurama i pakiranjima proizvoda. Na Jelačićevom trgu Zavod je djelovao u vlasništvu Maud Pototschnig sve do 1945. godine, kad je odlukom Gradskog narodnog odbora Zagreb konfisciran.⁸⁸

Prilikom registriranja svoga obrta 1930. godine na Maud Pototschnig odnosili su se važeći propisi kojima se regulirao obrt, prvo *Obrtni zakon* iz 1884. godine, a od 1931. godine *Zakon o radnjama*.⁸⁹ Kozmetičarski obrt je prema potonjem određen kao zanatska radnja – kozmetičari za njegu lica i tijela. Za obavljanje rada Maud Pototschnig trebala je prema *Zakonu*, uz pisanu molbu za otvaranje obrta, predati Gradskom poglavarstvu u Zagrebu domovnicu i dokaz stečene stručne spreme, što je bila uobičajena praksa za otvaranje obrta koja se dokazivala diplomom završene odgovarajuće obrtne škole. Kozmetičari koji su obavljali službu bili su prema *Zakonu* odgovorni Obrtničkoj komori u Zagrebu. Nakon registracije svoga obrta i uspješnoga dvogodišnjeg rada, Maud Pototschnig je, prilikom obnavljanja obrtnice 1932. godine, uslijed novoga *Zakona* odlučila obrt proširiti na proizvodnju i prodaju kozmetičkih proizvoda pod svojim imenom, moguće potaknuta i primjerom drugih salona koji su uz tretmane prodavali svoje preparate; primjerice Ekas laboratorij koji je proizvodio Elegantine kreme, pudere, kolonjske vodice i vršio tretmane.

85 Anić, *Glosar za lijevu ruku*, 65.

86 „Osmrtnica Frans S. Pototschnig“, *Jutro*, 23. listopad 1934., 8.

87 „Iz trgovinskoga registra“, *Trgovski list*, 15. siječanj 1935., 2.

88 HR-DAZG-10-GPZ, kut. 307, Obrtni odsjek, obrtni dosje Maud Pototschnig, br. II-3411-1933.

89 *Zakon o radnjama* od 5. studenog 1931., 13. Kozmetičari kao obrtnici su spadali u drugi odjeljak – zanatske radnje. Nalaze pod red. br. 59. „Kozmetičari za njegu lica i tijela“.

O svojoj odluci 1932. godine obavještava Gradsko poglavarstvo u Zagrebu, a u molbi piše kako mušterije od nje zahtijevaju da im nabavi i proda različite kozmetičke preparate, toaletne vode, kreme i slične proizvode koje koristi prilikom svojih tretmana. Također, u svome zahtjevu traži pravo na proizvodnju i prodaju proizvoda pod svojim imenom jer bi, kako navodi, prodaja kozmetičkih proizvoda pod drugim imenom bila štetna za njezin ugled i poslovanje. Pritom ističe da samostalno proizvodi preparate i da ih gotove pakira u odgovarajuću ambalažu s nazivom salona.⁹⁰ Molbi je priložila i popis proizvoda koje namjerava proizvoditi: Proljetna rosa (Frühlingstau), Mera – krema za dan, Nihta – krema za noć, proizvod za trajno odstranjivanje dlaka (Deuerenthaarung), Sauerstof – Esanc, Sauerstof – prašak, puder i kampforna rastopina (kampferlotion).

Gradsko poglavarstvo odbilo je pisanu molbu Maud Pototschnig za proizvodnju i prodaju kozmetičkih proizvoda, jer je gradski fizik utvrdio da moliteljica nije stručno obrazovana za proizvodnju kozmetičkih preparata te ih stoga nije mogla prodavati. Jednako tako, prilikom ispitivanja sastava kozmetičkih pripravaka jedan od sastojaka pudera – cinkov oksid – pokazao se spornim, jer se nije smio koristiti bez liječničkog recepta. Razloge prilično oprezne reakcije Gradskog poglavarstva na pokušaj proizvodnje i prodaje upitnih kozmetičkih proizvoda možemo potražiti i u činjenici da je proizvodnja i prodaja kozmetičkih proizvoda bila regulirana *Zakonom o radnjama*, prema kojemu je stručna sprema bila uvjet za dobivanje obrtne dozvole.⁹¹ Upravo su zbog toga najčešći samostalni proizvođači i prodavači kozmetičarskih pripravaka bile ljekarne koje su zapošljavale stručno osoblje.

Proizvodnju i prodaju kozmetičkih pripravaka nadzirala su i nadležna tijela druge mlobe – prvo Zavod za kontrolu lijekova biološkoga porijekla, a zatim Odjel za socijalnu politiku i narodno zdravlje Savske Banovine i Apotekarske komore.⁹² Dozvole za proizvodnju i stavljanje u promet kozmetičkih pripravaka izdavale su se na temelju *Rješenja o kontroli kozmetičkih predmeta*, a na osnovu *Pravilnika o lijekovima i ljekovitim specijalitetima*.⁹³ Za svaki kozmetički pripravak koji bi bio stavljen na tržište trebao je biti naveden njegov kemijski sastav. Odobreni kozmetički proizvod stavljaio se u promet pod zaštićenim imenom i jedino ga je mogao proizvesti izvorni proizvođač ili ovlaštena osoba/tvrtka koja je vršila proizvodnju i distribuciju lijekova, ljekovitih specijalitetata i kozmetičkih pripravaka.

Kozmetički preparati bili su oporezivani. Za njih se naplaćivala banovinska trošarina, a naplata se vršila putem trošarinskih markica koje su se lijepile u odgovarajućem iznosu.⁹⁴ Banovinske trošarinske markice na kozmetičke proizvode dužni su bili nalijepiti

90 HR-DAZG-10-GPZG, kut. 307, Obrtni odsjek, obrtni dosje Maud Pototschnig, br. II-3411-1933.

91 HR-HDA-151-SBOTOI, kut. 79, odluka o razgraničenju industrijskih i zanatskih radnji u smislu zakona o radnjama čl. 32., br. 26667-VIII-1934, 3. studeni 1934. Odluka je obuhvatila i radionice za proizvodnju kozmetičkih proizvoda.

92 Šuljagić, „Regulativa lijekova na području Banske Hrvatske u vrijeme Austro-Ugarske i između dva svjetska rata: zakonodavni aspekt“, 164.

93 „Rješenje o kontroli kozmetičkih predmeta“. *Zbirka zakona i uredbi*, (98) 1936, 351.

94 HR-HDA-150-SBFO, kut. 2, navedeno je bilo propisano okružnicom br. 35758-VII-1933, 20. lipanj 1933.

proizvođači, veletrgovci, zastupnici stranih tvrtki za prostor kraljevine Jugoslavije, trgovci na malo, ljekarnici i brijači, a odnosile su se na sve kozmetičke preparate koje su sami proizveli ili koje su nabavili iz inozemstva i drugih banovina. Prilikom prodaje na svaki kozmetički proizvod prema *Uredbi o razrezu i naplati poreza* iz 1932. godine bilo je zaračunato 10 % luksuznog poreza u korist državnog proračuna, a prema čl. 5. *Uredbe* o porezu luksuzne robe koja je bila proizvedena u zemlji odlučivala je nadležna financijska direkcija (za prostor Savske banovine to je bila Savska financijska direkcija u Zagrebu).⁹⁵

Zbog odbijenice koju je dobila za samostalnu proizvodnju i stavljanje u promet kozmetičkih pripravaka, Maud Pototschnig je kao svog pravnog zastupnika angažirala uglednog zagrebačkog odvjetnika dr. Dragutina Rosenberga da zastupa njezine interese pred Gradskim poglavarstvom. Na zapisnik je tada ponovno izrečena nadopuna molbe o proširenju obrtnice, u kojoj je Maud za proizvođača svojih preparata odabrala kemijsko-farmaceutsko industrijsko i trgovačko Rave d. d. u Zagrebu, dok je punjenje i pakiranje gotovih preparata s nazivom tvrtke Maud Pototschnig te prodaju i reklamu namjeravala samostalno obavljati.

Iz obrtnog dosjea nije poznat konačni ishod poslovnog dogovora između Maud Pototschnig i Rave d. d., no za vrijeme trajanja postupka Gradsko poglavarstvo zaprimilo je prijavu u kojoj gradski fizikat upozorava da je Maud navedene proizvode već stavila u promet. Osim toga, reklamirala ih je u *Jutarnjem listu* (8. veljače 1932.), pri čemu je navela da proizvode potpisuje diplomirana specijalistica i vještakinja Instituta za modernu i znanstvenu njegu ljepote te za proizvodnju kozmetičkih preparata.⁹⁶ Na to je očekivano reagirala tvrtka Rave d. d., dopisom iz ožujka 1932. godine u kojemu stoji: „Izjavljujemo ovime, da niže navedene preparate, koje tvrtka Maud Pototschnig, Zavod za kozmetiku, Zagreb, Praška ul. 4/II raspačava i prodaje izrađujemo po stručnjacima u našem poduzeću“ a to nas upućuje da je Maud bez jasne dozvole proizvode koji su nastali u suradnji s farmaceutskom tvrtkom Rave d. d. odlučila samostalno prodavati i slati nekim zagrebačkim drogerijama (drogerija Latona, Gundulićeva 5, Engleska drogerija, Ilica 17 i drogerija Universal, Ilica 2).

Zbog prekršaja *Zakona o radnjama*, gradski fizikat zabranio je Maud Pototschnig prodaju i proizvodnju kozmetičkih preparata dok ne ishodi potrebnu obrtnu dozvolu za prodaju i dok preparati koje bi trebala izrađivati tvrtka Rave d. d. ne odobri Odjel za socijalnu politiku i narodno zdravlje Savske Banovine. Iz obrtnog dosjea nije poznato kakav je bio ishod poslovnih pregovora između Maud Pototschnig i Rave d. d. Suradnja je, međutim, zacijelo ostvarena, jer iz popisa dužnika za 1932. godinu, koji je Rave d. d. dana 31. prosinca te godine dostavio Savskoj financijskoj direkciji, pod brojem 857 stoji da je Maud Pototschnig poduzeću bila dužna 99 850 dinara za usluge.⁹⁷

95 HR-HDA-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 180. Kozmetika Pototschnig, pritužba, br. 801-Z-1941, 23. travnja 1941; „Pravilnik o oglašavanju lekova i lekovitih specijaliteta u dnevним listovima ili drugim načinom“. *Zbirka zakona i uredbi*, 324 (1932), 1016-1017.

96 „Zahtijevajte svagdje MP preparate“, *Jutarnji list*, 8. veljača 1932., 12.

97 HR-HDA-152-SFD, kut. 600, dosje Rave d. d. kemijsko-farmaceutsko trgovačko i industrijsko, Zagreb, br. 1161.

Nakon toga slučaja salon je vjerojatno uspješno nastavio s radom jer je Maud Pototschnig u ljeto 1940. godine svoj kozmetički zavod za njegu ljepote preselila iz Praške ulice na Jelačićev trg 7/II. Nakon preseljenja na novu lokaciju u *Novostima* je 11. kolovoza 1940. objavljen reklamni članak „Njega u kozmetičkom salonu“ koji potpisuje dr. ing. kemije Pototschnig.⁹⁸ U članku navodi svoju novu adresu i opisuje što njega kože znači za suvremenu ženu i zdravlje i ljepotu tijela, kako se pravilno izvodi i koje preparate treba koristiti za pravilnu njegu lica, naravno, s naglaskom na preparate Kozmetike Pototschnig.

Nakon preseljenja Zavoda na Jelačićev trg ponovno je otvoreno pitanje neposjedovanja obrtne dozvole za proizvodnju i prodaju kozmetičkih pripravaka. Ovog puta pokretač postupka bio je ugledni ljekarnik Vlatko Bartulić, vlasnik Kaptolske ljekarne „K sv. Mariji“, koji je Gradskom poglavarstvu podnio prijavu protiv Maud Pototschnig zbog prekršaja *Zakona o radnjama*, a Poglavarstvo je čitav slučaj prosljedilo banskoj vlasti Banovine Hrvatske, Odjelu za obrt, industriju i trgovinu, i Apotekarskoj komori u Zagrebu.⁹⁹ U svojoj prijavi Bartulić navodi da, koliko je njemu poznato, vlasnica zavoda nema odgovarajuću dozvolu za proizvodnju i prodaju kozmetičkih pripravaka, a posebno spornim smatra navode vlasnice da zavodom upravlja dr. ing. kemije Pototschnig, koji prema Bartuliću ne postoji, a ona ni nema na taj naslov izdanu obrtnicu. Dodaje da je u Zavodu na Jelačićevom trgu zaposleno pet zaposlenika i jedan farmaceut, ali da se proizvodi izrađuju u običnoj kuhinji. Osim toga, ističe da se prodaju po visokim cijenama, npr. jedan lončić kreme za lice stoji 50 dinara.¹⁰⁰

Potaknuta prijavom, Apotekarska komora u Zagrebu (3. ožujka) 1941. godine na teren je poslala svoj kontrolni organ, pravnik Milana Huziaka mlađeg koji je bez zapreka kupio u kozmetičkom zavodu Pototschnig jedan lončić Gold Star – hormon kreme za lice po cijeni od 120 dinara i jedan lončić Silver Star – vitamin kreme po cijeni od 30 dinara. Samom kupnjom dokazana je neovlaštena prodaja kozmetičkih pripravaka. Preostalo je još utvrditi podrijetlo, odnosno okolnosti i način njihove proizvodnje. Po tom pitanju očitovala se i sama Maud Pototschnig, ističući da sporne pripravke ustvari proizvodi njezin brat Bernard, inženjer kemije, koji je za proizvodnju preparata navedenih u brošuri imao dozvolu. Prema njezinim navodima, laboratorij dr. ing. kemije Pototschnig nalazi se u Slovenj Gradecu dok se Maud bavi samo njegovanjem ljepote i radi sama u Zavodu, a za svoje tretmane koristi isključivo bratove proizvode.¹⁰¹

Čitav slučaj, kako je navedeno u spisu Ministarstva zdravstva NDH broj 801-Z-1941, prosljeđen je na daljnje ispitivanje Kraljevskoj banskoj upravi Dravske Banovine

98 „Njega u kozmetičkom salonu“, *Novosti*, 11. kolovoz 1940., 22.

99 HR-HAD-163-SB OIT, knj. 12., Urudžbeni zapisnik (71 001-82 400) za 1941. Istup zakona o radnjama., HR-HAD-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 108, Kozmetika Pototschnig, pritužba, br. 801-Z-1941, 23. travnja 1941.

100 HR-HDA-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 180. Kozmetika Pototschnig, pritužba, br. 801-Z-1941, 23. travnja 1941.

101 HR-HDA-226.2-MZU GRZ NDH, kut. 180. Kozmetika Pototschnig, pritužba, br. 801-Z-1941, 23. travnja 1941.

u Ljubljani da ispita točnost tvrdnji optužene, da ustanove postoji li dr. ing. kemije Bernard Pototschnig i provjere ima li za navedeni posao izdanu obrtnu dozvolu. U prijepisu iskaza Sreskog načelstva u Slovenj Gradecu stoji da je vlasnik tvornice kože u Slovenj Gradecu Franc Ksaver Pototschnig, i da se u njezinom sklopu nalazi laboratorij za kemijske i kozmetičke proizvode koji zaista vodi brat vlasnika tvornice Bernard Pototschnig, a kao dokaz njegove stručne spreme naveden je i broj diplome Tehničke visoke škole u Darmstadtu. Odlukom Sreskog načelstva u Slovenj Gradecu Bernard je 1936. godine dobio obrtnu dozvolu za proizvodnju ski-voska i sličnih kemijskih proizvoda, kao i dozvolu za izradu i kozmetičkih preparata od Zbornice za trgovinu obrt in industriju u Ljubljani. Izjavu je dao i Bernard, a u njoj navodi da kozmetičke preparate proizvodi sam i da u tu svrhu laboratorij koristi samo par dana ljeti kako bi napravio godišnje zalihe kozmetičkih proizvoda i ski-voska, time potvrđujući navode svoje sestre.¹⁰²

Rješavanje predmeta prilično se odužilo pa je na koncu predmet dospio na rješavanje kod Ministarstva zdravstva za vrijeme Nezavisne Države Hrvatske. Ishod slučaja zapravo je ostao nejasan, no poznato je da je Zavod nastavio s radom na adresi Jelačićev trg 7/II sve do 1946. godine. Važno je napomenuti da Maud Pototschnig, kao pripadnica njemačke Volksgruppe, tijekom rata po svemu sudeći nije imala problema s vlastima. U to je vrijeme uređivala i rubriku o njezi ženske ljepote u listu *Deutsche Zeitung in Kroatien*, u sklopu kojega u jesen 1941. godine počinje izlaziti poseban prilog uz nedjeljni broj *Das Reich der Frau* namijenjen ženama, a koji je tematizirao majčinstvo, predanost domovini te njegu tijela i ljepote kod žena.¹⁰³

Kozmetički zavod Maud Pototschnig konfisciran je nakon Drugog svjetskog rata 30. srpnja 1945. odlukom Gradske komisije za konfiskaciju. Bivši radnik u kozmetičkom Zavodu Josip (Joca) Kraus-Krasović, koji je rat proveo u partizanima, bio je već otprije suvlasnik (50 %) obrta, a ostala polovica je bila u vlasništvu GUND-a. Nakon završetka Drugog svjetskog rata Krasović se vratio u Zagreb i otkupio drugu polovicu od GUND-a. Međutim, s obzirom na to da nije imao položen stručni ispit za kozmetičara, obrt nije mogao glasiti na njega, stoga nastavlja s radom pod imenom Maud Pototschnig. U tome kratkom razdoblju od ljeta 1945. do 1946. poslovotkinja zavoda bila je Heda Galić. Krasović je raznim molbama i žalbama Industrijskom odjelu Gradskog NO-a i Ministarstvu industrije i rudarstva NRH pokušao ishoditi pravo polaganja stručnog ispita za kozmetičara i otvoriti obrt na svoje ime, međutim, u tome nije uspio pa je na koncu odlukom GNO-a u lipnju 1947. godine obrt ugašen i izbrisan iz registra.

102 *Isto*.

103 Kolar, „Osječki list ‘Schulungsblätter’ ili savjeti slavonskim Njemicama kako da se brinu o sebi, djeci i mladeži od 1942. do 1944“, 315-393.

Preparati za njegu lica Kozmetike Pototschnig

Kozmetički zavod Maud Pototschnig reklamirao je svoje usluge i u tiskanim brošurama, od kojih je jedna priložena opisanom predmetu iz 1940./1941. godine. Iz nje saznajemo mnogo o ponudi usluga i proizvoda kozmetičkog zavoda Maud Pototschnig u to vrijeme. Prije svega, brošuru vrlo primamljivom čini dizajn naslovnice, koja prikazuje naslikane oči spavalice s velikim trepavicama, obrve stilizirane tako da ispisuju „Maud Pototschnig“ te malene crvene usne.

Sudeći prema velikoj ponudi usluga i proizvoda predstavljenih u brošuri, moglo bi se reći da Zavod ni po čemu nije zaostajao za svjetskim i europskim trendovima na tome polju. Među proizvodima mnogo ih je bilo namijenjeno samostalnoj njezi kod kuće, kako bi ih klijentice mogle svakodnevno koristiti i postizati učinak sličan kao u salonu. Zavod je, među ostalim, nudio tretmane čišćenja lica kremama, emulzijama i uljima, tretman dubinskoga čišćenja pora pomoću pare ili kompresa, masažu lica pomoću masti i preparata visoke frekvencije, tretman visokog sunca za masnu kožu, upotrebu maski/obloga za lice (u ponudi su bile voćne maske, maske s vitaminima i radijem). Osim toga, u ponudi su bili i tretmani za čišćenje pora pomoću kisika, nanošenje brojnih krema na lice i masaža korištenjem glačala za lice, kupke za oči, ali i odstranjivanje dlaka i madeža.¹⁰⁴

Kozmetički proizvodi u brošuri podijeljeni su na Standard i Specijal preparate. Standard preparati uglavnom su bili povoljniji od Specijal preparata, a cijene su se kretale od 15 do 30 dinara. Među njima se mogu pronaći osnovni preparati bez specifičnih aktivnih sastojaka, a to su osnovna krema za dan i krema za noć, epilator za odstranjivanje dlačica, puder krema, kolonjska voda pod nazivom Serpolette i parfem s prepoznatljivim nazivom salona Maud Pototschnig Parfem te pripravci za njegu kose, šampon bez alkalija i losion za kosu (masni i suhi). Specijal proizvodi uglavnom su bili skuplji, s cijenama od 30 do 180 dinara,¹⁰⁵ ovisno o količini. U ponudi ih je bilo više nego Standard proizvoda, a svaki je imao i podroban opis primjene i učinka. Između ostalih, možemo izdvojiti sljedeće: Nihta – bijela krema (jedan lončić 30 dinara), dnevna krema koja se pod utjecajem topline topi na licu i prodire duboko u pore te odstranjuje prašinu i nečistoću s lica; Nihta – žuta krema, hranjiva krema za kožu koja je sadržavala ulja; Mera – krema za dan, nemasna nježna krema za osjetljivu kožu, koja se odmah upija i kožu čini mekom, a preporuča se i kao idealna podloga za puder; Gold star hormon krema, namijenjena održavanju

104 „Njega u kozmetičkom salonu“, *Novosti*, 11. kolovoz 1940., 22.

105 Za usporedbu s cijenama proizvoda kozmetike Pototschnig, 1939. i 1940. godine mogu se uzeti cijene novina. Primjerice, cijena novina Jutarnjeg lista bila je 2 dinara, a prosječna nadnica za kuharicu, sobaricu i sl., ovisno o kvalifikacijama i radnom iskustvu kretala se između 200 i 500 dinara. Prosječna nadnica za vježbenika u kancelariji bila je između 500 i 600 dinara. Nešto više, ovisno o platežnom razredu, plaća činovnika iznosila je od 1000 do 1200 dinara. „Mali oglasnik“ *Jutarnji list*, 31. studeni 1939., 31, „Mali oglasnik“ *Jutarnji list*, 1. prosinac 1940. Također: Grgić, *Između režimske ideologije i potreba građanstva: Savska banovina 1929. – 1939.*, 215-216., 338.

mladenačke svježine; Silver star vitamin krema, koja je prema opisu bila mekane i baršunaste teksture namijenjena učvršćivanju i zaglađivanju kože te Hormon-vitamin-krema (Crni biser).

Biološke kreme za njegu lica u koje su spadale vitaminske i hormonske kreme bile su vrlo cijenjene, a o njihovoj primjeni i učincima objavljavani su tekstovi u stručnim novinama, naročito u *Drogerijskom i parfimerijskom vjesniku*.¹⁰⁶ Na tržištu je postojala jaka konkurencija drugih vitaminskih krema, primjerice vitaminska krema Negresco koju je proizvodio Kaštel d. d. ili vitaminske kreme koje je proizvodilo Rave d. d. Upravo zbog toga Maud Pototschnig je u svoju Specijal ponudu uvrstila vitaminsku i hormon kremu, za koju navodi da se proizvodi „Prema receptu Chemical institute for culture of beauty u Hollywoodu, kome je uspjelo da u njoj ujedini dva najdjelotvornija faktora: hormon i vitamin. Djelovanje nedostiživo“.

Posebnu novost među proizvodima kozmetike Pototschnig predstavljala je Krema 333 protiv pjegica na licu tj. hiperpigmentacije, čija je cijena bila 40 dinara za jedan lončić. Krema 333 u brošuri je predstavljena kao odlična krema koja u vrlo kratkom vremenu odstranjuje sunčane pjege i mrlje na licu, vratu, ramenima i rukama, reklamirana je kao „neškodljiva“ krema za dan koja može služiti kao podloga za puder. Kreme za njegu kože protiv utjecaja sunca predstavljale su novost na tržištu kozmetičkih pripravaka, što je bila posljedica porasta svijesti o štetnosti prekomjernog izlaganja suncu. Na tu temu u *Drogerijskom i parfimerijskom vjesniku* izlazili su članci koji govore o novim saznanjima i ističu važnost njege kože, npr. članak pod naslovom „Istraživanja proizvoda za zaštitu od sunca opaljene kože“.¹⁰⁷ Slični tekstovi mogu se pronaći i u reviji *Svijet* koje je potpisivala dr. Julija Lederer. Istovremeno s porastom svijesti o rizicima prekomjernog izlaganja suncu, na popularnosti dobiva preplanuli ten ljeti, tako da se sve više traže i kreme za tamnjenje i tretmani kvarz-lampom. S tim u skladu, Maud Pototschnig u svome je salonu nudila tretman visokim suncem za tamnjenje i prodavala proizvod za preplanuli ten – ulje za garavljenje (tamnjenje) Tamico.¹⁰⁸

Pored proizvoda primarno namijenjenih njezi kože, u ponudi su bili i proizvodi za uljepšavanje, poput pudera i rumenila. Puder za lice bio je dostupan u nekoliko nijansi, i to: Naturelle I („krasne breskvine boje, za svijetle plavojke“), „Rachel I“ („prozirno biserni puder za plavojke“), Rachel II („nježni ivoir puder za brinette“), Brunette („topli ton za tamniju put“) i Ocre Rosé („koraljni puder za kreolke“). Cijena pudera po kutijici iznosila je 40 dinara. Što se pak tiče rumenila, u ponudi je bio Rouge-crème, „masni ruž za lice“ po cijeni od 20 dinara.

S obzirom na to da su s promjenom stila odijevanja žene počele uklanjati dlačice ispod pazuha, na nogama i rukama, na popularnosti također dobivaju i kreme za depilaciju, o čemu svjedoče brojne reklame u novinama i časopisima. U skladu s time, i Maud

106 „Biološke kreme za njegu lica“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, veljača 1938, br. 2, 5-6.

107 „Istraživanja proizvoda za zaštitu od sunca opaljene kože“, *Drogerijski i parfimerijski vjesnik*, veljača 1938, br. 2, 6-7.

108 „Njega u kozmetičkom salonu“, *Novosti*, 11. kolovoz 1940., 22.

Pototschnig prodavala je svoju kremu za depilaciju pod nazivom Amerikanska smola. Osim pojedinačnih proizvoda, u ponudi je bila i „Kutija za njegu ljepote“ („Boite de beauté“) – paket koji je sadržavao sljedeće proizvode kozmetike Maud Pototschnig: Mera kremu za dan, Silver Star vitaminsku kremu za noć, tonik za lice Proljetna rosa, kolonjsku vodu Serpolette i Medicinal puder u željenoj nijansi. Cijena paketa u dekorativnoj kutiji iznosila je 180 dinara.

Zaključak

Političke, gospodarske i društvene promjene koje su nakon Prvoga svjetskoga rata nastupile u Kraljevini SHS, pa tako i u Zagrebu, stvorile su preduvjete za prodor kozmetičkih preparata na domaće tržište. Tome je od početka dvadesetih godina u velikoj mjeri pridonio i razvoj farmaceutske industrije, u čijoj su proizvodnji i ponudi ovi preparati također pronašli svoje mjesto. Za porast popularnosti kozmetike od posebnog su značaja bili pojedini aspekti popularne kulture koja se pod različitim inozemnim utjecajima vrtoglavom brzinom mijenjala i bujala, što je dovelo do oblikovanja novog načina života i prepoznatljivog građanskog stila. Ove promjene plodno su tlo pronašle prije svega među pripadnicima boljestojećih slojeva gradskog stanovništva, koji su si mogli priuštiti praćenje modnih trendova, nove oblike zabave i načine provođenja slobodnog vremena. Ulogu medija i promotora poželjnog životnog stila preuzeli su sve brojniji popularni i ženski časopisi, ali isto tako i filmovi koji su poticali upotrebu kozmetičkih pripravaka radi uljepšavanja.

Opisane okolnosti su uz pojavu stranih i domaćih kozmetičkih proizvoda dovele do pojave kozmetičkih salona, odnosno specijaliziranih salona za uljepšavanje i njegu tijela, kao i prodavaonica kozmetičkih preparata. U njima su konkurenciju pronašle ljekarne koje su tradicionalno u manjim količinama proizvodile i prodavale pripravke za njegovanje ljepote, prije svega kože.

Jedan od istaknutijih zagrebačkih kozmetičkih zavoda tih godina bio je Zavod za njegovanje ljepote kozmetičarke Maud Pototschnig. Iz sačuvanih izvora može se zaključiti da se radilo o jednom suvremenom zavodu koji je svojim uslugama i ponudom proizvoda pratio onodobne modne trendove. Premda sami detalji poslovanja i popularnosti salona u petnaestogodišnjem razdoblju njegova postojanja nisu mogli biti ustanovljeni, sam kontinuitet njegove prisutnosti i rada, a naročito preseljenje na Jelačićev trg, ukazuju na uspješno poslovanje. U postupcima obrtnih vlasti, oblikovanju i primjeni obrtnih propisa, odražava se njihova nespремnost i tromost pri uspostavljanju reda pred pojavom sve brojnijih kozmetičkih zavoda i salona za uljepšavanje tih godina. Primjer zavoda Maud Pototschnig svjedoči o propustima i nedostacima kod regulacije položaja i uloge kozmetičara-laika, osobito u odnosu na ljekarničku i medicinsku struku. Nejasne granice u određenoj su mjeri omogućavale zloupotrebu, jer su takvi kozmetički zavodi bili ponajprije motivirani zaradom. Kao što se iz razrade

samog slučaja može vidjeti, Maud Pototschnig u određenim je aspektima svog rada bila na rubu ili pak izvan zakona, prodajući kozmetičke pripravke bez dozvole, što je iskorištavala njezina konkurencija. Zavod je barem dvaput došao u sukob s nadležnim tijelima, što naravno s jedne strane govori ponešto o samom zavodu i njegovoj vlasnici, no isto tako naglašava spomenuti problem izostanka jasne definicije zvanja i područja djelatnosti kozmetičara toga vremena koji je uslijed te neodlučnosti na izvjestan način bio gurnut u sferu nadriliječništva.

Izvori i literatura

Arhivski izvori

- HR-DAKA-3-PGK: Hrvatska, Državni arhiv u Karlovcu, fond 3, Poglavarstvo grada Karlovca (1918. – 1941.)
- HR-DAZG-10-GPZ: Hrvatska, Državni arhiv u Zagrebu, fond 10, Gradsko poglavarstvo Zagreb (1918. – 1941.)
- HR-HDA: Hrvatska, Hrvatski državni arhiv, Zagreb
- fond 135, Inspektorat Ministarstva narodnog zdravlja Kraljevine SHS u Zagrebu (1924. – 1928.)
 - fond 151, Savska Banovina. Odjeljenje za trgovinu, obrt i industriju (1929. – 1939.)
 - fond 152, Savska financijska direkcija u Zagrebu (1929. – 1940.)
 - fond 163, Banovina Hrvatska. Odjel za obrt, trgovinu i industriju (1939. – 1940.)
 - fond 226, Ministarstvo zdravstva i udružbe NDH. Glavno ravnateljstvo za zdravstvo NDH (1941. – 1945.)
 - fond 597, Industrijska komora u Zagrebu (1938. – 1948.)
 - fond 1076, Ministarstvo državne riznice NDH. Odjel za novčarstvo, državnu imovinu i dugove. Ured za podržavljeni imetak (Ponova) (1941. – 1945.) [1932. – 1946.]
 - fond 1526, Ljekarna Bartulić

Tisak

- Drogerijski i parfimerijski vjesnik* (Zagreb), 1938.
- Jutarnji list* (Zagreb), 1932, 1939, 1940.
- Jutro* (Ljubljana), 1933, 1934.
- Koprive* (Zagreb), 1930.
- Liječnički vjesnik* (Zagreb), 1935, 1938, 1939.
- Mariborer Zeitung* (Maribor), 1934.
- Novosti* (Zagreb), 1940.
- Svijet* (Zagreb), 1926. – 1936.
- Trgovski list* (Ljubljana), 1935.

Službena glasila

- Službene novine* (Beograd), 1922.
Zbirka zakona i uredbi (Zagreb), 1931.
Zbirka zakona i uredbi (Zagreb), 1932.
Zbirka zakona i uredbi (Zagreb), 1936.
Zbirka zakona i uredbi (Zagreb), 1940.

Literatura

- Anić, Vladimir. *Glosar za lijevu ruku*. Zagreb: Naprijed, 1988.
- Dugac, Željko. *Kako biti čist i zdrav. Zdravstveno prosvječivanje u međuratnoj Hrvatskoj*. Zagreb: Srednja Europa, 2010.
- Fatović-Ferenčić, Stella; Brkić-Midžić, Silvija. „Početci i strategije marketinga tvornice Kaštel d. d. (1920. – 1945.)“. *Medicus* 27 (2018), br. 2: 211-222.
- Fatović-Ferenčić, Stella; Ferber-Bogdan Jasenka. „Tvornica Rave u ozračju početaka kemijsko-farmaceutske proizvodnje na području Hrvatske“. *Acta medico-historica Adriatica* 18 (2020), br. 1: 63-88.
- Festetić, Miroslav. *Zakon o radnjama*, III. izdanje. Zagreb: Tipografija d. d., 1933.
- Frith, Katherine. „Globalizing Beauty: A Cultural History of the Beauty Industry“. *Submitted to ICA for presentation at the Annual Conference Seattle, WA May 2014.*, 1-33.
- Grgić, Stipica. *Između režimske ideologije i potreba građana: Savska banovina 1929. – 1939*. Zagreb: Fakultet hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu, 2020.
- Jones, Geoffrey. *Beauty imagined: A history of the global beauty industry*. New York: Oxford University Press, 2012.
- Knežević-Križić, Ivana; Vinaj, Marina. „Od male sličice do velike priče: Osječka tiskana građa tvornice Saponia u Odjelu knjižnice Muzeja Slavonije“. *Glasnik društva knjižničara Slavonije, Baranje i Srijema* vol. 26 (2022), br. 1/2: 11-23.
- Kolar, Mira. „Osječki list ‘Schulungsblätter’ ili savjeti slavonskim Njemicama kako da se brinu o sebi, djeci i mladeži od 1942. do 1944.“. *Godišnjak njemačke narodnosne zajednice – Volk-deutsche Gemeinschaft Jahrbuch* vol. 10 (2003): 315-331.
- Kolveshi, Željka. *Zagreb i „Svijet“ – „Svijet“ i Zagreb dvadesetih*. Zagreb: Muzej grada Zagreba, 2006.
- Kouris, Gavriil; Trompoukis, Constantinos; Contiades, Xenophon; Philalithis, Anastas. „Health reform initiatives in the interwar era: the case of Greece and the role of the league of nations health organisation“. *Acta medico-historica Adriatica* 21 (2023), br. 1: 115-140.
- Peiss, Kathy. „On Beauty ... And the History of Business“. *Enterprise & Society: The International Journal of Business History* vol. 1 (september 2000), no. 3: 485-506.
- Pintur, Marin; Pandža, Kristina; Ban, Rafaela. *Alga Sušak – čuvar vašega zdravlja*. Rijeka: Muzej grada Rijeke; JGL, 2023.
- Ramsbrock, Annelie. „Rationalitäten der Schönheit Wissenschaftliche Kosmetik zwischen Aufklärung und Weltwirtschaftskrise“. *Historische Anthropologie* vol. 21 (2013), no 1: 103-125.
- Sinclair-Dootson, Kirsty. „‘The Hollywood Powder Puff War’: Technicolor Cosmetics in the 1930s“. *Film History* vol. 20 (2016), no. 1: 107-131.

- Sklevicky, Lydia. „Patuljasta amazonka hrvatskog feminizma: Marija Jurić Zagorka, 1988.“ U: *Konji, žene, ratovi*, ur. Dunja Rihtman Auguštin, 1996, 245-247.
- Spomen knjiga prve obljetnice Nezavisne države Hrvatske* (10. travnja 1941. – 10. travnja 1942.). Zagreb: Tipografija d. d., 1942.
- Šuljagić, Boris. „Regulativa lijekova na području Banske Hrvatske u vrijeme Austro-Ugarske i između dva svjetska rata: zakonodavni aspekt.“ *Arhivski vjesnik* 64 (2021): 149-175.
- Šute, Ivica. *Hrvatska povijest 1918. – 1941.* Zagreb: Leykam International, 2019.
- Vajo, Koraljka. *Marijina industrija ljepote – Marija Kalentić i „Neva“ dizajn ambalaže 1963-1985.* (katalog izložbe). Zagreb: Muzej za umjetnost i obrt, 2013.
- Vujnovic, Marina. *Forging the Bubikopf Nation, Journalism, Gender and Modernity in Interwar Yugoslavia.* New York: Peter Lang Publishing, 2009.
- Žebec-Šilj, Ivana. *Zagrebačka industrija 1935. – 1939. u kontekstu međuratnog gospodarskog razvoja.* Zagreb: Institut Ivo Pilar, 2017.

Mrežne stranice

- Hibbard, Ruth. „Giving face – women’s make-up style and status in the 1930s“ Victoria and Albert Museum, London. Pristup ostvaren 1. 12. 2023. <https://www.vam.ac.uk/blog/museum-life/giving-face-womens-make-up-style-and-status-in-the-1930s>

SUMMARY

The Case of Maud Pototschnig and Cosmetics in Interwar Zagreb

The social changes that took place after the end of the First World War introduced, among other things, some new forms of entertainment, ways of spending free time, dressing and beautifying, which was particularly evident in large cities like Zagreb. The contours of the new lifestyle in the cities were drawn on the pages of popular newspapers, such as the *Svijet* magazine, which followed and transmitted trends from abroad, especially Western European countries and the United States. Consequently, the popularity of cosmetics also increased, which was manifested in the founding of a number of companies for the production and distribution of cosmetic products, as well as in the emerging of beauty salons. The absence of clear boundaries between the professional domains of beauticians and medical specialists, specifically dermatologists, became a serious problem for the authorities. The work of the institute for beauty care of the Zagreb beautician Maud Pototschnig has been analyzed and presented as an example that illustrates certain aspects of the problem related to the appearance and activity of beauty salons in those years.

Keywords: cosmetics; Zagreb 1930s; dermatology; pharmaceutical industry; Maud Pototschnig