

It's Cologne

Autor(en): **Reims, Martina**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **98 (1991)**

Heft 1

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-677281>

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.

It's Cologne

Die Männer sind hinter den Frauen her – so jedenfalls behaupteten Vertreter der Textilindustrie an der Pressekonferenz anlässlich der kommenden It's Cologne vom 15. und 16. Januar 1991. Zum ersten Mal überstieg der Umsatz der Industrie in Deutschland die 5 Mrd.-Mark-Grenze (+ 10 % zu 1989), wobei der Handel nach 1989 mit 21,7 Mrd. DM einen Zuwachs von ca. 9 % verbuchen konnte.

Doch nicht nur die äussere Hülle wurde gepflegt. In der Wäsche-Industrie wurden 1990 satte 25,8 % mehr umgesetzt, wobei die Hemden mit 22 % den Löwenanteil für sich verbuchten. Zurückzuführen sind die Supergeschäfte auch auf hohe Exportzuwachs-raten, wobei die Schweiz mit 129 Millionen DM (+ 5,4 %) nach den Benelux-ländern und Österreich an 3. Stelle liegt. Geschäfte in Ostdeutschland stekken dagegen noch in den Kinderschuhen. Dass ein hoher Umsatz nicht immer mit einem hohen Gewinn verbunden ist, führte der Geschäftsführer des Verbandes für Herrenindustrie, Thomas Rasch, auf gestiegene Produktionskosten im In- aber auch im Ausland sowie auf unerwartete Sonderzahlungen wie erhöhtes Weihnachtsgeld und neue Feiertage zurück.

Ob um sich selbst zu gefallen oder den Frauen «denen sie hinterher sind», bleibt dahin gestellt. Fest steht, dass mittlerweile 73 % der Herren der Schöpfung ihre Kleidung für sehr wichtig empfinden und davon 77 % saloppe Kleidung bevorzugen. Um dem entgegenzukommen, hatten das Deutsche Institut für Herrenmode und die Köln-Messe einen Designerwettbewerb um den Anzug der 90er Jahre ausgeschrieben. 62 Vorschläge reichten 20 Frauen, 11 Männer und fünf Teams ein.

Den ersten Preis gewann Rogério Alves aus Lissabon mit einem hellen Anzug mit Schalkragen und Reissverschluss sowie Knopflaschen an den Ärmeln, welcher dem Wunsche des starken Geschlechts nach Saloppheit durchaus entgegenkommt.



1. Preis: DM 5'000.-, Designer-Modell von Rogério Alves, Lissabon.

Avantgardistischer Anzug im sportiven Look aus Wollweisser Schurwolle. Over-jacket im Raglanschnitt mit Schalkragen, Ärmelriegeln, grossen, aufgesetzten Patentaschen. Bild: DIH, Köln

Den zweiten Platz teilten sich Birgitt Evers aus Bonn mit einer Kombination aus Schlupfblouson und Reissverschluss-taschen, welches nach schnittechnischen Aspekten nicht zu einem Anzug gehört – und einer schlichten Hose und Jörg Miedke mit einem zweifarbigen 08/15 Sakko zu bundfaltenloser Hose und Rollkragenpullover. Platz drei belegte ein Designerteam Cachine aus Berlin mit einem simplen Einreihertweed-Sakko zu Zigarettenhose und Strickweste.

Originellere und schnittechnisch ausgefeiltere Ideen wie ein nachtblauer Anzug mit asymmetrischem Rückenschlitz und Schliessfront zu einem raffinierten Westenmodell und Hose oder folkloristisches Oberteil zu Patchworkhose sowie ein ideenreiches Chiffonensemble blieben leider auf der Strecke.

Der siebte Designerwettbewerb, der nun folgend ausgeschrieben wird, ist durch das Thema «Sommerstrick 92» bestimmt.

Auf der It's – die in Zukunft wie die HMW vorgezogen wird – stellen nun 301 (+ 10 %) Unternehmen Mode für den Winter 91/92 aus. Das Farbthema Winterfaszination mit den Farbgruppen Laub, Winterrot, Reif und Wintergrün ist Leitfaden für die sich nicht grossartig ändernden Modelle. Die Stoffe sollen einen weichen Griff und einen fließenden Fall aufweisen. Wichtig sind Materialien wie Cashmere, Wollqualitäten, auch in Mischung mit Seide; Samt oder Cord und je nach Bereich Viskose sowie Mikrofaser. Neu sind attraktive Garneffekte für grösseres Volumen bei gleichbleibendem Gewicht.

Die Silhouette zeichnet sich durch Einfachheit mit natürlicher Körperlinie aber starker Taillierung aus. Bei den Sakkos stehen Dreiknopf-Einreihler im Vordergrund. Zweireihler erhalten durch eine trapezförmige Knopfanordnung ein modisches Lifting. Hosen bleiben schlicht und ohne auffallende Merkmale. Für die junge Generation sind langgezogene Blazerformen mit hochangesetzten Taschen und neuen Reversformen zu fussengen Röhrenhosen vorgesehen.

Einen Seitenblick auf die Damen werfen die Männer bei den Mänteln. Swingertypen sowie Dufflecoats und Longjackets im Muster- und Materialmix werden auch bei dem starken Geschlecht dominieren. Die Brust schmücken sie sich – wie gehabt – mit City-Hemden in den üblichen Mustern, neu sind angeblich verhaltene Karo-varianten, sowie Sportswearmodellen mit interessanten Überfärbertechniken und variantenreichen Pullovern im Stil der 50er Jahre, die endlich auch der Maschenindustrie wieder zu Höhenflügen verhelfen sollen.

Martina Reims ■