Zeitschrift: Textiles suisses - Intérieur
Herausgeber: Office Suisse d'Expansion Commerciale
Band: - (1990)
Heft: 1

Artikel: Trend, wo bist du?
Autor: Berke, Claudia
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-794326

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

1 Boller, Winkler AG Turbenthal
2 Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen
3 Schlossberg Textil AG, Zürich
4 Simarco AG, St. Gallen

TREND
WO BIST DU?

DIE EINE SEITE UND DIE ANDERE SEITE

Texte: Claudia Berke
Fotos: Pierre-Michel Delessert

Den Trend gibt es nicht mehr. Wie der VW Käfer oder das feste Zinsgefüge, wie New Look und toupierte Turmfrisuren, der Trend ist tot. Für die Prognostiker, die Analytiker, die Trendsetter und die Avantgarde sind harte Zeiten angebrochen. Wahrsager und Sternegucker haben es da einfacher, denn jeder, jeder Fabrikant von Textilien sucht ihn weiter, den Trend, sucht die Leitplanke, die ihn vor dem Verunfallen in der engen Haarnadelkurve schützt. Aber die Leitplanke gibt es nicht mehr, oder sie hat zumindest Löcher gekriegt. Über dieses gesellschaftliche Phänomen in den westlichen Industriestaaten haben sich Psychologen, Soziologen und Politologen schon den Kopf zerbrochen, und statt ihn dann nur fassungslos zu schütteln, haben sie sich in die Wörter geflüchtet und neue Begriffe geprägt wie «den Wertewandel» oder den «offenen Konsum», die «Durchlässigkeit der Klassen» und haben energisch den Marketingbegriffen wie beispielsweise der «Kaufkraftklasse» aus den Zeiten der boomenden Wirtschaft nach dem Krieg den Kampf angesagt. Was aber nun, fragen sich alle, die diese Leitplanken doch so dringend benötigen, denn die Kurven gerade in der Textilindustrie sind enger, steiler geworden und sie folgen sich immer rascher aufeinander. Die Moden jagen sich förmlich, auf den Ethnolook folgt die «neue Einfachheit», auf den Mini der Maxi und dann der Midi, und die Versuche der Modemacher, aus den Moden eine Mode zu machen, wirken verkrampft, denn erlaubt ist eh, was gefällt.

Warum aber in einer Textilzeitschrift für den Interieurbereich diesen Hinweis auf die Mode? Und hier beginnt, was sich nicht als Mode, aber als Leitplanke, als Phänomen zumindest durch alles hindurchzieht, was nur im Entferntesten mit Wohnen, mit Textilien, vielleicht mit dem Menschsein hier und heute überhaupt zu tun hat: die dualistische Gesellschaft. Dass jede Medaille zwei Seiten hat, das lernten wir schon als Kinder, aber noch nie hat sich diese Medaille unter jedem Betrachtungswinkel stets von beiden Seiten gezeigt. Hier die Armen, da die Reichen, hier die Strengen, da die Üppigen.

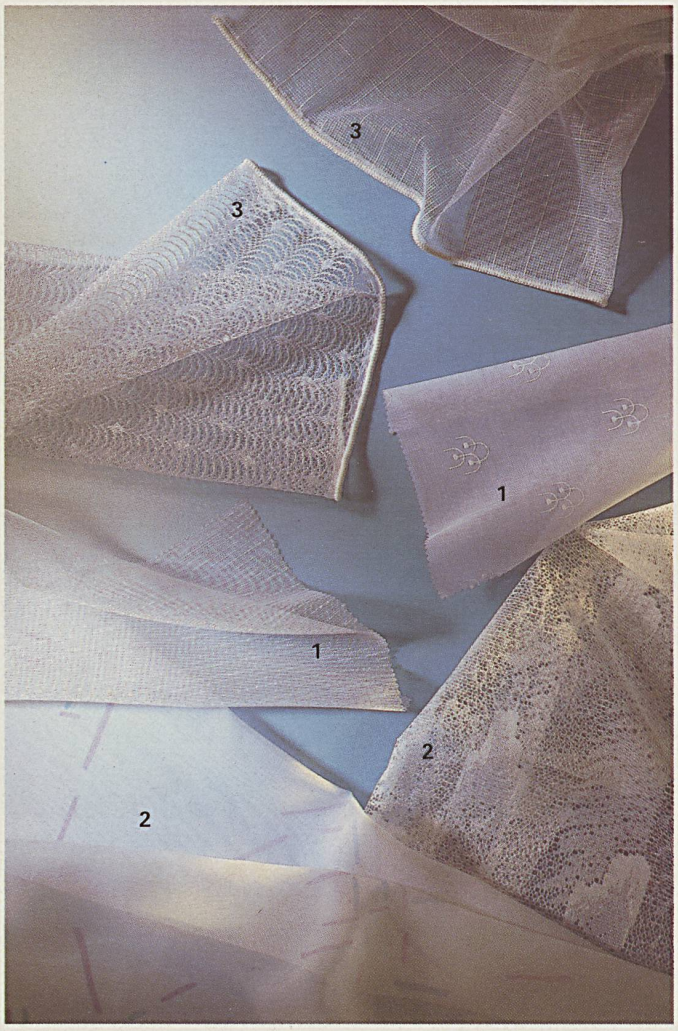
Auf der einen Seite folgen jetzt die Interieurtextilien der Kleidermode auf dem Fusse, zu beobachten vor allem in der Bettwäsche mit Mode-

1 Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen • 2 Heberlein Textildruck AG, Wattwil • 3 Nelo AG, Herisau • 4 Jacob Rohner AG, Heerbrugg • 5 Tisca Tischhauser + Co. AG, Bühler • 6 Zumsteg AG, Zürich

farben wie Gelbgrün oder Orange; auf der anderen Seite dominiert Klassik die Szene, Klassik bei den Farben mit Pastell, Grau, Weiss und Beige. Auf der einen Seite feiern die sechziger Jahre wie in der Mode ein Comeback, auf der anderen Seite geben die Dessins sich verhalten und klassisch und machen ihre Anleihen höchstens beim Art Déco oder beim Bauhaus. Überhaupt die Architektur. Sie ist nicht nur zum alles beherrschenden Konversationsthema geworden – Architekten Frank Gehry in Weil am Rhein, Mario Botta im Tessin, Norman Foster in Hongkong und Bofill in Paris, zeitigt ihre Einflüsse auch im Textildesign und wird das in Zukunft noch vermehrt tun. «Palladio» nennt Schlossberg ein Dessin, eine Reminiszenz an den berühmten oberitalienischen Architekten.

BETTWÄSCHE, DIE RICHTUNGSWEISER

Die Bettwäsche spielt ihre Rolle perfekt. Was hier nicht möglich ist, das schaffen auch die anderen Interieurtextilien nicht mehr. Was sich hier an Moden nicht durchsetzt, das wird nie zur Mode. Strömungen lassen sich hier ablesen. Wer die Hürde Bettwäsche nicht schafft, der bringt es nie zum Vorhang. Auch jetzt ist sie das Thermometer, und die Temperatur steigt. Die neuesten Statistiken belegen es: man wohnt wieder. Man investiert Geld in Bettwäsche, in Möbel und Teppiche und sogenannte Wohnaccessoires. Und die Bettwäsche wird zum Spiegel.
Auf der einen Seite werden die Dessins eleganter, üppiger, wärmer in den Farben, orientalischer mit Paisley und Pfauenauge, ethnologischer mit Inka- und Indiomuster, auf der anderen Seite aber ist die «neue Einfachheit» nicht zu übersehen. Jacquards Ton in Ton, wo die Möglichkeiten technisch vorhanden sind, hellgrundige Dessins, kleinrapportige, unaufdringliche und dezente.



1 Filtex AG, St. Gallen • 2 Nelo AG, Herisau • 3 Schweiz. Gesellschaft für Tüllindustrie AG, Münchwilen

DIE RELATIVE ANSPRUCHSLOSIGKEIT DER DEKOS

Ähnliches wie von der Bettwäsche lässt sich auch von den Dekos sagen, wenn auch hier der Hang zum Kostbaren und zum Teuren noch ausgeprägter ist. Keine Kollektion ohne reine Wolle und Seide. Das lässt sich vielleicht mit der Langlebigkeit des Stoffes erklären und mit seiner relativen Anspruchslosigkeit. Im Gegensatz zu einem Möbelstoff ist ein Dekostoff im Wohnbereich keinen grossen Beanspruchungen ausgesetzt. Auf der einen Seite sind hier Streifen im Kommen, unregelmässig und durchsetzt, aufgelöst, auf der anderen Seite Blumen, je konkreter, desto besser. Tulpen sind Tulpen, und Mohn ist Mohn. Verfremden tun höchstens noch die Farben. Auf der einen Seite manifestiert sich der Naturtrend in den Farben, einem kräftigen Rot, verschiedensten Grünnuancen, Braun- und Ockertönen, auf der anderen Seite dominieren bei den eleganteren Dessins, die wie in der Bettwäsche von orientalischen Anleihen beherrscht werden, die satten Farben wie ein warmes, stark mit Rot gemischtes Grau, wie Rost und Senf, wie Tannengrün oder ein leicht violettstichiges Nachtblau. Auf der einen Seite harmonieren die Dessins mit der Bettwäsche, sind als ganze Composékollektion angelegt, auf der anderen Seite sind sie eigentliche «eye catcher», als Dominante des Raums. Der Raum aber, die Atmosphäre, sie stehen bei allen Interieurtextilien im Vordergrund.

UND WAS MACHT DIE TECHNIK?

Während die Bettwäsche die Richtung bei den Moden weist, tun die Möbelstoffe dies in der Technik, in den technischen Möglichkeiten. Und auch hier hat die Medaille ihre zwei Seiten und zeigt sie stetig und in jeder Kollektion nebeneinander. Auf der einen Seite hat die Entwicklung bei Trevira CS grosse Fortschritte gemacht. Satin, Jacquard, Überdrucke, hochkomplizierte Mehrfarbenjacquardtechnik, aber auch Voiles, Gardinen werden angeboten. Auf der anderen Seite bestimmten die einfachen Wollgewebe oder klassisch verarbeitete Baumwolle das Bild, oft in Uni in dezenten Tönen, warm, reich, mit leuchtenden Akzenten. Der Möbelstoff ist auf dem besten Wege, sich aus seinem Mauerblümchendasein zu befreien. Schon einmal, während den Zeiten des Bauhauses und des Art Déco, war die Kreation von Möbelstoff die dominierende Textildisziplin. Dann eroberte das Leder den Markt, und die Möbelstoffe traten in den Hintergrund. Jetzt sind sie wieder da, und will man der Statistik glauben, dann sind sie weiter auf dem Vormarsch. Gerade der Objektbereich, der im ganzen Möbelmarkt immer mehr Bedeutung gewinnt, dominiert heute teilweise bereits das Bild der Kollektion. Geometrien, kleinrapportig, neutral und unauffällig sind hier gefragt und Composés mit den Dekos und dem Teppich.

DIE EINE SEITE UND DIE ANDERE SEITE VERHINDERN EINE SICHERE PROGNOSE

Aber, das ist klar, noch nie zuvor haben die Heimtextilien einen solchen Boom, eine solche Breite im Angebot und einen solchen Qualitätsstandart erreicht. Und das haben sie vielleicht der einen und der anderen Seite zu verdanken.