

Imagewerbung der Textilindustrie

Autor(en): **Fontana, Jole**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 85

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795563>

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.

IMAGEWERBUNG DER TEXTILINDUSTRIE SCHWEIZER STOFFE FÜR KALIFORNISCHE MODESCHULE

Zum «Rencontre Suisse du Jeune Talent» werden internationale Modeschulen und prominente Gäste in die Schweiz eingeladen. Jeweils zwischen den Rencontre-Jahren geht die Exportwerbung als Botschafterin für Schweizer Textilien mit einem Promotionsprojekt ins Ausland. Berlin ist noch in Erinnerung, und nun steht Kalifornien auf dem Programm.

«An opportunity of a life time» – eine einmalige Gelegenheit stelle das Modeschauprojekt der Exportwerbung für Schweizer Textilien für die beteiligten Modestudenten aus Los Angeles wegen der ausserordentlichen Qualität der Materialien dar, versicherte Mary Stephens gegenüber der «Textiles Suisse». Sie ist Direktorin des Fashion Departements am dortigen Institut und begleitet die kreative Arbeit der zehn angehenden Modemacher, die als beste Absolventen der Schule in das «Advanced Fashion Design Programm» aufgenommen worden sind und nun die anspruchsvolle Aufgabe bestreiten, die ganze Schau auf die Beine zu stellen.

Das private, vor 21 Jahren gegründete «Fashion Institute of Design and

Merchandising» (FIDM) hat sich einen ausgezeichneten Ruf erworben, nicht zuletzt darum, weil der Unterricht ausgesprochen praxisnah aufgebaut ist. Es nährt nicht die Träume des grossen Modeschöpfers von Welt, sondern ist in seinem Lehrplan ganz konkret auf die Bedürfnisse der Industrie ausgerichtet und vermittelt solide Grundlagen in bezug auf den Entwurf wie auf die Verarbeitungstechniken. Nutzbringend ist überdies die Verbindung zu Management, Marketing und Merchandising. Professionalität wird grossgeschrieben. Das begründet auch die Anziehungskraft des Instituts, das gegenwärtig in der Modeabteilung über 50 Nationalitäten ausweist.

Durchaus professionell wird denn

Ende Juni 1991 – mit diesem Datum des 700jährigen Bestehens der Schweiz ebenso gedenkend wie der nachgewiesenermassen mindestens so alten Tradition der St. Galler Textilindustrie – findet die «Debut Fashion Show» des «Fashion Institute of Design and Merchandising» in Los Angeles statt. Ihre Besonderheit: sämtliche Modelle sind aus Schweizer Stoffen gearbeitet.

auch das Projekt «Schweiz» angepackt. Die zehn jungen Designer – sieben Studentinnen und drei Studenten unterschiedlichster Herkunft – entwerfen je eine Kollektion von acht Modellen zu einem selbstgewählten Thema mit Stoffen, die ihren modischen Vorstellungen entsprechen. Folglich haben sie sich – genau wie in der Praxis – auf einen «buying trip» in die Schweiz begeben. Einziger Unterschied zur Realität: sie erhalten die Stoffe von den 18 Textilfirmen, die sich an dem Projekt beteiligen, unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Ansonsten haben sie die (mitunter anstrengende) Zukunft des Berufslebens einüben können: Durchsicht von 18 Kollektionen in wenigen Tagen am Sitz der Unternehmen aus allen textilen

Sparten, von der Stickerei zu Seiden-nouveautés und zu Woll- und Baumwollstoffen. Die richtige Wahl der Farben, Dessins, Qualitäten ist die Grundlage für den Erfolg der Kollektion auch hier, zumal es sich um so unterschiedliche Themen wie Sportswear und Grand Gala handelt.

Festliche Premiere hat die «Debut Fashion Show in Swiss Textiles» am 27. Juni in Los Angeles vor einem Fach- und VIP-Publikum von etwa 1500 Personen und Persönlichkeiten. Im weiteren Verlauf des Jahres wird die Schau in 40 Städten der USA und im Ausland präsentiert.

Jole Fontana



Mary Stephens, Direktorin des FIDM

Die Studentinnen und Studenten des FIDM bei der Stoffauswahl in der Schweiz.

