# Spectrum

Autor(en): **J.F. / R.Z. / U.H.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): **- (1991)**

Heft 85

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795564

**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.

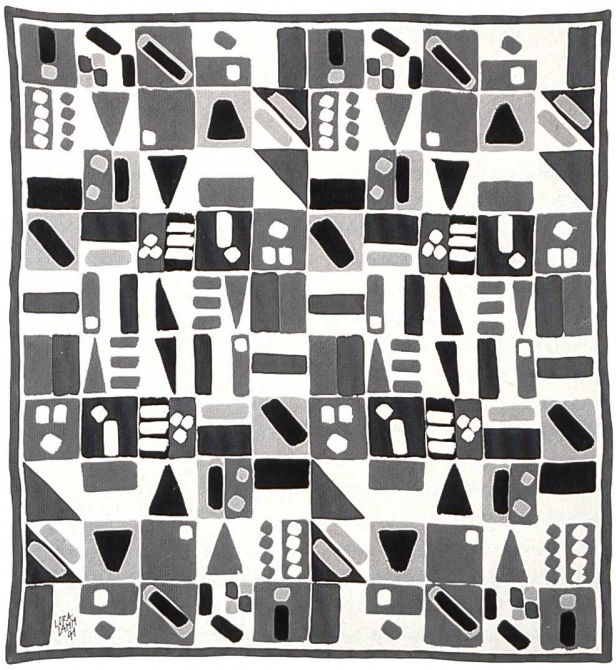
**Haftungsausschluss**

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**

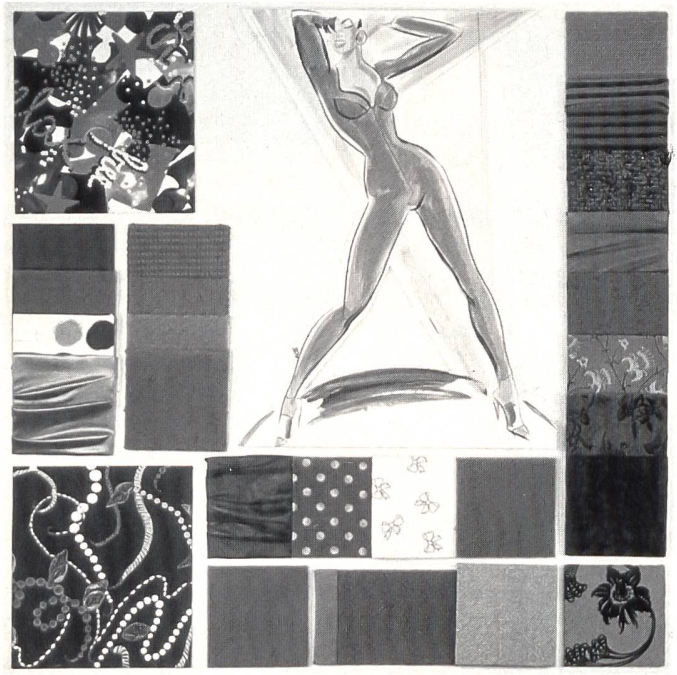
## HOMMAGE AN «CH 91»



Ideenlieferanten aus den verschiedensten Lagern steckten ihre Köpfe zusammen, um der Schweiz zu angemessenen Geburtstagsfeiern anlässlich ihres 700jährigen Bestehens zu verhelfen. Dass die Textiler sich dieses denkwürdige Datum nicht gänzlich entgehen lassen würden, wäre allein schon damit zu begründen, dass die Textilherstellung in diesem Land sich auf eine ebenso lange Tradition berufen kann. Jedenfalls haben sich kreative Entwerfer und einfallsreiche Künstler zu eigenwilligen und dekorativen Ehrbezeugungen an «CH 91» inspirieren lassen.

Jean Tinguely, berühmt für Konstruktionen aus Maschinenteilen, Schrott und sonstigen Fundsachen, lässt sein spielerisches Talent durchaus auch zarteren Materialien angedeihen. Edlen Seidenstoffen zum Beispiel, die er – bunt und schwungvoll bedruckt und mit assoziativen helvetischen Zeichen versehen – dem Mann zum Jubeljahr um den Hals zu schlingen gedenkt. Der Anstoss dazu freilich kam ganz offiziell vom waadtländischen Kantonsrat, der den Entwurf einer patriotischen Krawatte bei Tinguely in Auftrag gab und sie durch die Zürcher Seidenfirma Fabric Frontline realisieren liess. Die Crêpe-de-chine-Krawatte in einer limitierten Auflage von 5000 Stück ist vom Künstler signiert.

Verschlüsselter scheint der Patriotismus bei der Foulardkreation «The Swiss Flags» von Lora Lamm auf. Die Künstlerin hat sich die Fahnen der Schweizer Kantone vorgenommen, hat deren Farbigkeit herausgezogen und die Embleme der Wappen abstrahiert. Das Ergebnis ist ein dynamisches Wechselspiel von Flächen, Formen, Farben, im Handfilmdruck auf Reinseiden-Crêpe-de-chine appliziert. Das moderne Foulard zum historischen Anlass hat eine Grösse von 90x90 cm und ist handrolliert. Die Kreation ist als CH-91-Beitrag in die Patrick Stoffel Collection aufgenommen worden. *J.F.*



*Du Pont-Trend «Cabaret»*

## LYCRA-RENDEZ-VOUS: **BADEMODEN CONTRA SPORT**

Erstmals ergänzte eine Sonderausstellung aus Spezialstoffen für den Aktiv-Sport das Lycra-Rendez-Vous, das von Du Pont in Monte Carlo als internationaler Branchentreff für Bademodenhersteller veranstaltet wird. Zum Teil wurden dabei die gleichen Spezialisten angesprochen, doch wurde in dieser Sonderausstellung gleichzeitig dokumentiert, dass Lycra einigen weiteren «Hightech»-Fasern von Du Pont wie «CoolMax», «Thermax» und «Supplex» neue Möglichkeiten eröffnet.

Es waren aber nicht nur diese Spezialfasern, die die Vielseitigkeit der Lycrastoffe ins Blickfeld rückten. Schon die Show «The Best of 1991» liess keinen Zweifel daran, dass die Bademode immer stärker zum Kombipartner der Sportswearmode wird. Der Einteiler wird mit Leggings, Radlerhosen, Shirts und Miniröcken aufgewertet, oder er verändert als Catsuit oder Minikleid sein Aussehen. Dieses modische Chamäleon orientierte sich noch stärker als in den Jahren zuvor an der Sportswear-Mode. Neue Ausrüstungen wie Lack und Metallic-Ideen, vor allem Gold und Silber, rückten nach vorne.

Du Pont lancierte für Sommer 1992 fünf Modethemen: «Regenwald», «Nymphen», «Musik der Welt», «Bewegung» und «Cabaret», die von den Besuchern des Lycra-Rendez-Vous

gut aufgenommen wurden. Vor allem die lebhaften Farbtöne beherrschten die Szene, während die perligen, blassen Nuancen des Themas «Nymphen» wenig zum Zugreifen animierten.
Neben Drucken galt die Aufmerksamkeit raffinierten Unis, neuen Strukturen und Ausrüstungen, irisierenden Pailletten oder Stoffen mit der Optik von Lack- und Waschleder, die ganz entschieden hitverdächtig sind. Jacquards mit Hand- und Fussabdrücken, neue Cloqués und Plissés, Flockprint und verlaufende Konturen sowie neue Patchworkideen oder Crêponeffekte erregten die Aufmerksamkeit der Einkäufer.
Für Sommer 1992 orientierten sich die Du Pont-Trends mit «Regenwald» am Ökologie-Thema mit primitiven, naiven Mustern, Netz- und Tierhaut-Strukturen sowie interessanten Oberflächeneffekten. Tropische Pflanzen- und Erdfarben unterstreichen den ungezwungen natürlichen Stil.
«Nymphen» ist ein sinnlich-poetisches Thema in weichen Farben und einer raffinierten Linienführung. Matt/Glanz-Aspekte, feine Crêpes und Cloqués sowie leichte Velourqualitäten wechseln mit transparenten Materialien. «Musik der Welt» setzt ethnische Motive zu markanten Streifen, Satiniertes zu Mattem, würzt mit Metallischem und dreidimensionalen Effekten. Ein sportlich-robustes Styling übersetzt ideal die farbenfreudigen Muster. «Bewegung» orientiert sich an der kommenden Olympiade – mit kräftigen Farben, unkomplizierter Schnittführung und markanten Dessins. «Cabaret» schliesslich ergänzt Glitzerndes und Schimmerndes mit Spitze, Stickerei, Netz, Samt und Satins sowie einem Styling mit typischem Corsagenschnitt und figurbetonten Zweiteilern. *R.Z.*

## SCHWEIZER TEXTILIEN AUF WANDERSCHAFT

Mit einer originellen Idee tritt der viertgrösste Schweizer Exporteur, die Textilindustrie, an die Öffentlichkeit und will damit seine Modernität, Innovationsbereitschaft, Flexibilität, Kreativität und Zuverlässigkeit unter Beweis stellen – und zwar dort, wo sich das Volk tummelt, in den Einkaufszentren. Gemeinsam haben die Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Shopping Centers und der Gemeinschaftsverband Textil eine Wanderausstellung Schweizerischer Textilien kreiert, die im Einkaufszentrum Glatt bei Zürich Premiere hatte. Von dort wird sie bis anfangs Oktober in weiteren fünf Einkaufszentren zu sehen sein (EZ Serfontana, Morbio Inferiore bei Chiasso, EZ Rosenberg, Winterthur, EZ Zugerland, Steinhausen, EZ Tivoli, Spreitenbach und EZ Volkiland, Volketswil).
Die Ausstellung gibt einen repräsentativen Überblick über die älteste und traditionsreichste Industrie der Schweiz, die heute in rund 400 Betrieben etwa 28000 Mitarbeiter beschäftigt und ohne Bekleidung einen Produktionswert von ca. fünf Milliarden Franken erwirtschaftet.

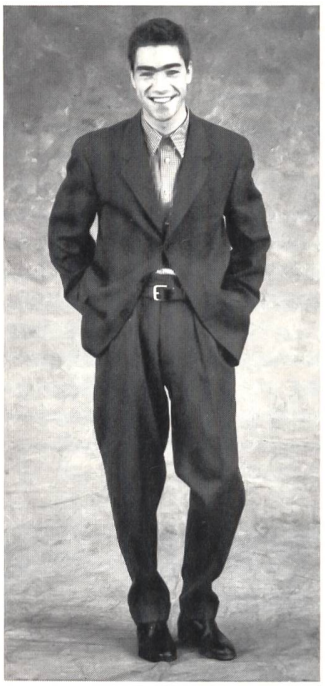
Haute Couture aus Stickerei und Seidenstoffen öffnet die Tür in das textile Schaffen, gefolgt von Herrenbekleidung und Heimtextilien, einer wichtigen Sparte der Textilindustrie. Die Leistungsfähigkeit im internationalen Wettbewerb wird durch Swissair-Flugzeugsitze, umrahmt von weiteren Stoffmustern weltbekannter Airlines, dokumentiert. Uniformen werden am neuesten Outfit des Swissair-Piloten gezeigt: daneben lenken Bilder aus Sport und Freizeit den Blick auf High-Tech-Fasern und High-Tech-Gewebe. Abgerundet wird die Ausstellung durch verschiedene technische Textilien oder Geotextilien sowie durch den medizinischen Bereich. Ein eigener Pavillon stellt das gesamte Berufsangebot der Textil- und Bekleidungsindustrie vor und versucht, junge, dynamische Menschen für eine Branche zu begeistern, die nahtlos den Übergang von der Tradition in die Moderne bewältigt.

*R.Z.*

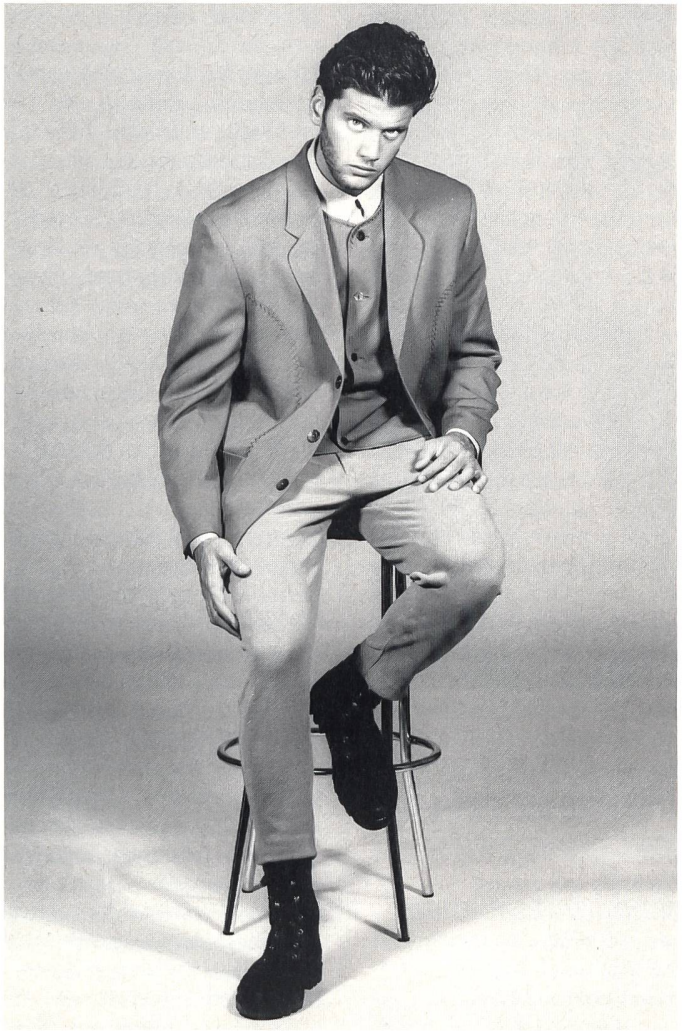
*Ausschnitt aus der Wanderausstellung «Schweizer Textil» im Einkaufszentrum Glatt.*

## PITTI IMMAGINE UOMO FLORENZ **MÄNNERMODE-FARBE GRAU**

*Der schlanke Anzug in Reinwoll-Mélange von BasileSport.*



Zurückgenommene Farbigkeit und luxuriöses Understatement – das ist die italienische Formel, die die Männermode zum Winter 91/92 prägt. Pitti Immagine Uomo, die Florentiner Fachmesse für Herrenbekleidung, stellte als erste Einkaufsveranstaltung die Weichen für die kommenden Trends: Grau zieht auf. Grau auch im übertragenen Sinn. Die Stimmung in den Messehallen erschien gedämpft. Das Amerika-Geschäft, das für die italienische Modeindustrie grosse Bedeutung hat, ist schwierig geworden aufgrund des schwachen Dollars und der Rezession, und die Japaner, die sich in den letzten Saisons als überaus kauffreudig erwiesen, geben sich zurückhaltender. Entsprechend weniger Besucher wa-



*Die junge Anzugversion mit Weste und enger Jerseyhose von Stefano Chiassai.*

ren denn auch aus Übersee angereist. Unsicherheit machte sich breit, denn über allem schwebte das Menetekel der düsteren politischen Lage am Golf. Mode spiegelt Stimmung, reagiert sensibel auf ihr Umfeld. Der Pariser Modemacher Jean Paul Gaultier tat das auf seine Art, ironisch oder gar ein wenig zynisch. Er war die Attraktion mit seiner neuen Kollektion, die er statt in Paris in Florenz vorführte, und zwar in der Aula Magna der Militärakademie der Luftwaffe unter dem Motto «Le Prisonnier». Doch selbst er, der gern schockiert, hat die Lust am Styling-Experiment verloren und setzt auf den gutgemachten Anzug, den er für die Laufsteg-Show mit auffälligen Accessoires herausputzte. Für die Jungen freilich sieht er eine körpernahe Silhouette mit engen Hosen vor. Body Culture geht auch an Adam nicht spurlos vorbei.

Im kommerzielleren, wenn auch sehr gehobenen Angebot der Pitti-Aussteller ist ein Rückzug auf die diskret-elegante Erscheinung mit dem (fast) klassischen Anzug im Mittelpunkt nicht zu übersehen. «Sichere Werte» heisst ein aktuelles Modemotto. Was sich Mann indessen an Styling-Extravaganzen versagt, gönnt er sich im mehr oder minder versteckten Luxus des feinsten Materials. Der Anzug ist schlanker geworden in der Silhouette und nach wie vor superweich in der Verarbeitung. Und er ist oft wieder grau. Es ist kein Zufall, dass nach der ausgeprägten Lust auf Farbe, die die vergangenen Saisons geprägt hat, gerade jetzt Grau aufkommt von hellen Steinfarben über Schiefer und Graphit bis zu Anthrazit und zu schwarzweissen Minimustern. Ein Hang zu Unauffälligkeit drückt sich in einer Palette von Non-colours aus. Farbliches Gegengewicht bietet vor allem eine breit gefächerte Skala kühler blaugrüner Nuancen von Tinte bis Petrol in dunkler und Eisblau bis Algengrün in heller Abschattierung.

Diskretion gilt auch für Dessins, die oft winzig sind wie Faux-unis oder wenig Farbkontrast aufweisen im Falle von Karos und Streifen. Grosse Vorliebe herrscht für geschmeidigen uni Wollsatin mit leichtem Glanz und für Crêpe mit stumpfer Oberfläche. Wollvelours, Bouclés und Pure Cashmere verleihen auch dem Sportveston eine edle Optik.

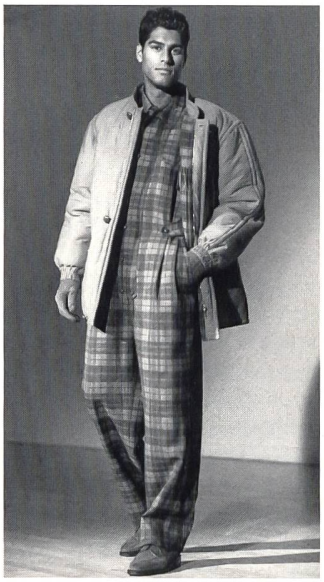
Sportlichkeit ist im übrigen ein Schlüsselwort, denn bei aller Zurückhaltung im modischen Ausdruck kommt nicht Langeweile auf, da sich sportliche mit klassischen Elementen auf vielfache Art vermischen. Dabei spielen wattiert gesteppte Microfaser-Jacken, Parkas und Duffle-coats, alle vorzugsweise mit Kapuze, eine wichtige Rolle, zumal sie durchaus auch zum korrekten Ein- oder Zweireiher getragen werden. Dieser Stil-Mix macht die Modernität und Individualität aus im Modebild.

*J.F.*

## SEHM IN PARIS **KREATIVE ZURÜCKHALTUNG**

Der «Salon International de l'Habillement Masculin» (SEHM) präsentierte sich zwar mit über tausend Ausstellern, wovon knapp die Hälfte aus dem Ausland kamen mit 190 britischen Firmen an der Spitze, noch etwas grösser als bisher, doch unter den Besuchern fehlten wichtige Einkäufer namentlich aus Japan und den USA. Verunsicherung greift um sich, zumal der Handel die Anzeichen eines abwartenden Konsumverhaltens bereits zu spüren bekommt, was sich erfahrungsgemäss rasch bei Bekleidung ausdrückt, bei den Männern vor allem bei betont modischer Bekleidung. Das spiegelte sich deutlich im «Nouvel Espace», einer gesonderten Halle des SEHM, wo die trendstärksten Angebote bis hin zur jungen Avantgarde zusammengefasst sind.

*Overall aus Schottenkaro in Wolle/Cashmere und wattierter Parka aus Peau-de-pêche mit Karofutter. Modell Bernard Sanz für Yves Saint Laurent.*



Gedrückte Stimmung prägte aber auch die Männermode-Défilés der Stilisten zum Winter 91/92. Einige wurden sogar aus Sicherheitsgründen und wegen mangelnder Pressepräsenz abgesagt, oder die Kollektionen wurden mit reduziertem Aufwand in eigenen Räumen vorgeführt.
Doch nicht nur das Geschäft mit der Mode, sondern auch die Mode selbst reagiert auf Krieg und Krise: sie schlägt leisere Töne an. Vernunft kommt vor Experiment, und der Spass hält sich in Grenzen. Am schnellsten ist das am Farbbild abzulesen, das sich sanft zeigt mit gebleichten Pastellen und Naturfarben oder kühl mit graustichigen Blau und Grün. Grau und auch wieder Schwarz erscheinen wichtig. Farbakzente werden überlegt und eher spärlich gesetzt. Ausnahme machen die neu entdeckten Schottenkaros. Ansonsten herrschen bei den Stoffen die Unis vor, oft mit Chiné-Effekt oder mit samtiger Oberfläche, auch echter Samt und für die beliebten Survestes und Mäntel pelziger Teddy.

*Zweireiher aus grauem Nadelstreifen-Flanell mit Parka aus beschichteter Baumwolle mit Wollfutter. Modell Pierre Balmain.*

Männermode besinnt sich wieder mehr auf die Basis – auf sachliche Aussage, funktionelle und formale Authentizität. Reduziert auf die grosszügige Linie, ohne Ablenkung durch Schnittdetails, zeigt sich der Anzug, der auf eine unauffällige Art elegant wirkt. Die Silhouette ist entschieden schlanker geworden, die Linienführung bleibt weich. Abgeschafft sind die Abgrenzungen zwischen Stadt und Sport. Gerade aus der Verbindung sportlicher und klassisch-eleganter Teile resultiert ein interessantes, sehr flexibles Bekleidungskonzept. Immer mit von der Partie und erheblich beteiligt an der Multifunktion solcher «Pendler» zwischen Citywear und Sportswear sind Jacken, Blousons, Parkas und Shortcoats.
Die eindeutig sportliche Mode wird von zwei Trends dominiert. Zum einen kommt keine Kollektion aus ohne den Daunen-look – wattiert Gestepptes in allen Variationen und Jackenlängen, superleichte wattierte Mäntel aus Microfaserstoffen gehören zum winterlich-wärmenden Bekleidungskomfort. Zum anderen machen sich militärische Stilelemente bemerkbar mit Fliegerjacken, Battle-dress, Overall und Duffle-coat. Kapuzen und dicke Rollkragenpullover dürfen nicht fehlen, zumal sich Strickmode augenfällig im Aufwind befindet. *J.F.*

## PITTI IMMAGINE FILATI, FLORENZ
## **TRIUMPH DER SEIDE**

Wenig einladend präsentierte sich Florenz zum Pitti Immagine Filati. Schnee und Eis machten es den Besuchern nicht leicht, sich auf den Sommer 1992 einzustimmen. Dass sich die potentiellen Kunden dennoch nicht abhalten liessen und Orders etwa in der gleichen Höhe wie im Vorjahr tätigten, spricht für den Pitti Immagine Filati als Informations- und Ordermesse für Stricker und Wirker.
Seide – zumindest in der Optik – war der Geheimtip in Florenz. Gleichzeitig mit dem edlen Material rückt Strick stärker ins Bewusstsein der Kreateure. Noch beherrschen feine Garnqualitäten die Szene, aber schon drängen gröbere Garne in raffinierten Mischungen nach vorne.
Raffiniertem galt deshalb auch das Hauptaugenmerk. Die Garne zeigen wieder mehr Effekte – in der Mischung, in der Optik, im Griff, in der Ausrüstung –, sodass die Stricker ganz klar einen Silberstreif am Horizont orten. Es waren aber nicht nur Stricker und Wirker, die in Florenz nach Neuheiten fahndeten. Viele Weber nützten die Chance, ihr Farbkonzept zu überprüfen und Feinabstimmungen vorzunehmen.

*Die grobe Masche für eine Strickjacke mit Durchbruchеffekt aus Garn von Igea.*

Erleichtert wurde dies durch die beiden grossen Themen, die Pitti Immagine Filati als Marschroute vorgab: «Projekt Harmonie» in kreidigen bis milchigen Neutraltönen mit Braun und Anthrazit sowie «Dimension Farbe» mit intensiven, fast überschwenglichen Farben, die an exotische Blätter, Beeren und Früchte erinnern, ergänzt durch ausgeblichene und ausgewaschene Nuancen. Die hellen Töne wurden dabei von den Einkäufern dem Frühjahr zugeordnet, die satten auf den Sommer übertragen. Weiterhin wichtig bleiben die Klassiker Schwarz und Weiss.

Neben den Farben verdienen die Qualitäten besondere Beachtung. Feine, hochgedrehte Wollen und raffinierte Wollmischungen mit Seide, Leinen, Baumwolle, Microfasern, aber auch mit Acryl und Raphia sind Materialien, die für das Frühjahr gesucht wurden. Matte Seiden- und Leinenaspekte, geflammte Baumwolle, Crêpes und superweiche Wollen beleben neben Piquéstrukturen und bedruckten Garnen die Szene.

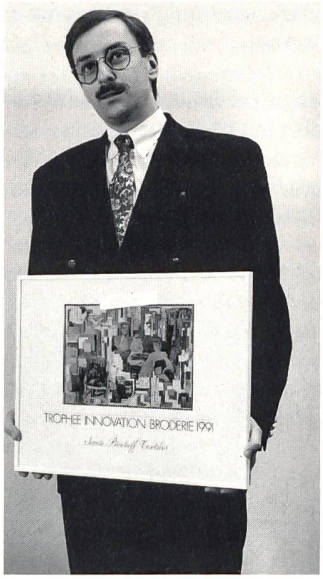
Bei den Strickvorschlägen, die Pitti Immagine Filati für das Frühjahr vorgibt, verbinden sich Technik und Fantasie zu interessanten Optiken, die alten Dessins wie Perl-, Pfauen- und irischen Mustern eine neue Dimension geben. Gitterwerk, Plissés, Rippen und Netzstrukturen, Ideen aus der Architektur, neue Cloqués und feiner Glanz – auch unregelmässig eingesetzt – unterstützen eine Modelinie, die nach vielen Kapriolen zu einem klaren und einfachen Stil zurückgefunden hat.

«Dimension Farbe» zieht als Sommerthema alle Register, spielt mit Matt/Glanz-Effekten, Micro- und Ministrukturen, Flechtideen, Rippen in Kombination mit Cloqués und raffinierten Jacquards, setzt Durchbruchefffekte und Karovariationen ein, dazu das technische Repertoire eines Oszillographen. Ausrüstungsideen unterstützen die Mustervielfalt und setzen naive Dessins in Kontrast zu technischen Materialien. Garne aus Seide, Leinen, Baumwolle und raffinierten Mischungen gewinnen durch Flammen, Nöppchen, Knötchen, feine Stichel oder metallischen Glanz zusätzliche Effekte. Gealterte, leicht «angerostete» Farben behaupten sich neben intensiven, strahlenden Nuancen. Wichtig für den Sommer 1992 bleiben Bikomponenten-Garne, die ihr Innenleben erst beim Färben offenbaren, Überfärbeeffekte und elastische Garne für eine körperbetonte, sportive und sehr korrekte Linie.

*Die feine Masche am Stretchkleid von Lino Lo Pinto für Overfill.*

## BISCHOFF TEXTIL **TROPHÉE INNOVATION BRODERIE 1991**

*Thomas Mayer, Verkaufsleiter und Vizedirektor von Bischoff Textil, mit dem begehrten Preis des französischen Textilverbandes.*




Anlässlich der Anfang Februar in Paris durchgeführten Modezubehör-Ausstellung «Interfilière» wurde die renommierte Schweizer Stickerei-Unternehmung Bischoff Textil AG, St. Gallen, mit der begehrten «Trophée Innovation Broderie 1991» ausgezeichnet. Der von Textilern aus ganz Europa beschickte Wettbewerb konnte damit erstmals von einer Schweizer Stickereifirma gewonnen werden. Er zeichnet die beste kreative Neuerung auf dem Gebiet der Spitzen und Stickereien aus und stellt für den Gewinner eine Bestätigung der Dynamik und Geschicklichkeit in der Entwicklung neuer Ideen dar.

Eine aus Stylisten, Technikern und Vertretern der Konfektionsindustrie bestehende internationale Jury wählte zwei der drei von Bischoff eingereichten Stickerei-Dessins auf den ersten Platz. Bei den beiden Kreationen handelt es sich um einen Tüll-Allover mit Ätz-Superposé-Effekten und einen elastischen Lycra-Fond, der mit bedrucktem Schnürli bestickt wurde.

## EIN NEUER DÉ D'OR FÜR CLAUDE MONTANA

Für seine erste Haute Couture-Kollektion, die Claude Montana für das Pariser Modehaus Lanvin kreierte, wurde er zum Teil heftig und schadenfroh kritisiert. Mit seiner zweiten gewann er seinen ersten Dé d'or, und für die dritte wurde er wiederum mit dieser Trophäe ausgezeichnet, mit der in Paris jede Saison die beste Haute Couture-Kollektion prämiert wird. Gesponsert wird sie vom Juwelier Chaumet. Seine Kritiker sind längst verstummt, seine Fans fühlen sich in ihrem Glauben bestätigt, dass Claude Montana einer der wenigen Prêt-à-Porter-Designer ist, die den Ansprüchen der hohen Schneiderkunst gerecht werden. Mit seinem rigoros klaren Stil und seinem bis ins kleinste Detail reichenden Perfektionismus, profiliert sich der Franzose als Nachfolger des grossen Balenciaga und Vertreter einer Couture-Postmoderne.

*U.H.*