Moderne Kleidung für moderne Männer : eine Rückschau auf die Internationale Herrenmodewoche Köln

Autor(en): **Trinkler, Anton U.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **78 (1971)**

Heft 1

PDF erstellt am: **03.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-677371

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Moderne Kleidung für moderne Männer

Eine Rückschau auf die Internationale Herrenmodewoche Köln

Wer möchte leugnen, dass die Herrenwelt modebewusster geworden ist. Bis vor wenigen Jahren war man noch geneigt, den Begriff «Mode» auf dem Bekleidungsgebiet hauptsächlich als ein Attribut der Weiblichkeit anzusehen. Die Technik, der Fortschritt, die ganze Dynamik unserer Zeit zwingen jedoch auch den Mann zu einer kleidungsbewussteren Haltung. Sein Image wird neben dem beruflichen Können und Wissen in entscheidendem Masse auch von seiner ganz persönlichen Art, sich selbst zu präsentieren und zu kleiden, mitbestimmt.

Mit der Freude an der Farbe verbindet die neuzeitliche Herrenmode die Freude an einem neuen harmonisch ästhetischen Erscheinungsbild. Die männliche Kleidung, die allzu lange vorwiegend vom Aspekt der reinen Zweckmässigkeit betrachtet wurde, wird heute zu einer Manifestation der Lebensfreude.

Farbe, Mut und Phantasie

sind die drei Merkmale, die diesmal die Herrenmodewoche charakterisierten. Die Fachleute der Branche betonen immer mehr, dass althergebrachte Musterungen oder weisse Hemden heute ebenso überholt sind wie das graue Einerlei. Das Rekordangebot dieser Veranstaltung von 783 Unternehmen aus 24 Ländern zeigte jedenfalls deutlich, dass neue Farben, Formen und Dessins den Stil der Herrenmode von morgen bestimmen. Sie sind zugleich ein Gradmesser dafür, ob der Mann der siebziger Jahre eine Antenne dafür hat, was en vogue ist.

Jet-Style – im Stil der Zeit. Stadt- und Büroanzug in der Modefarbe «Rallye» (spritziges Silber) mit geraden Schultern, geschweiften Revers, im Kleinmuster. – Photo: DIH-Studio Köln

Die vergangene Herrenmodewoche war ein beredter Ausdruck für das neue Verhältnis des Mannes zum Leben und zu seiner Umwelt, wie sie aus dem allgemeinen Drang nach Freiheit und Freizügigkeit resultieren. Dabei wird die Kleidung zum Ausdrucksmittel, mit dem Stimmungen oder Geisteshaltungen bekundet werden.

Jugend ist heute Trumpf

Unsere Industriegesellschaft huldigt ihr, wohin man auch blickt. Da die vorhandenen Käufermärkte von den jungen Menschen mitgeprägt werden, ist es kein Wunder, dass sich das Angebot stark nach ihnen richtet. Der Modemarkt bildet da keine Ausnahme.

Dabei entsteht allerdings eine falsche Optik, und Vorwürfe werden erhoben, Mode werde nur für junge Leute gemacht. Schliesslich existiert auch das bedenkliche Schlagwort vom «vergessenen Verbraucher».

Für die Herrenmode stellen wir fest: die junge Mode mit ihrer rasanten Entwicklung, mit ihrer Dynamik und ihren teilweisen Uebertreibungen springt natürlich zuerst ins Auge. Sie ist im Gespräch – aber auf Kosten der übrigen Herrenkleidung. Hierin sind die Ursachen für allerlei Vorwürfe zu suchen. Wir sind jedoch seit eh und je der Auffassung: Mode, auch Herrenmode, ist für *alle* da.

Deshalb:

Generalangriff auf den Mann über Dreissig

Matthias Brungsberg, Essen, Vorsitzender des HAKA-Verbandes, Köln, bekannte sich zu folgenden marketinggerechten Aeusserungen:

«Nunmehr wenden wir uns aber bewusst und verstärkt an die gestandenen Männer. Ja, wir blasen zum Generalangriff auf den Mann zwischen dreissig und sechzig Jahren. Uns sollte niemand unterstellen, wir liessen eine kaufkraftmässig so interessante Verbrauchergruppe von nahezu 11 Millionen Männern ausser acht. Laut GfK-Erhebung kauft diese Gruppe 68,9 % aller Anzüge.

Wir bieten für diese Männer, die bereits «aus dem Schneider» sind, ein Programm mit modisch ausgewogenen Artikeln an, mit sorgfältiger und hochwertiger Verarbeitung.

Kleider machen Leute. Wir machen eine Kleidung, mit Hilfe derer jedermann seine Individualität und Mentalität sowie seinen Charakter ausdrücken kann. Kleidung im Stil unserer Zeit.

Kurz: Moderne Kleidung für moderne Männer.»

Jet-Style 71 – im Stil der Zeit. Anzug im Safari-Stil mit Schulterklappen, Rundgürtel und grossen, aufgesetzten Pattentaschen. Aus Jersey! Photo: DIH-Studio Köln

Das breite Messesortiment der Internationalen Herrenmodewoche 1970 umfasste alle Artikel, die heute zur kompletten Garderobe des Mannes, Junioren und Knaben gehören. Angeboten wurden im einzelnen Herrenoberbekleidung, Knabenoberbekleidung, Freizeitkleidung, Lederkleidung, Berufskleidung, Wirk- und Strickwaren, Herren- und Knabenwäsche, Krawatten, Kopfbekleidung und Accessoires. Das Angebot an Freizeitkleidung verzeichnet eine beachtliche Zunahme.

Moderne Herrenkleidung für Sommer 1971 im Zeichen des «jet-style»

Mit der zunehmenden Aufgeschlossenheit des Mannes für moderne Kleidung setzt sich der Trend zu einem neuen Modestil stärker durch. Er erscheint sportlich, lebendig und voller Abwechslung. Das Modethema der siebziger Jahre lautet «jet-style» – ein Begriff unserer Zeit, der Dynamik, Avantgardismus und neue Ausdrucksformen im design und styling einschliesst. Die Differenzierung der Mode zeigt sich, entsprechend den veränderten Lebensgewohnheiten der Verbraucher und ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Altersgruppen, in vielseitigen Produktionen der Modeindustrie und variationsreichen Angeboten des Handels.

Die modische Aktualität der Herrenkleidung kommt besonders in den *Stoffbildern* zum Ausdruck. Phantasievolle Effekte und die ganze Vielseitigkeit der leichten Stoffe, Strukturen, Dessins und Farbkombinationen prägen den neuen Stiltrend. Helle, freundliche Farben, rustikale Gewebe in relief- und kreppartigen Bindungen, jacquardähnliche Stoffe oder flächige ornamentale und figürliche Dessins bieten viel Neues. Aufgelöste Streifeneffekte ergeben modische Variationen. Leichte Gewebe im Leinencharakter, mit Seideneffekten, Noppen- oder Flammengarnen bleiben hochaktuell. Glatte Unigewebe und abgewandelte Kleinmusterungen in leichten Qualitäten und modisch-aktuellen Farben behalten für klassische Anzüge Geltung. Bemerkenswert ist, dass gewirkte Materialien und Stoffe mit Strickstruktur, die besonders für Sport- und Freizeitkleidung Anwendung finden, stark aufkommen.

Das neue Farbkompendium

Die Farben neigen

zu frischen, sommerlichen Tönen, die vielfach durch Weissbeimischung stark aufgehellt oder in der Dessinierung durch weisse Effekte belebt erscheinen.

In der Tendenz liegt

RALLYE – ein lebhaftes spritziges Silbergrau

Als Modefarbe gelten

DERBY – ein verhaltenes Beige von hellen Tönen (Ecru) bis zu Goldbeige und neutralem Beigebraun

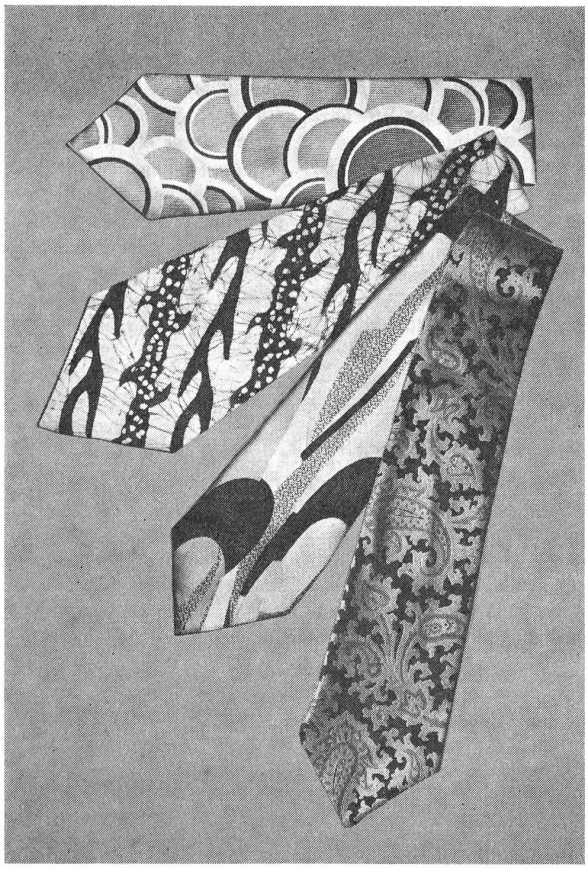
YACHT – ein neues Blau von hellen, leicht grünstichigen Tönen bis zu kräftigen Blaunuancen.

Hervorzuheben ist, dass neben der zunehmenden Bedeutung kontrastreicher Kombinationen mit modischen Sakkos in den neuen Stoffen und Dessins besonders für die sommerliche Freizeitkleidung und die unkonventionellen Anzüge – z. B. im Safari-, Westen-, Hemdanzug- und Blazer-Stil – strukturierte Stoffe in naturweissen und beige-grauen oder Ecru-Tönen eine grosse Rolle spielen.

Einen betont farbigen Akzent erfährt das Anzugsbild durch die attraktiver gewordene Hemdenmode, die vermehrt zu intensiven Nuancen, phantasiereichen Dessinierungen und leichten Geweben übergeht. Modisch-aktuell sind Farbkoordinierungen zwischen Anzug und Hemd wie:

Anzug:	*Hemd:*
Ralley-silber	rosé bis aubergine
Derby-beige	lindengrün bis türkis
Yacht-blau	goldgelb bis azur

Neben diesen favorisierten Hemdtönen, die sich je nach Nuance und Dessin des Anzugs auch austauschen lassen, bleibt Blau beliebt, während besonders für die hellen unkonventionellen Anzüge kräftige Hemdfarben, darunter Kaffee- und Schokoladebraun, aufkommen.



Wichtigste Accessoires des «jet-style»

1. Hut

Der *Herrenhut* im Frühjahr/Sommer 71 ist weich und flexibel sowie stets leichtgewichtig-luftig. Für Avantgardisten empfiehlt sich der grosse Flapper mit Randbreiten bis zu 90 mm. Der klassisch-korrekte Herrenhut zeigt eine Randbreite von 55 bis 65 mm. Bei Sporthüten sind die Ränder nicht über 50 mm breit. Im Material konkurrieren Glatthaar und Antilope sowie Stroh und leichte Gewebe. Die Farben sind der Anzugsmode angepasst.

2. Krawatte

Der Trend zur breiteren Krawatte hält an: normale Breite um 10 cm, Boutique-Breite bis 15 cm. Die Krawatte ist voll geschnitten und wird im «Stil der Väter» einfach gebunden. Unter dem vollen Knoten erscheint eine «romantische» Falte. Vorherrschendes Dessin ist das Grossmuster.

Aus dem reichen Angebot sind uns die «Original-Malaysian-Batek»-Creationen des Hauses C. Utermann KG, Bonn, sowie die Fashionline»-Binder der Fabio-Krawattenfabrik (H. Winnenbrock) Solingen, besonders aufgefallen. Die «Commodore»-Serie der Firma Jammers & Leufgen aus Anrath bei Krefeld trifft den Charakter der jet-style besonders gut. Sehr vornehm wirkt das Reinseidensortiment der bekannten Pfau-Krawatte.

3. Hemd

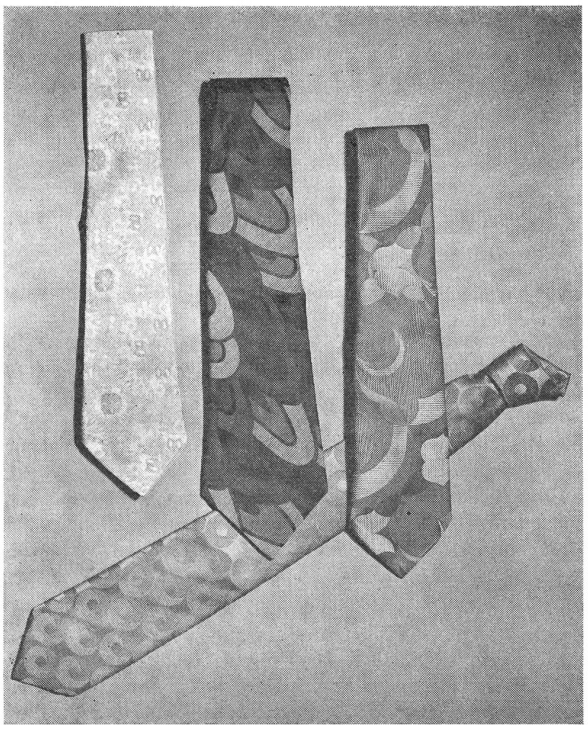
Zur hellen Anzugmode werden 1971 dessinierte Hemden als Kontrast getragen. Ihre Farben sind intensiv mit figürlichem Muster (Schaft, Jacquards und Streifen).

Die Tendenz geht zu Ton-in-Ton-gemusterten Unis. Als Qualitäten sind leichte Popeline, Batiste und Voiles aus dem Material Baumwolle/Mischgewebe zu nennen. Der Hemdkragen mit zunehmend weicher Verarbeitung ist langschenklig, darunter zum Teil gespreizt für den dicken, modischen Krawattenknoten. Für ältere Verbraucher bleibt der normal gespreizte Hemdkragen weiterhin aktuell. Das Modehemd ist das sogenannte *Maxihemd* (Kasak, Tunika).

Erwartungen weit übertroffen

«Die bisher erfolgreichste – vom Angebot her eindrucksvollste Veranstaltung» lautete das abschliessende Urteil der ausstellenden Industrie.

In drei Tagen haben 26 400 Fachbesucher aus 46 Ländern Eindrücke gesammelt und Aufträge plaziert, die in den kommenden Monaten zu dem transferiert werden, was das Strassenbild beherrschen müsste. Der Generalangriff auf den Mann zwischen 30 und 60 wurde im vergangenen August geblasen. Wie weit dieser Angriff in der Zwischenzeit schon seine Wirkung hatte, überlassen wir der gelassenen Erkenntnis des Lesers. Um die Wirkung dieser Einflussnahme besser überprüfen zu können, haben wir uns vorgenommen, den vorliegenden Messebericht erst heute zu publizieren.



Auch die Schweizer sind zufrieden

10 Schweizer Aussteller und 3 zusätzlich vertretene Firmen zeigten Herren- und Knabenoberbekleidung, Freizeitkleidung, Sportbekleidung, Herrenwäsche, Hemden und Accessoires. Vier der schweizerischen Aussteller beteiligten sich in Zusammenarbeit mit dem Exportverband der schweizerischen Bekleidungsindustrie, Zürich. Sprecher der beteiligten Firmen wiesen darauf hin, dass die Teilnahme an der Herrenmodewoche vor allem die Möglichkeit zur Intensivierung der internationalen Geschäftsverbindungen biete. Da der Absatz in der Bundesrepublik Deutschland infolge der Höhe der Aussenzölle kaum noch ausgeweitet werden könne, seien die EFTA-Partner Grossbritannien und Oesterreich besonderes Ziel schweizerischer Exportbemühungen. In Köln habe man vor allem die Exportgeschäfte nach Oesterreich ausweiten können. Für die Zukunft rechnet man auch mit einer Ausweitung des Skandinavien-Geschäftes. Trotz anstehender Kostensteigerungen werden die Absatzmöglichkeiten auf den internationalen Märkten recht positiv beurteilt. Mit den Geschäftsergebnissen in Köln erklärten sich jedenfalls die schweizerischen Aussteller voll zufrieden.

Anton U. Trinkler

Tendenzfarben Frühling/Sommer 1972

Die Tendenzfarbenkarte für den Frühling und Sommer 1972, herausgegeben vom Schweizerischen Textilmoderat, Eigerstrasse 55, 3000 Bern 23, ist aufgrund folgender Faktoren zusammengestellt:

- Interesse für weiche und fliessende Stoffe
- Wiederaufkommen floraler Motive
- Verlangen nach fröhlichen Farben
- Nachhaltige Wirkung der Matisse-Ausstellung in Paris
- schärfere Differenzierung zwischen jüngeren und älteren Textilverbrauchern
- Nachläufer des Folklorestiles in neuer und aufgelockerter Interpretation

Das Interesse für Blumenmotive spiegelt sich in vier Hauptfarben, die in Abstufungen variieren können, nämlich in einem reinen Gelb, in einem kräftigen Orange, in einem gelbstichigen Grün und einem frisch-leuchtenden Blau. Die zusätzlich aufgeführten dunklen Farbtöne können bei gemusterten Geweben als Fond dienen. Kombiniert mit den erwähnten frohen und leuchtenden Tendenzfarben lassen sich originelle und neuartige Effekte erzielen. Entsprechende Beispiele wollen als Anregungen nützlich sein, wie z. B. Dunkelbraun/Hellrosa/Hellgelb — Dunkelblau/Orange/Hellgelb — Dunkelgrün/Hellorange/Hellgrün.

Die ausgemusterten Farbtöne stimmen mit den Empfehlungen der Internationalen Studienkommission für Modefarben in Paris überein. An den Beratungen dieser Studienkommission nehmen Fachexperten aus 19 Ländern teil. Die wichtigsten Koordinationsstellen aus Frankreich, Italien, Deutschland, Spanien, England, USA, Japan, Schweiz usw. sind an der Ausarbeitung der gemeinsamen Farbtendenzen aktiv beteiligt.

P. H.

Haka-Jersey — Modeinformation 1971/72

Die Kuag Textil AG erläutert in ihrer Modeinformation für Herren- und Knabenbekleidung unter dem Titel «Jersey-Winter 1971/72» in den nachstehenden Kapiteln interessante Aspekte:

1. Wer mitmacht ist ein ‚neuer' Mann!
2. Die Jersey-Epoche für den Herrn hat bereits begonnen!
3. Farben sind wichtige Musterungsfaktoren!
4. Der konventionelle Anzug verändert sich!
5. Midi macht männlich!
6. In der Freizeit ist alles erlaubt!

Unter dem Gesichtspunkt, dass die Mode der Motor des textilen Geschehens ist, ist diese Kuag-Information, die mit vielen Originalmustern und Modezeichnungen ausgestattet ist, für den Gewebefabrikanten wie auch für den Konfektionär sehr aufschlussreich. Einleitend wird gesagt: «Die augenblickliche Hysterie in der Damenmode lässt fast übersehen, dass sich parallel zu ihr viel tiefgreifendere Veränderungen vollziehen. Die seit Jahrzehnten in Konvention erstarrte männliche Optik wandelt sich in allen Bereichen durch Farbe, Form und Dessin.»

Farbe, Form und Dessin sind in den sechs erwähnten Abschnitten in lebendiger Art näher besprochen. Die eingehefteten Muster sind mit den notwendigen technischen Angaben wie Material, Maschinenteilung und Quadratmetergewicht versehen. Farbmässig enthalten die Muster jene Töne, die im dritten Kapitel aufgeführt sind. Die Zeichnungen zeigen Modelle mit neuartigen Maschenmotiven.

Ergänzt wird dieses Modeheft mit der *Tendenzfarbenkarte* Herbst/Winter 1971/72. Geordnet in sechs Ton-in-Ton-Abstufungen sind Uni-, Jaspé- und Wollmischzwirnfarben in acht Farbreihen aufgeführt. Die Farbreihen beginnen mit einem kalten Blau, leiten über mit zwei warmen Blaureihen zu Bordeaux- und Brauntönen und endigen beim Grün und Olive.

Beide Broschüren vermitteln instruktiv die modischen Richtlinien im Haka-Sektor, die die Kuag Textil AG propagiert.

P. H.