Patrick Stoffel : Kreativität gehört zu seinem Alltag

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

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1986)**

Heft 66

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795631

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.

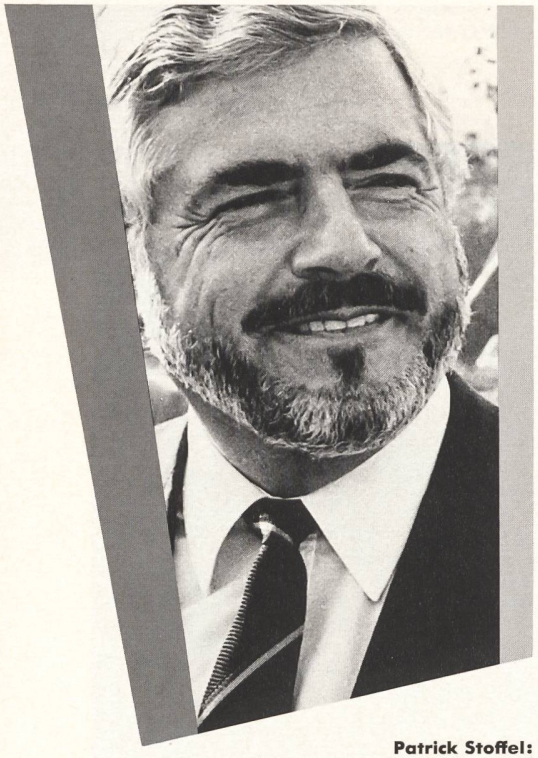
Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Die heitere Ruhe, die von ihm ausgeht, würde niemals auf die Hektik und Härte seines Berufes schliessen lassen. Aber wenn von Mode, Kunst, von schöpferischem Schaffen ganz allgemein die Rede ist, verspürt man sofort die Dynamik und Entschlossenheit, die hinter der Person von Patrick Stoffel stehen. Als Mitbegründer der Fisba-Stoffels AG hat er nun für die Frühjahr/Sommer-Saison '86 unter der Marke «Patrick Stoffel Fashions» erstmals eine eigene Kollektion präsentiert.

PATRICK STOFFEL:

KREATIVITÄT GEHÖRT ZU



Patrick Stoffel: Ein Künstler voller Ambitionen

Patrick Stoffel entstammt einer angesehenen Textilindustriellenfamilie, deren erste Geschäftstätigkeit ins 18. Jahrhundert zurückreicht. Durch kluge und strebsame Firmenpolitik entwickelte sich das ursprüngliche Handelsunternehmen rasch zum weltweit tätigen Fabrikationsbetrieb. Dieses Erbe beeinflusste Patrick Stoffel zweifellos bei seiner Berufswahl. Eine sorgfältige und vielseitige Ausbildung am Textiltechnikum in Wattwil, verschiedene Schulen in den USA sowie eine mehrjährige Praxis bei den Burlington Industries bilden die Basis eines Wissens, von dem der erfahrene Textilfachmann heute intensiv profitiert.

Als 1968 das Textilunternehmen Christian Fischbacher die Taschentuch-Abteilung der Stoffel AG übernahm und sich Christian Fischbacher jr. und Patrick Stoffel in die Leitung der Fisba-Stoffels AG teilten, wurde ein Markstein in der Geschichte dieses Unternehmens gesetzt. Seit 1980 befasst sich Patrick Stoffel ausschliesslich mit der Kreation der gesamten Foulards- und Accessoires-Kollektion. Es entspricht seiner überlegten und beharrlichen Art, dass Patrick Stoffel erst nachdem er den Umsatz der Fisba-Stoffels-Produkte in einer nicht gerade accessoires-freundlichen Modeepoche konsolidiert und gesteigert hatte, seine Pläne für eine neue Kollektion bekanntgab. Er dachte an ein Konzept, das sich verstärkt an einer avantgardistisch eingestellten Zielgruppe orientiert und sich so vom klassisch-eleganten Christian Fischbacher Foulard abhebt. Dieser Gedanke entsprang sicherlich auch der traditionsgebundenen Verpflichtung, den Namen Stoffel als Begriff einer Schweizer Textil-Dynastie weiterzuführen. Ein Vorteil zur Lancierung der neuen Kollektion ergab sich unbestritten aus den bei Fisba-Stoffels bereits bestehenden effizienten Produktionseinrichtungen und der erfahrenen Vertriebsorganisation.

Man kann sich fragen, woher Patrick Stoffel alle seine Ideen nimmt, die ja auf relativ kleinen Flächen realisiert und zur Wirkung gebracht werden müssen. Sein spontanes «flexibel muss man sein» unterstreicht hier sein Schaffens-Motto «kein Tag darf zur Routine werden», und seine Kollektion überzeugt ohne weitere Erklärungen. Schon in seiner Jugend übte sich Patrick Stoffel in kreativem Schaffen und malte mit Leidenschaft. Heute kommt diese Kreativität der Gestaltung von Accessoires zugut. Gefragt, was er sich als Berufs-Alternative vorstellen könnte, kommt für ihn – wen wundert es – noch Architektur in Betracht: «hier sieht man unmittelbar, was man geschaffen hat». Für seine Kollektionen holt er sich die Inspiration in der Malerei, in Ausstellungen, in Filmen, beim Reisen, bei allem, «was rund um uns geschieht». Auch internationale Modetrends, auf sie muss er seine kleinen Extravaganzen ja abstimmen, sind Teil seiner kreativen Eingebung. Er erfasst mit Fingerspitzengefühl und marktorientierter Geschäftstüchtigkeit das Wesentliche

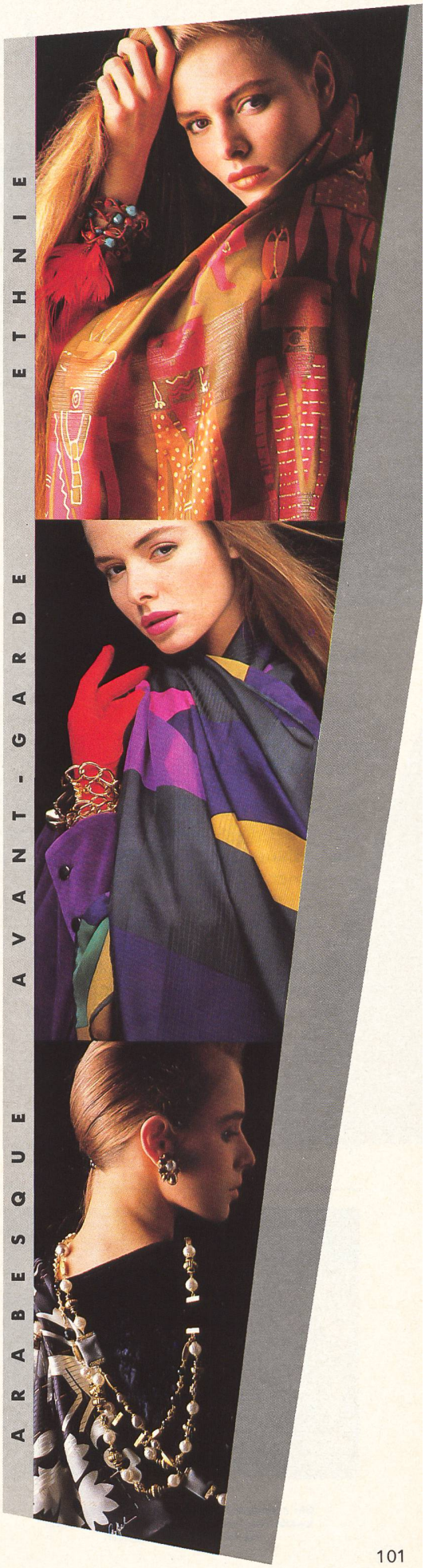
SEINEM ALLTAG

einer immer mehr in die Breite gehenden Trendvisualisierung. Normalerweise wählt Patrick Stoffel in Zusammenarbeit mit seinen engsten Mitarbeitern, der Stylistin Susanne von Ow und Atelierchef Herbert Bögli, drei Themen aus, von denen er überzeugt ist, dass sie den Anforderungen einer jungen und modebewussten Zielgruppe am meisten entsprechen.

Auch Marktstudien und Verkaufsanalysen gehören zur Grundlage seines Erfolges. Ein Wissen, das er seinem Team in speziellem Verkaufsunterricht und anhand ausführlicher Informationen weitergibt. Daneben zeigt ihm das spezifische Konsumverhalten, wie er seine Kollektion thematisch richtig werten kann. Dies veranlasste ihn als qualitätsbewussten Fachmann, der sich überwiegend Seide, Baumwolle, und reiner Wolle zugewandt hatte, auch pflegeleichte Materialien in sein Kollektionsprogramm aufzunehmen. Optisch aufgewertet sind diese zwar nicht billig, dennoch aber preiswerter als ihre Luxuskonkurrentinnen und bieten je nach Farbtrends optimale Basisqualitäten für fantasievolle Druckmuster. Mit diesem Programm will Patrick Stoffel besonders in den Leisure-wear-Bereich eindringen (seine Business-Overalls entwirft er selbst!), welcher den Verbrauchergewohnheiten nach zu schliessen noch ungeahntes Potential besitzt.

Stets zukunftsorientiert zu denken, hat ihn auf die Idee gebracht, zum aktuellen Foulard gleichzeitig passenden Modeschmuck anzubieten. Farblich und thematisch aufeinander abgestimmt, bringt die Kollektion eine attraktive Vielfalt von Einfällen und Materialien. Patrick Stoffel will seiner Kundin nichts aufdrängen, für ihn ist sie mündig und hat ihr eigenes Modebewusstsein. Er will ihr aber zeigen, wie sie mit wenig Aufwand ihr Äusseres, ihre modische Erscheinung verändern und aufwerten kann. Aus vertriebstechnischen Gründen wird die Bijoux-Kollektion vorerst nur in Deutschland, Holland und Dänemark, wo sie bereits starken Anklang gefunden hat, verkauft.

Was darf seine Kundin als nächstes erwarten? Patrick Stoffels zurückhaltendes Lächeln verrät lediglich, dass er sich gedanklich mit Ergänzungen seines Sortiments befasst – vielleicht Gürtel oder Taschen… Aber er ist zu sehr Geschäftsmann, um gleich nach den Sternen greifen zu wollen. Seine Pläne sind marktorientiert, von realistischem Unternehmergeist geprägt. Seine Spontaneität und seine Kreativität wecken jedoch grosse Erwartungen, und seine Kunden dürfen auf zukünftige Kollektionen von «Patrick Stoffel Fashions» gespannt sein.



Highlights aus der Kollektion Herbst/Winter 1986/87: Zum Thema «Arabesque» ein bedrucktes Foulard aus Seiden-Chiffon mit Satin-Karo, für die «Avant-Garde» ein Vorschlag aus einer bedruckten Polyesterqualität sowie eine Kreation aus bedrucktem Seiden-Crêpe mit Glitzereffekt zum Motto «Ethnie».