

Objekttyp: **TableOfContent**

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

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

Heft 98

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Nutzungsbedingungen

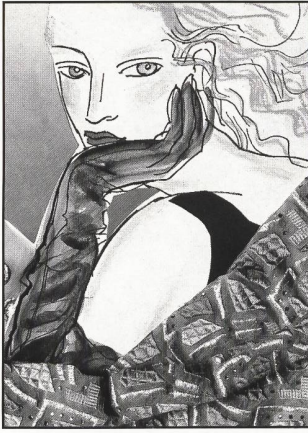
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung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

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

S U I S S E S

© 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

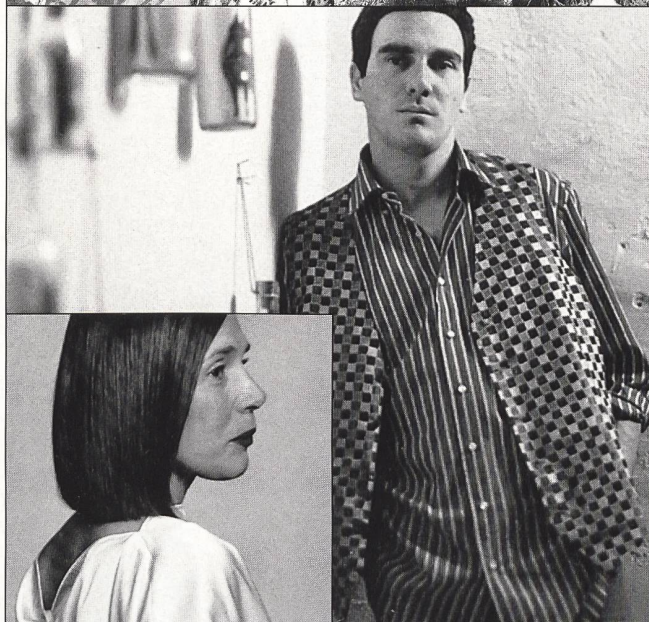
Les Mondes de la Mode

Ein Thema verbindet die modische Tendaussage 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 Été

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

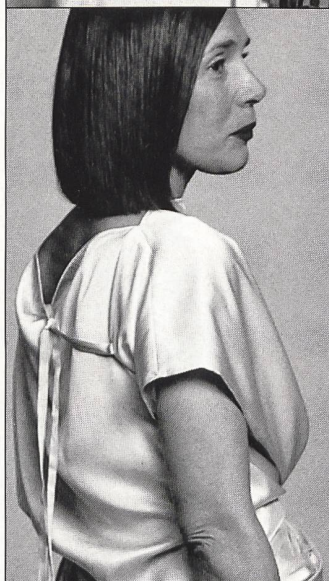


Der Maler und sein (Hemden-)Modell

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-Akkuratess.
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

