

Spectrum

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): - **(1996)**

Heft 106

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795402>

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.

HERMANN BÜHLER AG NEUER USA-STANDORT

Als einen wichtigen strategischen Schritt bezeichnet das namhafte schweizerische Spinnerei-Unternehmen Hermann Bühler AG, Winterthur-Sennhof, die Gründung eines neuen Produktionsbetriebes in den USA. Es handelt sich um die Bühler Quality Yarns Corporation mit Standort Jefferson im Bundesstaat Georgia, mitten im Kerngebiet der amerikanischen Textilindustrie.

Im Aufbau befindet sich eine Feinspinnerei mit 15'000 Spin-

deln, einem Personalbestand von rund vierzig Personen und einer Jahresproduktion von ca. 1'400 Tonnen Garn. Vorgesehen sind Produktion und Vertrieb von super-gekämmten Baumwollgarnen im Bereich von Nm 68 bis Nm 135 für Webereien (Hemden, Bettwäsche), Strickereien und Wirkereien. Ein Umsatz von etwa 11,5 Mio. Dollar pro Jahr wird anvisiert. Die Produktionsaufnahme erfolgt anfangs Juli 1996.

Für die Wahl des Standortes

USA waren verschiedene Gründe ausschlaggebend:

- Garnproduktion in einem grossen Textilmarkt (NAFTA) mit wachsenden Qualitätsansprüchen.
- Günstige Standortbedingungen – Lohn- und Energiekosten, Verwendung von Rohstoff aus dem Lande selbst, Wegfall der hohen amerikanischen Importzölle, Reduktion des Währungsrisikos.
- Auf dem amerikanischen und kanadischen Markt ist Hermann Bühler bereits gut eingeführt.

- Die Präsenz vor Ort bringt Vorteile für die intensive Kundenbetreuung, für hohe Flexibilität in der Lieferbereitschaft und marktgerechte Produktionskosten.

Der Schweizer Betrieb der Hermann Bühler AG in Winterthur-Sennhof erleidet durch diese Gründung keine Einbusse. Das Gewicht wird noch stärker auf spezialisierte, Know-how-intensive, innovative Produkte von höchster Qualität gelegt.

WINTER 1997/98 FARBKONTRASTE UND STOFFSPIELE

Die Interstoff Season in Frankfurt setzte Ende April den Schlusspunkt unter die Orderrunde Sommer 1997. Die knapp 150 europäischen Aussteller, die mit neuen Entwürfen den Wünschen der Konfektion entgegenkamen, zeigten sich mit dieser auf die neuen Orderrhythmen der Branche zugeschnittenen Plattform sehr zufrieden. Damit erweist sich das Konzept der Messe Frankfurt, drei Ordertermine mit veränderten Vorzeichen anzubieten, als durchaus tragfähig.

Neben der regen Ordertätigkeit nützten die Einkäufer die Möglichkeit, sich einen raschen Überblick über die aktualisierten Trends Sommer 1997 zu verschaffen. Gleichzeitig bot die Messe mit «Basic Line» eine wichtige Orientierungshilfe auf die Trendthemen des Winters 1997/98, die unter dem Titel «Options» stehen und Auswahl unter fünf The-

*Dessinierungstrends
zum Winter 1997/98 von
Rhône-Poulenc*



men bieten. Auch Faserhersteller präsentieren ihren Kunden und der Presse eine Trendvorschau auf die neue Saison, in der Eleganz durch technologische Entwicklungen einen neuen Stellenwert erhält sowie Traditionelles durch neue Farben und Garne aufgewertet wird.

Der Farbe kommt dabei eine wichtige Mittlerrolle zu. Warme und kühle Pastells überlassen weitgehend den mittleren weichen Farbharmonien die Führung, ergänzt durch gehaltvolle dunkle Töne. Primärfarben sorgen für Power und Spannung.

«Basic Line» der Interstoff skizziert ein perfektes Spiel der Kontraste, das in den fünf Themen zu reizvollen Kombinationen von Garnen und Geweben führt:

«Bristle-Volume» setzt borstige und aggressive Garne für kompakte und schwere Gewebe mit Wasch- und Filzeffekten ein oder kombiniert sie mit bauschigen, wuscheligen und warmen Garnen.

«Bio-Eco» erinnert an das harmonische Zusammenspiel von Mensch und Natur und macht sich stark für das Recycling der neuen Polyesterfasern für superleichte und warme Fleece-Stoffe.

«Cool-soft» lässt sich von weichen, wie mit Rauhreif überzogenen Garnen und raffiniertem Finish inspirieren. Bauschige und leichte Garne sorgen für Plüsch- und Wuschleffekte.

«Classic-decorative» setzt auf hochinteressante neue Mischungen von Edeltierhaaren und Chemiefasern bis hin zu Micro- und Chenillefasern sowie auf aparte Matt/Glanz-Kontraste.

«Techno-creative» trotzt Wind und Regen mit superleichten Thermogeweben aus Synthesegarnen, lanciert virtuelle oder grafische Dessins für gummierte, beschichtete, verdoppelte, imprägnierte oder wattierte Materialien mit «technischem» Touch.

Für Rhône-Poulenc dient das spannungsvolle Nebeneinander als Anreiz für die Kreativität. In vier Bildern stellt sich das Neue vor:

«A touch of class» ist luxuriöser Sportlichkeit gewidmet, mischt Unkonventionelles mit Erprobtem. Dezenze Changeants, Taft, Gesteptes, Gummiertes, Beschichtetes, feine Bouclés und Doppeljerseys, Angerauhtes und Haariges werden durch Ministrukturen, Streifen, einfache Karos und Flechtbilder, Perforiertes und Tachismus-Ideen verändert.

«Charming» versteht sich als edle Basics für Drinnen und Draußen, gibt sich irisch und progressiv, anspruchsvoll weich und schmeichelnd.

Nebliche und weiche Mitteltöne, Karo-, Kaschmir- und Krawattenmotive, Florales, Pointillés und handwerkliche Effekte beleben Jersey, Fleece, Angerauhtes, Samt und Cord, tonige Tweeds und Shetlands.

«Adrenalin rush» übersetzt Ursprüngliches mit ethnischem Touch in leicht rustikale Optiken wie Angerauhtes, optisch Borstiges oder Stacheliges. Wichtig sind Cord, Elastics, Bondiertes und Gesteptes, Beschichtetes und Glänzendes, Gummiertes, Gewachstes oder Geöltes. Handwerkliche Optiken, Geknittertes, Faltiges, schaftgemusterte Streifen und Schriftzeichen sind die Desinschwerpunkte.

«Fatal Attraction» in kostbarer oder verspielter Farbigkeit ist streng bis sinnlich, bieder bis provokant und nüchtern bis dekorativ. Diskrete Reliefs, Damassés, Façonnés, Jacquards, transparente Doppelgewebe, Voiles, Stickereien und Spitzen beleben zusammen mit maskulinen Dessins, opulenten Kaschmirmotiven, Ranken und Arabesken die Stoffe.

DuPont zeigt die neuen Möglichkeiten der Tactel-Palette.

«Totally Effective» der Aktivsport-Bereich, setzt auf lebendige, klare Farben, auf grobe Webstruktu-

ren mit sehr weicher Oberfläche, auf raffinierte Ausrüstungen und einen Schuss Lycra. Farbige Abseiten oder witzige Farbkombinationen, neue Bicolors und Melangen, abstrakte Drucke und Arabeskenmotive bereichern das Thema. Im Strickbereich halten sich Muster und Oberflächenstrukturen sowie Fleece und glänzende Lüstervarianten die Waage.

«For Effect» der Fashion- und Casualbereich, kombiniert neutrale zu intensiven und dunklen Farben, präsentiert körnige Optiken, weich fließenden Fall, leichte Beschichtungen im Techno-Look, Dreidimensional-Effekte und minimalistische Ideen bei raffinierten Garnen.

«Beautifully Effective» favorisiert blasse Farben, zarte und weiche Stoffe, Spitzen, Netz-, Gitter-, Rippen- und Plisséstrukturen, Strickideen mit Ajourés und Zopfstrukturen sowie weiche Tactel-Microgarne, plattiert mit Lycra, für neue Unistoffe und Matt/Glanz-Optiken.

Hochst setzt mit Trevira auf Softness und die wieder neue Farbe Camel. Wichtig sind leicht angestosene Crêpes, neue Flanelle, Tweed und Loden, Fleece und Velours, wobei die Oberflächen deutlich flacher, platter und auch rauher, die Gewichte aber superleicht sind. «Hot Chocolate» mit einem kräftigen Schuss Sahne und frechen Akzentfarben bevorzugt Puzzle-Optiken, neue Tapeten- und Gobelinmuster. «Cream Caramel» lässt sich von kleinen figürlichen Motiven und naiven Mustern inspirieren. «Redberry Mousse» in weichen Pflaumen- und Mauvetönen spielt mit romantischen Blümchen, überdruckten Weboptiken und Geometrics. «Blueberry» in Blau- und Grüntönen zeigt Streifen, Karos, kleine Computermuster und Blumendessins.

DESIGN CENTER LANGENTHAL KEIMZELLE FÜR KREATIVITÄT

Die denkmalgeschützte, bereits 1224 urkundlich erwähnte Mühle im Berner Landstädtchen Langenthal ist heute eine Keimzelle für Kreativität. 1993 gründeten Designorientierte Betriebe der Umgebung das «Design Center» und schufen damit einen Ort der Information, Schulung und Beratung in allen Fragen des Gestaltens.

In den sensibel adaptierten Räumen des ehemaligen Wohntraktes der Alten Mühle wird Design als ein Stück Lebensqualität, als Alltags- und Industriekultur, aber auch als geistiger Motor der Wirtschaft verstanden und vermittelt. In diesem grosszügigen Ambiente informieren Ausstellungen, Workshops, Seminare, Tagungen, Vorträge über internationales Design und inspirieren so Kreativität auf vielfältigste Art.

In der Region Langenthal hat Design Tradition. Seit den Anfängen der Schweizer Industriegeschichte wird hier handwerkliches Können mit Ästhetik gepaart, Keramikgefässe, Stoffe, Glas, Porzellan und Möbel in einer gelungenen Symbiose zwischen Funktion und Form erzeugt. Seit 1987 treffen sich in Langenthal alle zwei Jahre Inneneinrichter, Architekten und Designer zum «Designers' Saturday». Einen Tag lang kreisen alle Gespräche und Aktivitäten um das Thema Design und Gestalten. Auch der «Design Preis Schweiz», der alle zwei Jahre verliehen wird, ist mit Langenthal eng verbunden.

Seit April dieses Jahres leitet Dr. Christian Jaquet als Direktor das De-

sign Center, ein Mann, der Wirtschaftswissenschaft studierte, beruflich aus der Werbung kommt, kulturell engagiert und seit 1965 kreativ für ein Langenthaler Unternehmen tätig ist. In seinen Augen bietet das Design Center Langenthal vielfältige Chancen für unterschiedlichste Unternehmungen. Er sieht Design als weiten Begriff: als eine gesellschaftliche Aufgabe, durch Gestalten und funktionale Produkte die Lebensqualität zu erhöhen, Denkanstöße zu vermitteln und damit auch neue Arbeitsplätze zu schaffen. Von diesem breiten Ansatz her sollen in Symposien und Gesprächsrunden Themen aufgegriffen werden, die die Schweiz beschäftigen.



Eines der Ziele ist es, das Design Center zur Ausbildungsstätte für Profis und Laien etwa im Sinn eines Nachdiplomstudiums weiterzuentwickeln. Kurse in Kreativität und Design könnten Brücken schlagen zu Schule und Wirtschaft. Nicht zuletzt will die Alte Mühle ein Forum für Ausstellungen und ein junges Design sein. Wenn etwa für Herbst eine Snowboarding-Ausstellung geplant ist, soll damit modellhaft an einer jungen Sportart der enge Konnex zwischen heutiger Kultur, gesellschaftlicher Entwicklung und Mode sichtbar gemacht werden.

Design Center Langenthal

ANNE-MARTINE PERRIARD EXTRAVAGANZ DER STRUMPFHOSE

Nicht Masse, sondern Klasse bevorzugt Anne-Martine Perriard, die in ihrem Zürcher Atelier den Frauen im wahrsten Sinne des Wortes Beine macht – und zwar auffallend attraktive, in Form von raffinierten Strumpfhosen. Anne-Martine Perriard, 1956 in Helsinki geboren, ist gelernte Schneiderin, hat die Modeklasse absolviert und wurde bereits zweimal (1981 im Team und 1995 einzeln) Preisträgerin des Eidgenössischen Wettbewerbs für Gestaltung. Ihre Ideen sind wirklich preisverdächtig – und lassen sich auch kommerziell umsetzen.

Der Wunsch, Strumpfhosen zu entwerfen, die anders und witzig, nicht alltäglich und dennoch im Alltag tragbar sind, entsprach einer Augenblickslaune, doch wurde er mit Konsequenz verfolgt – bis hin zur kommerziellen Produktion in einer St. Galler Fabrik. Verkauft werden die Strumpfhosen keineswegs



nur in der Schweiz, denn es gibt in aller Welt mehr und mehr Frauen, die ihre Beine ins rechte Licht rücken wollen. Zu diesem Zweck gibt es etwa ein blickdichtes Modell mit Trompe-l'œil-Effekt, ein glattes Strumpfband imitierend, oder eines, das

wie ein Overknee gearbeitet ist. Ein Modell ziert vorne und hinten eine Silbernaht, ein anderes zeigt eine Hohlsaumnaht, einige sind zweifarbig und einige ganz Raffinierte erinnern mit kleinen Knöpfchen an die Strumpfbänder der Jahrhundertwende.

Anne-Martine Perriard gelang mit ihren Kreationen die ideale Verbindung zwischen Funktion und Sinnlichkeit, zwischen Kreativität und Kommerz. Sie zeigen, dass Unkonventionelles durchaus Sinn macht. Sie ermuntern, der Langeweile zu entgehen und das Besondere zu suchen.

Strumpfhosenkreation von Anne-Martine Perriard

ABEGG-STIFTUNG RIGGISBERG SAMTE DES ABENDLANDES

Wohl kaum ein Besucher kann sich der Bewunderung für die handwerkliche Kunst der alten Seiden-samtweber entziehen, wenn er durch das schmiedeiserne Tor die Räume der Sonderausstellung der Abegg-Stiftung in Riggisberg betritt, die an 55 Seidensamten die Entwicklung dieser kostbaren abend-ländischen Textilien bis ins 19. Jahrhundert aufzeigt.

Die Abegg-Stiftung in Riggisberg widmet sich als kunsthistorisches Institut vor allem der Förderung der wissenschaftlichen Forschung und Konservierung alter Gewebe. Die Museumssammlungen der Stiftung beinhalten u.a. rund 5000 gewebte Textilien des Mittelmeerraumes und

Europas von der Antike bis ins vor-industrielle 19. Jahrhundert. Aus diesem reichen Fundus rekrutiert sich die diesjährige Sonderausstellung «Samte des Abendlandes von der Gotik bis zu Napoleon III.»

Die Faszination, die von diesen textilen Kunstwerken ausgeht, liegt im Stoff selbst, denn Samt, ursprünglich aus China stammend, zeigt durch seinen Flor Dreidimensionalität und schmeichelnde Weichheit. Die aufwendige Herstellung und vielfach eingewebte Gold- und Silberfäden machten ihn zum kostbarsten Stoff und Symbol weltlicher oder geistlicher Macht.

Die frühen Samte – ausschliesslich aus Italien, das bis ins 17. Jahr-

hundert in Europa das Primat der Samtweberei innehatte – zeigen figürliche Darstellungen. Einer der frühesten erhaltenen Samte dürfte Ende des 14. Jahrhunderts in Lucca gewoben worden sein.

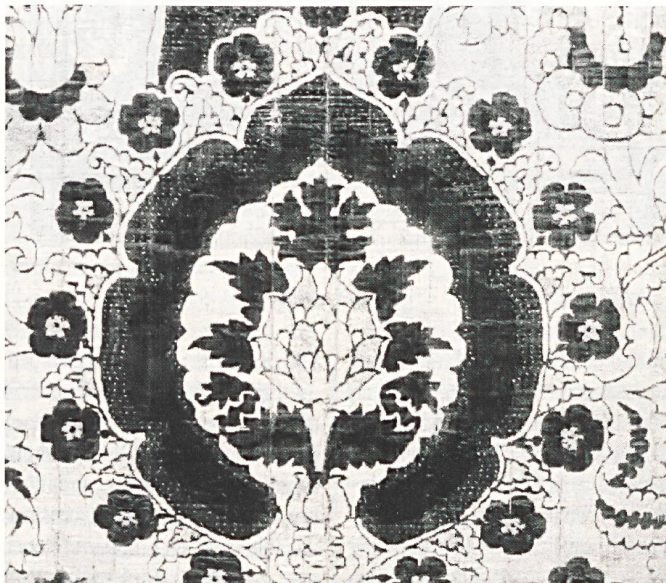
Das Hauptmotiv des 15. Jahrhunderts ist der Granatapfel, der immer aufwendiger gestaltet wurde. Er zeigt sich symmetrisch, geschweift, asymmetrisch oder mit zahlreichen Nebenmotiven ergänzt, in immer neuen Varianten. Auf seinem Motiv basieren die prachtvollsten Samte bis ins erste Viertel des 16. Jahrhunderts, wobei verschiedene Florhöhen und kleine Edelmetallschlingen zusätzliche Effekte geben.

Im Gefolge der Gegenreformation wurden kleine Muster sowie ein nur teilweise aufgeschnittener Flor Mode. Diese «Ciselé»-Samte, die auch in Frankreich oder Spanien

gefertigt werden konnten, zeigen Heraldikmotive, Ranken- und Blattmuster, Streifen und aufwendige Dessins. Ein besonders wertvolles Stück ist ein «Arma Christi»-Samt mit violetterm Flor, sind doch Samte mit eingewebten kirchlichen Motiven eher selten.

Das 17. und 18. Jahrhundert prunkt mit grossmustringen Dekorsamten, wobei «Spitzenmuster» wie beim Kelchvelum aus dem 18. Jahrhundert nur ausnahmsweise zu sehen sind.

Aus dem 19. Jahrhundert zeigt die Ausstellung einen Möbel- und Krinolinensamt mit Spitzenbordüren durchsetzt, ein Kaminschirm-Panel sowie zwei Empire-Samtbahnen, die – ursprünglich für den zweiten Salon eines Ehren-Appartements in Versailles bestellt – 1813 geliefert, aber erst 1825 im erzbischöflichen Palast von Reims verwendet wurden.



1

1. Brokatsamt mit Granatapfelmuster. Italien, 2. Hälfte 19. Jh.
2. Ciselé-Samt, Blumen in Architekturrahmen. London,
1708 – 1714.



2

Fotos Abegg-Stiftung, Chr. von Viràg

TEXTILMUSEUM ST. GALLEN «KATAZOME»

Einen Leckerbissen nicht nur für Kenner servierte das Textilmuseum St. Gallen mit der Ausstellung «Katazome». Dieser japanische Ausdruck bedeutet Schablonenfärben und bezeichnet eine 600-jährige Technik der Reservemusterung, bei der das Muster ausgespart wird und weiss erscheint.

Das Textilmuseum St. Gallen besitzt eine bedeutende Sammlung von Schablonen aus Maulbeerbaumpapier, die im letzten Jahrhundert für diese Technik verwendet und von Schweizer Industriellen aus Japan mitgebracht wurden. Die Schwierigkeit des Schablonenschnittes

oder Formenstechens besteht darin, dass Papier als sehr dünnes Material erst präpariert werden muss. Mittels einer Deckpaste kann dann das Muster auf Stoff übertragen und damit gestochen scharf sichtbar gemacht werden.

Neben sechzehn dieser unersetzlichen historischen Objekte aus dem Besitz des Textilmuseums zeigte ein hochangesehener japanischer Künstler eigene Exponate dieser traditionellen Technik. Shinzo Kajiwara, der seine Werke in den grössten und wichtigsten Galerien Tokios ausstellt, präsentierte in St. Gallen Schweizer Leinen, japanische und chinesische Seide, die er mit chinesischer Tinte und Pigmentfarben bedruckt hat, ferner Stoffe für je ein Kleid aus indischer Seide, mit Pigment- und Pflanzenfarben dessiniert, schliesslich Schals und Tücher, die Muster von chinesischer Tinte und irischen Flechten zieren, sowie Schals, die aus Ananasblättern gewoben und mit Eicheln oder Cochenille ornamentiert sind.

Der Künstler ist Professor an der Tamagawa Universität in Tokio und lehrt dort neben Textilgeschichte und Weben auch Textilfärbetechniken. Er ist einer der wichtigsten Kenner von Katazome und darf in Japan den Ehrentitel «Holder of Important Intangible Cultural Properties» tragen.

*Exponat in Katazome-Technik
von Shinzo Kajiwara*

PALAIS GALLIERA PARIS JAPONISMUS IN DER MODE



Titelblatt der Zeitschrift «Femina», 1908

Kaum ein zweites Land hat Europa so fasziniert und dabei auf kultureller Ebene so beeinflusst wie Japan. Das begann im 17. Jahrhundert, und daran hat sich bis heute wenig geändert. Wenn inzwischen der Austausch westlicher und fernöstlicher Ideen selbstverständlich geworden ist, so war dies anfänglich ein Luxus, weil das Nipponreich sich bis Mitte des 19. Jahrhunderts völlig abgeschottet hatte. Die wenigen Waren, die dennoch in den Westen gelangten, blieben der Aristokratie vorbehalten. So wurden die japanischen wattierten Männer-Hausmäntel – banyans – in Frankreich nur von

Mitgliedern des Hochadels getragen.

Erst als sich Japans Häfen 1854 öffneten und das Kaiserreich Handelsverträge mit den USA und europäischen Ländern abschloss, begann im Westen der Japonismus zu blühen. Neben Künstlern (Monet, van Gogh, Toulouse-Lautrec) waren es vor allem die Modemacher, die diesem Trend erlagen. Der Reiz des Exotischen, aber auch das hohe Niveau japanischen Kunsthandwerks faszinierte die Kreative der Textil- und Bekleidungsbranche. In welchen Formen und aus welchen Quellen, dass schlüsselt die Pariser Ausstellung «Mode et Japonisme» auf, die bis zum

8. August 1996 im Musée de la Mode et du Costume – Palais Galliera läuft.

Lieblingsstück des Japonismus war von Anfang an der Kimono. Von Worth, dem Gründer der Pariser Haute Couture, bis John Galliano, ihrem neuen Wonderboy, hat sich wohl fast jeder Modemacher einmal in seiner Laufbahn am ostasiatischen Traditionsgewand versucht. Das Ergebnis sind nicht nur Haus- und Abendmäntel gewesen, sondern auch Kimonoärmelschnitte sowie die Mode der Superpositionen, die

bis heute weiterlebt. Der Kimono entblösste erstmals den Nacken westlicher Frauen und formte mittels des Gürtels – obi – eine neue, schoppende Silhouette. Die Gegenüberstellung eines kurzen Hochzeitskleides von Madeleine Vionnet (1922), an dem der Obi zur Schleppe wurde, und einer ähnlichen Robe von Galliano (1994) zeigt, dass Variationen dieses Themas nicht an Aktualität verloren haben.

Andere Inspirationsquellen waren die Kalligraphie, Japans Tradi-

tionsmotive wie Wasserwellen, Iris und Chrysanthemen, die als Stoffmuster in Europa Furore machten. Die Lackarbeiten, die in glänzenden Brokaten, Lamés und Satin-Brochés ihren Niederschlag fanden. Die japanischen Steckkämmen und Schwertzierblätter, ohne die der berühmte Jugendstilschmuck von René Lalique undenkbar gewesen wäre.

Seit japanische Modekreatoren wie Issey Miyake, Rei Kawakubo und Yohji Yamamoto Paris zu ihrer internationalen Operationsbasis

gemacht haben, ist der Japonismus fast zu einem festen Bestandteil französischer Mode geworden.

Den grössten Erfolg mit einer japanischen Idee hatte jedoch Yves Saint Laurent. Für sein Parfum «Opium» wählte er einen Flacon in Form eines «inro», einer alten japanischen Medizinbox. Ursprünglich war diese Idee dem Japaner Kenzo vorgelegt worden. Er fand sie zu gewagt. So kam Saint Laurent in den Genuss dieser Form, die heute zu einer Ikone des Japonismus geworden ist.

BUCHNEUERSCHENUNG DES TEUFELS TUCH

Eine Kulturgeschichte der Streifen und der gestreiften Stoffe legt Michel Pastoureau, Professor für Symbolgeschichte in Paris, vor und dokumentiert sie mit ebenso interessanten wie verblüffenden Beispielen und Illustrationen, die dem Streifen hintergründige Dimension erschliessen. In der deutschen Übersetzung von Marie Luise Knott ist der gepflegt gestaltete Bildband im Campus-Verlag, Frankfurt, erschienen.

Der Streifen fällt auf. Er setzt deutliche optische Zeichen, die weit über die modisch-ästhetische Wahrnehmung hinausgehen. Der Streifen hat denn auch eine ganz andere als bloss modische Vergangenheit, er ist im Gegenteil etwa im Mittelalter als Hinweis auf einen Pakt mit dem Teufel verstanden worden. Denn Streifen trugen einst sozial Ausgegrenzte oder Geächtete, vom Narren bis zum Ketzer, vom Henker zur Prostituierten, von den unbotmässigen Rittern der Tafelrunde, den Törichtigen aus dem Buch der Psalmen bis zu Judas. Im 12. und 13. Jahrhundert häufen sich die Dokumente, die den abwertenden bis unverkennbar diabolischen Charakter der gestreiften Kleidung belegen. Im Lauf der Zeit verlieren

die Streifen allmählich ihre Gefährlichkeit, und die Renaissance hat gewissermassen auch «gute» Streifen eingeführt als Symbole für Festtage oder für Freiheit. Doch erst die Französische Revolution hat dem Streifen in Form der Trikolore Respekt gezollt und Würde verliehen.

«Wie so oft heutzutage, da jeder gesellschaftliche Code sich in sein Gegenteil verkehren kann, verwandelt sich das, was ursprünglich eine Benachteiligung oder eine Abwertung zu sein schien, in einen Vorzug» schreibt Pastoureau. «Dem Historiker bietet dies Stoff zum Nachdenken.» Was zu komplexen und spannenden Einblicken in die soziale und psychologische, aber auch ästhetische Wirkung optischer Erscheinungen geführt hat – und zu der Einsicht, dass das Wesen der Streifen sich nicht völlig den von der Gesellschaft gewünschten Codes unterwirft, denn nach wie vor ist der Streifen vieldeutig, vom Gefahr bannenden Zebrastrreifen über den Zahlencode zur auffälligen Mode. «Die Streifen zeigen und verdecken nicht nur, sie sind gleichzeitig Figur und Hintergrund, Endliches und Unendliches, Teil und Ganzes.»



*Henker in gestreifter Kleidung.
«Die Enthauptung der heiligen
Katharina» von Albrecht
Altdorfer (um 1506), Wien,
Kunsthistorisches Museum.
Illustration aus «Des Teufels
Tuch», Campus-Verlag*