Objekttyp: **TableOfContent**

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

Band (Jahr): **- (1994)**

Heft 98

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Nutzungsbedingungen

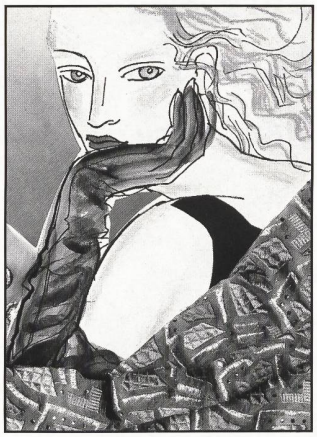
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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



Titelbildgestaltung von Mouchy
mit Stickereien von Forster Willi

Office Suisse d'Expansion Commerciale OSEC
Avenue de l'Avant-Poste 4
Case postale 1128
CH-1001 Lausanne
Tel. 021 323 18 24
Fax 021 320 73 37
Redaktion, Werbung, Abonnemente
Verlagsleiter: Peter Pfister
Chefredaktorin: Jole Fontana
Redaktionelle Mitarbeit:
Ursula Harbrecht, Klaus Dieter Ohk,
Beate Reichel, Rosmarie Zeiner
Werbung: Carlo Manferdini
Verlagsassistentin:
Alexandra Burgdorf
Verlagssekretariat:
Myriam Gauch
Gestaltung: Atelier Bundi SGV
Stephan Bundi,
Silvia Aebi

International verteilte Publikation
mit vier Erscheinungen pro Jahr
Jahresabonnement:
Schweiz SFr. 74.–/Ausland SFr. 84.–
Einzelexemplare:
Schweiz SFr. 20.–/Ausland SFr. 25.–
Satz: Fotosatz Bern W. Spälti AG
Fotolithos: Prolith AG, Köniz
Druck: Farbendruck Weber AG, Biel

TEXTILES SUISSES

© OSEC Nr. 98, 15. Juni 1994

Inhalt

Editorial
Farbe und Nicht-Farbe **21**

Prêt-à-Porter Winter 94/95
Les Mondes de la Mode **22**

Stilistenmode aus Schweizer Stoffen **30**

Helmut Lang und die Wiener Meisterklasse für Mode
Feingemacht **38**

Südfranzösische Modemacher verarbeiten Schweizer Modestoffe
Flair Méditerrané **58**

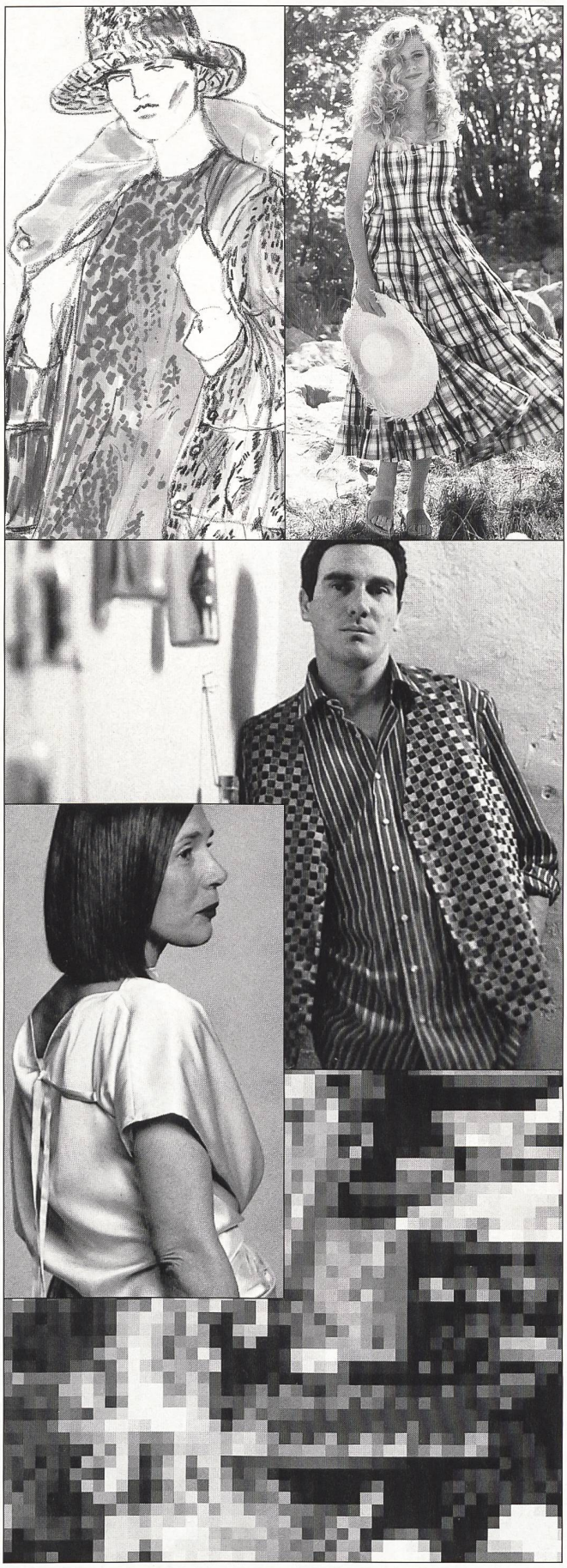
Der Maler und sein (Hemden-) Modell **76**

Farbe für Textil **94**

Spectrum **102**

Übersetzungen **107**

Les Mondes de la Mode
Ein Thema verbindet die modische Trendaussage des Prêt-à-porter der Stilisten zum Winter 94/95 als ein dünner roter Faden: der Jugendwahn, dem viele Designer erliegen mit Modellen à la Petite Fille oder Barbie. Ansonsten wird die Mode von starken Gegensätzen geprägt.
Seite 22



Plein Eté
Südfranzösische Modemacherinnen und Modemacher haben zum Thema Hochsommer in Stoffen aus Schweizer Kollektionen 95 Ideen entwickelt, die zwar unterschiedliche Stilauffassungen vertreten, die aber als gemeinsame Note ein Flair Méditerrané verbreiten.
Seite 58

Der Maler und sein (Hemden-)Modell
Eine spannungsvolle Begegnung zwischen Kunst und Mode ist in Rom zustande gekommen: Sechzehn Vertreter der dortigen Malerszene haben Einblick in ihre Ateliers und Arbeiten gewährt und sich gleich selbst als Modell zur Verfügung gestellt für Hemden, die römische Designer aus Schweizer Stoffen entworfen haben.
Seite 76

Der diskrete Hang zum Feinen
Helmut Lang hat mit der Wiener Meisterklasse für Mode ein Projekt aus Schweizer Stoffen verwirklicht, das trotz unterschiedlicher Handschriften des Entwurfs und Materials eine einheitliche Botschaft zu erkennen gibt: Es spiegelt die neu aufkeimende Lust am sich Feinmachen, an Tailor-made-Akkuratesse.
Seite 38

Farbe für Textil
Für Textiler bildet Farbe ein ganz wichtiges Medium. Färben und bedrucken ist zwar nur ein kleiner Teil in der textilen Herstellungskette. Aber Farbe ist das erste, was ein Verbraucher wahrnimmt; sie entscheidet über Sympathie oder Antipathie und damit letztlich über den Kauf.
Seite 94

OSEC