Übersetzungen = Traductions = Translations

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

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1987)**

Heft 69

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-795513

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

ÜBERSETZUNGEN

SEITEN 34–41

Verführung zum Luxus

Das Gedränge war mächtig, der Rahmen prächtig und das Auditorium spektakulär. Die Premieren der Pariser Haute Couture glichen nicht selten einem Staatsempfang. Bei Yves Saint Laurent trafen sich die Schönen, die Reichen und die Mächtigen. Da sah man Catherine Deneuve neben Hélène de Rothschild und Danielle Mitterrand neben Bernadette Chirac. Die Gattin des sozialistischen Staatspräsidenten und die Gattin des konservativen Premierministers demonstrierten den Triumph der Cohabitation, jedenfalls am Laufsteg.

Die besseren Hälften von Frankreichs mächtigsten Männern besuchen Modeschauen bekanntlich nicht allein zum privaten Vergnügen. Es ist für sie Staatspflicht. Sie sind die Schutzpatroninnen französischer Mode, tragen bei offiziellen Anlässen Haute Couture-Kleider und veredeln Modeschauen durch ihre Präsenz.

Mode ist der Stolz der Grande Nation. Als Exportartikel ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Symbol für Prestige. Darum wird Luxusmode aus jedem Klassenkampf herausgehalten, wirbt sie doch weltweit für gehobene französische Lebensart und Kreativität.

Die Pariser Haute Couture-Schauen waren stets ein gesellschaftliches Ereignis. Aber so glanzvoll wie diesmal ging es schon lange nicht mehr zu. Erlebt die Haute Couture, in den vergangenen Jahren mehr als einmal totgesagt, eine Renaissance? Vieles spricht dafür. Nicht nur die Prominenz am Laufsteg, sondern auch das, was über den Laufsteg schwebte. So üppig, so aufwendig, so exaltiert und so luxuriös war die Luxusmode schon lange nicht mehr. Sie schwelgt in opulentesten Stoffen, in rauschhaften Farben und exzentrischen Formen, die «den Mode-Kodex, dass Kleider eigentlich für Leute von heute und tragbar sein sollen, verletzt», bemängelte das deutsche Nachrichtenmagazin «Der Spiegel». Als ob Tragbarkeit für die Haute Couture je ein Kriterium gewesen wäre.

Die französische Luxusmode sprüht wieder vor Kreativität. Der Funken schlug über, als vor fünf Jahren ein junger und unbekannter Designer die künstlerische Leitung des Modehauses Jean Patou übernahm: Christian Lacroix. Als dann bei Chanel noch Karl Lagerfeld das künstlerische Zepter übernahm, mit Humor, Theatralik und einer gewissen Respektlosigkeit den historischen Stil der legendären Mademoiselle aufputschte, vollzog sich in der ganzen Haute Couture die Wende zu einem jüngeren und dabei ausgefalleneren Stil. Man riskiert wieder etwas, erlaubt sich Kapriolen und Übertreibungen. Damit setzt sich die Haute Couture vom Luxus-Prêt-à-Porter ab, das längst in höchst elitäre Preisklassen geraten ist. Aber auch die anspruchsvollsten Designer-Kleider bleiben Fliessbandmode, während Haute Couture pures Kunsthandwerk ist. Diese handwerkliche Überlegenheit spielen die Couturiers in der festlichen Mode voll aus. In diese teuren Gefilde, wo an kostbaren Stoffen und Stickereien nicht gespart wird, kann ihnen kein Designer aus dem Prêt-à-Porter folgen. Diesen Vorteil haben die Couturiers weiter ausgebaut. Abend- und Cocktailkleider, traditionsgemäss Domäne der Privatkundschaft, erreichen in den Kollektionen bis zu 80 Prozent Anteil. Die Prachtroben als kunsthandwerkliche Leistungsschau. Für Hubert de Givenchy auch eine Hommage an die Lieferanten, «an die Sticker und Kunsthandwerker, die die luftigen Gazes, Organdis realisiert haben». Also auch eine Hommage an die Schweizer Stoffhersteller, deren kunstvolle Stoffkreationen eine Stütze der Pariser Haute Couture sind.

Das Leitmotiv der neuen Frühjahrs- und Sommermode heisst «Verführung». Und wieder lockt das Weib. Die Waffen einer Frau, vom Feminismus lang genug entschärft, dürfen wieder eingesetzt werden: nackte Schultern, tiefe Decolletés, schmale Taille und runde Hüften. Die Verführung beginnt mit Lolita im Babydoll und endet bei der Femme Fatale im hautengen Drapé-Futteral. Symbol dieser reizvollen Mode ist die Schleife. Sie ziert als Winzling das punkhafte Haarschwänzchen, ist auf Stoffe gedruckt und dekoriert herausfordernd als riesiger Taftpropeller die rückwärtige Hüftpartie. Anderes Symbol der neuen (alten) Verführung ist der kurze Rock. Selbst am strengen Business-Kostüm endet der Saum eine Handbreit über dem Knie. Die Waden- und Knöchellänge, im Prêt-à-Porter ein starker Trend, wird von der Haute Couture total ausgeklammert. Selbst in der Nachmittagsmode bevorzugt sie minikurze Cocktailkleider statt Midilängen.

Galamode ist die Kür, Tagesmode scheint eine Pflicht geworden zu sein. Und dabei konzentrieren sich die Luxusschneider vor allem auf das Kostüm. Der «Figaro» hat nachgezählt und in den 23 Kollektionen nur sechs Mäntel gefunden. Bei Hosenanzügen sah es nicht besser aus, auch Tageskleider rangierten unter «ferner liefen» . . . Diese Vernunftsmode kauft inzwischen auch die reichste Kundin in der Boutique. An den neuen Frühjahrs- und Sommer-Kostümen demonstriert die Haute Couture die hohe Kunst der Einfachheit. Reduzierte Linien, klarste Formen – eine anspruchsvolle Schlichtheit. Yves Saint Laurent setzt meisterhaft Akzente mit überdimensionalen Taschenpatten. Auch Karl Lagerfeld übt Enthaltung an dem zum Überladenen neigenden Kostümstil von Chanel. Dafür bringt er konkav verlaufende Jackenlängen, die die schlanke Linie unterstreichen. Dior zeigt, wie aktuell der 40 Jahre alte «New Look» ist, wenn man den Rock radikal bis übers Knie kürzt. Die Jacken mit ihren leicht gerundeten Schultern, akzentuierten Taillen und hüftbetonenden Jackenschössen entsprechen der Silhouette vom Jahrgang 87.

Das Kostüm als Business-Anzug für die Karrierefrau ist zwar in der Linie weicher geworden, die Stoffe behalten einen strengen, maskulinen Charakter: Prince-de-Galles-Karos, Grain-de-Caviar, Pied-de-Poule, Fil-à-Fil und zarte Tennisstreifen. Für den Sommer viel reines Leinen. Sobald das Kostüm seinen Business-Charakter verliert, je später es am Nachmittag getragen wird, desto schneller weicht die Linie auf, wird es geschmückt und herausgeputzt. Jean-Louis Scherrer bringt mit koketten weissen Garnituren, mit Kamelienblüten und Schleifen, mit Kantenstickereien in zartesten Spitzenmustern seine Kostüme schnell auf die verführerische Linie. Und zu strengen Blazern werden raffiniert drapierte und sexy wirkende Corsagenkleider getragen.

Bei Givenchy hat das kleine schwarze Kostüm einen doppelten Jackenschoss, der sich rund um die Hüften wölbt. Bei Dior schaut unter dem breit abstehenden Reverskragen aufreizend eine schwarze Trägercorsage hervor. Ungaro geht am Nachmittag schnell zu kleidhaften Deux-Pièces über, die er mit weichen Riesenkragen, gebauschten und gefälteten Ärmeln, glockigen Jackenschössen und kurzen Volantröcken kokett herausputzt. Bei Chanel hat das schwarze Nachmittagskostüm einen «Pouf» aus mehreren Tüllagen.

«Pouf» ist das Stichwort und das Lieblingswort der neuen Mode. Was im Prêt-à-Porter noch zaghaft begann, nämlich an Kleidern und Röcken die Sitzflächen zu dekorieren, nimmt in der Couture bombastische Formen an. Mit Raffungen und Rüschen, mit Drapierungen und riesigen Schleifen, ausgepolstert mit Tüll und Organza, gestützt auf Petticoats und Halbkrinolinen feiert ein Mode-Historiker Auferstehung, der vor 100 Jahren zuletzt getragen wurde und als «Cul de Paris» Aufsehen (und auch Spott) erregte. Eine exzentrische Mode, die dem Frauenkörper im Profil zu einer rasanten S-Kurve verhalf. «Der Allerwerteste ist zu einer unwiderstehlichen Zielscheibe des Vergnügens geworden», meinte die «Herald Tribune». Warum nicht, Vergnügen hat der Mode noch nie geschadet.

«Pouf», Turnüre, Krinoline, «Cul de Paris», Petticoat sind Modevokabeln, von denen man glaubte, dass sie für immer der Kostümgeschichte angehören würden. Es empfiehlt sich, sie neu zu lernen.

Spätestens ab 18 Uhr, wenn Cocktailkleider ihr grosses Comeback feiern, orientiert sich die Mode an der Vergangenheit. Die Krinolinen-Kleider der Kaiserin Eugenie, die «Pouf»-Modelle der Belle-Epoque-Kokotten haben den Modemachern mehr zu bieten als die Rockmode des 20. Jahrhunderts, wo sich Kreativität vor allem im Auf und Ab der Längen erschöpfte.

Der Rock steht im Mittelpunkt der neuen Mode. Und je festlicher die Kleider, desto fantasievoller ist seine Gestaltung. Darum haben Cocktailkleider, Ballon- und Amphoren-Röcke, Lampion- und Regenschirm-Dimensionen. Sie erinnern an Ballettröcke und Tanztunierkleider. Die Röcke der neuen Cocktailkleider wippen und bauschen sich ums Knie oder eine Handbreit darüber. Sie sind gerüscht, gerafft und aufgeblustert, werden von unzähligen Tüll- und Organzalagen gestützt. Petticoats, mehrere Unterröcke mit Spitzenvolants und Krinolinen geben den Kleidern neue (alte) Dimensionen.

Die voluminösesten Modelle präsentierte Christian Lacroix bei Patou, der als Erfinder der neuen Rock-Dimension gilt. Auch Karl Lagerfeld liefert mit «Pouf» und Halbkrinolien wahre Rockorgien. Ungaro erweist sich als Meister der raffiniertesten Raffungen und Drapierungen. Yves Saint Laurent verzichtet zwar auf übertriebene Umfänge, investiert dafür in Erotik: seine Cocktailkleider sind nicht mehr als verlängerte Drapés-Corsagen, an deren Säume er riesige Schleifen hängt.

Der Übergang von Cocktail zum Abend erfolgt gleitend, mit Rockschöpfungen, die vorne bis ans Knie und hinten bis auf den Boden reichen. Am Abend entfaltet sich dann die ganze Pracht und Opulenz, zu der nur noch Haute Couture fähig ist. Das Kleid als Traum. Sarah Fergusons Hochzeitsrobe hat gezeigt, dass solche Schöpfungen die Massen zum Träumen bringen. Das Brautkleid von Prinz Andrews Braut scheint auch die Pariser Luxusschneider beeindruckt zu haben. Junge, romantische Organza-Kleider, wie gemacht für den Debütaninnen-Ball, sind in den neuen Kollektionen reichlich vertreten. Dramatisch wirken die Taftroben im Stil von «La Traviata» – so aufwendig und üppig, dass man sie sich eher auf der Bühne als im Parkett vorstellen kann. Auch «Carmen», Urbild weiblicher Verführung, ist dabei. Scherrer bringt sie in einer Luxus-Ausführung, mit kostbar bestickten Corsagen und Unmengen von Calais-Spitze.

Ungaro huldigt der Femme Fatale mit hautengen Drapé-Futteralen, die ab Knie in riesigen Stoffballons aufspringen. Yves Saint Laurent bleibt auch am grossen Abend auf seiner schmalen Linie, kombiniert weichfliessende Drapé-Kleider mit kostbar bestickten Boleros. Fantasie und Luxus – in der festlichen Mode spielt die Haute Couture alle ihre Trümpfe aus.

Die rockbetonte Mode mit ihren z.T. gewaltigen Volumen braucht Stoffe mit Stand. Dieser Trend fördert das Comeback von Tüll und Taft und bringt auch Shantung-, Surah-, Dupion-Seiden sowie Duchesse und Faille zurück. Auch Rips und Ottomane, sowohl in Seide als auch in Wolle (für die Tagesmode), Baumwoll-Piqué und -Matelassé und dicke Guipure-Spitzen entsprechen der Tendenz zu mehr Konsistenz. Calais-Spitzen unterstreichen den verführerischen Stil der neuen Sommermode. Volants aus Tüllstickereien und Broderie-Anglaise werden für die vielen Unterröcke gebraucht.

Die Pariser Luxusmode sieht für den Sommer «La vie en rose». Rosatöne, vom blassen Rose abricot über zarte Teerose zu leuchtendem Shoking-Pink und neonhaften Flamingo, sind die wichtigsten Modefarben. Eine Palette wie ein Querschnitt durch einen Azaleengarten. Kräftige Koralle und flammendes Orange setzen Leuchtsignale, Klatschmohnrot und Königsblau unterstützen das farbliche Feuerwerk des Sommerabends. Die Edelsteinfarben Amethyst, Rubin und Smaragd schlagen gedämpftere Töne an. Weiss ist ein beständiger Sommerklassiker. Tiefes, rauchiges Nachtblau soll Schwarz ablösen. Die Tagesmode ist dezent und verhalten in Beige- und Graunuancen und dem unsterblichen Marine.

Tupfen – vom feinen Nadelstich bis zum Polkadot – sind das Leitmotiv der neuen Couture-Kollektionen. Tupfen als Imprimés in klassischen Schwarz/Weiss-Kombinationen, als hochmodischer Stickerei-Tüll, Tupfen als Applikation aus Spitzen oder Leder. Tupfen aus Strass-Diamanten, die wie Tautropfen glitzern.
Ein anderes Sommermotiv ist die Rose: gedruckte Tapesserie-Rosen in zarten Pastellen, als Knospen, so lebendig wie ein Aquarell. Daneben florale Imprimés im Stil von Matisse und Dufy.

SEITEN 42 – 53

Jakob Schlaepfer + Co AG, St. Gallen
Der Pailletten-Avantgardist bringt seine berühmte «Tiffany»-Qualität in sommerlicher Ausführung – mit weissen, leuchtend-farbigen oder auch überdruckten Stäbchenpailletten. Für die Frou-Frou-Mode viele Rüschen und Volants aus Stickerei-Tüll, z.T. mit Pailletten verziert. Die Modestoffe Seidentaft und Baumwoll-Piqué werden mit «Tiffany»-Pailletten, kleinen Jet-Steinen oder winzigen Cabochons bestickt. Broderie Anglaise auf Seidentaft. Für die Kostümmode rustikale, indische Seiden, die kontrastreich mit Strass-Diamanten übersät sind. Matelassés aus Satin und Spitze sind Beispiele für das neue Stoffvolumen.

SEITEN 54 – 63

Forster Willi + Co AG, St. Gallen
Bastfransen und Glittersteinchen
Eine Avantgarde-Nouveauté: Bast-Qualitäten – als moderne Stickerei auf Leinenfond, als reizvolle Guipure-Spitze, als Fransenstoff. Jugendlich-romantisch ist der Tupfentüll in Schwarz oder Weiss. Auf Seidentüll glitzern Strass-Diamanten so dezent wie Tautropfen. Baumwoll-Guipure gibt der voluminösen Rockmode Stand. Elegant wirkt die Stickerei mit dem schwarz-weissen Schleifenmotiv. Taft gibt es in reiner Seide und als Fil-à-Fil mit kleinen façonnierten Tupfen. Zarteste Organdi-Stickereien für junge Ballroben und Broderie-Anglaise-Volants für die Frou-Frou-Rockmode.

SEITEN 64 – 71

Abraham AG, Zürich
Interessante Fonds, delikate Dessins
Dem Trend zu einer steiferen und standhafteren Stoffmode kommt der Zürcher Seidenspezialist mit neuen Seiden-Cloqués und reinseidenen Borkencrêpes entgegen. Die Cloqués sind schaumig-voluminös oder unausgerüstet und damit steif. Sie werden als Uni oder Imprimé gebracht. Sportlich-eleganten Charakter haben die Matelassé-Piqués aus reiner Baumwolle. Breit ist die Farbskala der delikaten Drap-de-Soie- und Duchesse-Qualitäten, prachtvoll die modischen Rosa-Töne von Teerose bis Shockingpink. Die Hausspezialität «Seiden-Gazar» gibt es als Streifen-Imprimé und in umfangreicher Uni-Palette. Delikate Chiné-Tupfen in Schwarz/Weiss und Rosé/Weiss. Tupfen auch als Imprimé auf Seiden-Crêpe und Baumwoll-Piqué.

SEITE 72

Christian Lacroix – neuer Star in Paris
Er war vier Jahre alt, als ihn der Grossvater fragte, was er später einmal werden wollte. «Christian Dior», sagte der Knirps, ohne auch nur eine Sekunde zu zögern.
Inzwischen ist er 35 und hat sein Ziel fast erreicht. Christian Lacroix, Frankreichs neuer Designer-Star, ist nur drei Tage nach den letzten Haute Couture-Schauen überraschend von Jean Patou zu Christian Dior übergewechselt. Bernard Arnault, Hauptaktionär und Präsident des Dior-Imperiums, wird dem Newcomer einen eigenen Modesalon finanzieren. Fünf Millionen Francs für den Start und 50 Millionen Francs für die nächsten vier Jahre sind sein stattliches Investitionsprogramm. Im Juli soll das neue Haute Couture-Haus Premiere haben.
Die Presse, vor allem die amerikanische, bejubelt Lacroix wie kaum einen anderen Modemacher in Paris. «Lacroix erinnert an Yves Saint Laurent in seinen frühen Jahren. Er hat die gleiche Erfindungsgabe, die gleiche Unverschämtheit und das gleiche Talent für wundervolle Überraschungen», lobte die «International Herald Tribune». Die «Times» sieht in ihm den «Schrittmacher von Paris». Amerikas Designer-Gilde feierte den französischen Kollegen im Januar mit einem Mode-Award.
Christian Lacroix ist ein Senkrechtstarter, wie ihn die Modewelt seit langem nicht mehr erlebt hat. 1982 wurde er als völlig Unbekannter von Patou engagiert. Mit nur fünf Kollektionen hatte er von sich reden gemacht und nebenbei den fast vergessenen Namen des traditionsreichen Couture-Hauses aufpoliert.
«Es gibt Leute, die meinen, ich hätte meinen Erfolg nicht verdient, da ich weder nähen noch zuschneiden kann», sagt Lacroix in einem Gespräch mit der «Textiles Suisses». Das klingt weder böse noch höhnisch, sondern eher schuldbewusst. Denn der neue Star wirkt natürlich und bescheiden, der schnelle Erfolg hat ihm – noch – nicht den Kopf verdreht.
Aber vielleicht ist seine «Schwäche» in Wirklichkeit seine Stärke. Denn unbelastet von technischer Fingerfertigkeit und überlieferter Schneidertradition geht er die hohe Kunst der Luxusmode mit Intuition und jugendlicher Fantasie an. Unbekümmert bürstet er überlieferte Normen gegen den Strich, und darum nennt man ihn auch den «Gaultier der Haute Couture». Bei Lacroix sitzt die Stoffblume nicht wie üblich am Hut, sondern wippt der Hut kokett auf einer riesigen Seidenrose. Er war es auch, der im Zeitalter funktionsbetonter Bekleidung den Frauen wieder sperrige Reifröcke und ausgestopfte «Pouf»-Röcke empfahl. «Haute Couture ist für mich wie Oper, und ich inszeniere sie wie ein Regisseur», sagt er. Also Mode für die Bühne, aber nicht fürs tägliche Leben? Auf solche Fragen antwortet Lacroix gern mit einem Zitat von Pierre Cardin: «Wenn Haute Couture tragbar wird, ist sie gestorben.»
Luxusmode bedeutet diesem Designer «Kreation total». Sie ist nicht Pflicht, sondern Kür. Obgleich er die Sozialisten wählt, verteidigt er den elitären Charakter der Haute Couture: «Mittelmass hat noch nie neue Impulse ausgelöst.» Er sieht die Elite-Mode als Forschungslabor, das allerdings auch ungeheure Summen verschlingt, die von den Parfüms, Lizenzen und Prêt-à-Porter-Kollektionen wieder hereingebracht werden müssen. Freilich will er demnächst auch beweisen, dass er tragbare Konfektionsmode entwerfen kann.
Christian Lacroix ist endlich wieder ein junger Designer, den es in die Luxusmode zieht. «Frauen sollen Spass in meinen Modellen haben, und ausserdem mache ich grundsätzlich keinen Unterschied zwischen Mode und Kostümmode.» Das liegt daran, dass der Designer, der aus der südfranzösischen Stadt Arles stammt, Kunstgeschichte und Kostümkunde studierte. Gerne wäre er Konservator eines Modemuseums geworden, erhielt jedoch keine Anstellung. Statt dessen fand er Anklang mit seinen Zeichnungen und Entwürfen. Denn seit Kindesbeinen hatte er immer nur Frauen in schönen Kleidern gezeichnet. Seine erste Anstellung als Stilist fand er bei Hermès, dort erwarb er zwar Grundkenntnisse in Kollektionsgestaltung, wurde aber seine Entwürfe nicht los. Sie waren zu ausgefallen. Nach einem Jahr wurde er Assistent von Guy Paulin, der seinen Farbsinn schulte. 1982 trat er bei Jean Patou ein.
Christian Lacroix hat sich in seinem kreativen Schaffen stets auf den Ideenreichtum von Schweizer Stoffherstellern gestützt. In seiner Patou-Sommerkollektion findet man avantgardistische Baststickereien von Forster Willi, rustikale Baumwoll-Piqués und bedruckte Seiden-Cloqués von Abraham, Broderie Anglaise auf Seidentaft von Jakob Schlaepfer, romantische Stickerei-Bordüren auf Baumwoll-Façonné von Jacob Rohner und zarteste Broderie Anglaise von A. Naef. Für Schweizer Stoffhersteller hat der neue Pariser Designer-Star nur Lob: «Ihre Ateliers sind wahre Labors, wo mit grosser Hingabe neue Artikel ausgetüftelt werden, von denen ich mich inspirieren lasse.»

3.
Qualität ist alles!
Der Produktionsstandort Schweiz – vor Ihrer Haustür – bildet die optimale Grundlage für Stabilität, Qualität, ständige technologieorientierte Erneuerung und Verbesserung. Strengste Überwachung sämtlicher Fabrikationsabläufe. Zu Ihrem und unserem Nutzen. Baumwollflorzwirne/fils d'Ecosse von Niederer sind preiswert, weil sie nicht «billig» sind.
zwirnt – färbt – mercerisiert
NIEDERER
fils d'Ecosse
Niederer + Co. AG
CH-9620 Lichtensteig
Telefon 074 / 7 37 11, Telex 884 110
NIEDERER

ÜBERSETZUNGEN

SEITEN 73 – 80

A. Naef AG, Flawil
Aufwendig und dekorativ
Reich gestaltete Spachtelspitze entspricht dem Trend zur Opulenz. Die floralen Motive sind zum Teil noch mit Perlen überstickt. Elegant ist die Spachtelspitze in der Farbkombination von Gold und Weiss oder Schwarz und Weiss. Broderie Anglaise gibt es in einer modernen Variante mit Maiglöckchen-Muster auf schwarzem Seidengazar-Fond. Pastellige Organza-Stickereien für sommerliche Ballkleider und Stufen-Galons für die aufwendigen Unterröcke. Tupfen werden als Stickerei mit Polkadots-Formaten auf Toile-de-Soie oder als Allover auf Seidenmousseline interpretiert.

SEITE 81

Newcomer in der Couture-Szene
Während die meisten Schweizer Stoffnouveauté-Häuser, die sich, was ihre Abnehmer betrifft, auf das modische «top level» eingelassen haben, schon vor Jahren und Jahrzehnten ihre Fäden zur Haute Couture gesponnen und längst solide Beziehungen auf gegenseitiger Vertrauensbasis aufgebaut haben, ist Jacob Rohner ein Newcomer als Couture-Lieferant. Die Stickereifirma hat auf den Sommer 85 erstmals eine Anzahl Dessins ausgearbeitet, die den Pariser Couturiers unterbreitet worden ist und die ihren Niederschlag in mehreren Kollektionen gefunden hat. Die Erfahrungen im Umgang mit den anspruchsvollsten Vertretern der Modeszene sind noch neu, das Engagement auf der innovativen, von Rücksichten auf Kommerzialität wenig tangierten Stufe ist noch im Ausbau begriffen.
Was im Grunde eine Selbstverständlichkeit zu sein scheint – dass eine Firma nämlich möglichst allen potentiellen Kunden ihre Produkte unterbreitet –, hat im Falle der Haute Couture eigene Spielregeln und bedarf eines wohlüberlegten Entscheides und gründlicher Vorarbeit. Zufällige oder rasch wieder versickernde Kontakte lohnen sich nicht, denn die Investition ist nicht gering und lässt sich auch nicht bloss in Franken und Rappen veranschlagen. Die Rechnung wäre schnell gemacht und würde mit tiefroten Zahlen zu Buche schlagen, ginge es bloss darum, Ausgaben und Einnahmen gegeneinander aufzurechnen. Allein ein Büro in Paris, wie es Rohner eingerichtet hat, was sich zwar nicht als unerlässlich, aber doch als sehr nützlich erweist zur Schaffung und Erhaltung guter Beziehungen, ist ein beträchtlicher Kostenfaktor. Ausserdem fallen zusätzliche Ausgaben für Werbung in den grossen Prestige-Zeitschriften wie «Vogue», «Officiel», «Harper's Bazaar» an, die die Haute Couture für ihre Stofflieferanten zur Bedingung macht.
Entscheidender freilich ist ein anderer Punkt. Was die Modemacher auf dem Luxusniveau interessieren kann, ist die Spitze der textilen Spitzenerzeugnisse. Und das erfordert in jedem Fall eine eigens entworfene, die kreativen Möglichkeiten in technischer, qualitativer und ideenmässiger Hinsicht auslotende Musterung, die auch ein nicht geringes Risiko einschliesst. Die Lieferbereitschaft muss gewährleistet sein, doch was wirklich ankommt, ist oft von Unwägbarkeiten abhängig, von Änderungen und Entscheiden in letzter Minute mitunter.
Gegen innen allerdings wirkt diese Herausforderung befruchtend und stimulierend. Sie spornt das Entwerferteam an – allein schon dadurch, dass ein Freiraum geschaffen wird für Ideen, die nicht von vornherein ins Korsett der Kommerzialität gezwängt werden. So können klassische Stickereien vom Handwerklich-Technischen her so aufwendig und raffiniert gestaltet werden, dass Spitzenprodukte im Doppelsinn entstehen. Oder es können umgekehrt ganz unbelastet stickereifremde Einflüsse, aus Kunst, Architektur, sogar Literatur beispielsweise, eingebracht und übersetzt werden. Von diesen von blühender Fantasie angestachelten Ideen fällt immerhin, in der gebührenden Vereinfachung, stets auch manches ab für die kommerzielle Kollektion, zumal die Verbindung zu tonangebenden Modemachern eine wertvolle Trendinformation darstellt. Und schliesslich ergibt sich ganz allein ein willkommener Zusatznutzen, indem durch die Präsenz in beachteten Couture-Kollektionen, die nun schrittweise auf die Createure des Prêt-à-Porter in Paris und möglichst auch in Italien ausgedehnt werden soll, das Prestige der Firma bei allen Kunden wächst. Das alles macht, nach Ansicht des Rohner-Teams, das Engagement lohnend.

SEITEN 82 – 87

Jacob Rohner AG, Rebstein
Raffinement et Imagination
Dem Trend zum Tüll folgt man mit raffinierten Tüll-Stickereien. Neben ornamentalen Mustern mit Lurex-Glanz delikate japanische Motive mit Leinen-Satin und Lurex, akzentuiert von dezenten Strass-Steinen. Guipure-Spitze gibt es in klassischer, floraler Musterung oder kunstvoll à la Klimt dessiniert, effektvoll in Schwarz und Gold ausgeführt. Für die Tupfenmode elegante Seiden-Jacquards in Schwarz oder Weiss. Dabei sind die talergrossen Tupfen von Hand mit Pailletten und Strass-Diamanten bestickt. Auf mit winzigen Pünktchen bedrucktem Seidenmousseline wurden bunt schil-

Stickereien und modische Gewebe,
Uni und Drucks für Hemden, Blusen und
Kleider in Baumwolle und reiner Seide.

oku tex ag sa ltd

Embroideries and fashion fabrics,
plains and prints for shirts, blouses and
dresses in cotton and pure silk.

Telephone (071) 22 70 66
Cable: Okutex
Telex: 77 456 Oktex ch

St. Leonhardstrasse 20
9001 St-Gall / Switzerland

Interstoff Halle 4, 1. Stock, Gang D, Stand Nr. 41D41

lernde Riesentupfen aus Tüllspitze und Lurex appliziert. Als Klassiker feinster Seidenjersey, in uni oder mit Strass-Diamanten übersät.

SEITEN 128 – 145

Stickereien aus St. Gallen inspirieren Designer von morgen
Die Zusammenarbeit mit Modeschulen hat bei der schweizerischen Textilindustrie im Sinne einer Nachwuchsförderung ihren festen Platz. Seit mehr als 20 Jahren lassen sich Modestudenten aus der ganzen Welt von Schweizer Textilien inspirieren. Für die angehenden Designer bedeutet dies in manchen Fällen den Einstieg in ihre Karriere und die Gelegenheit, sich mit Studenten aus anderen Ländern zu messen. Die schweizerische Textilbranche ihrerseits verspricht sich von diesen frühen Kontakten mit den Designern von morgen ein bleibendes Interesse für ihre Produkte.
Das Leicester Polytechnic, England, ist eine der wenigen Modefachschulen, die für Lingerie- und Miederdesign ein spezielles Ausbildungsprogramm anbieten. Die hier seit den «Rencontres du Jeune Talent» bekannte Schule wurde deshalb beauftragt, aus St. Galler Stickereispezialitäten eine Kollektion von Tages- und Nachtwäsche, von Miederwaren und Homewear-Modellen zu gestalten, – eine Aufgabe, der sich die künftigen Dessous-Stilisten mit Begeisterung und Begabung widmeten.

Wäsche-Look Herbst/Winter 87/88 – jung, sportlich, elegant
Von allzu süsslicher Romantik und allzu betonter Eleganz will man im Winter 87/88 nichts wissen, aber auch aggressive Maskulinität hat ausgespielt. Für die Lingerie bedeutet das sanfte, körpernahe oder -betonende Linien, feminine Schnittführung und eine junge, sportliche Eleganz. Verwischt haben sich die Grenzen zwischen Tages- und Nachtwäsche, zwischen Lingerie, Homewear und Freizeitbekleidung. Gefragt ist Multifunktionalität; raffinierte Einfachheit heisst die Devise. Für das Bett so gut wie für den Fernsehsessel eignen sich bequem weit geschnittene, weibliche Pyjamas, die den sportlicheren Jogging-Anzug zum Teil verdrängen. Kurze Shirts, dem Herrenhemd abgeschaute Formen, Babydolls und St. Tropez-Tops zu Bermudas sind Favoriten der Jungen, die solche Modelle im Sommer auch gern am Strand tragen. Neben den nach wie vor beliebten Baumwoll-Jerseys bemerkt man hier eine steigende Nachfrage nach Webware, an vorderster Stelle Batist. Lange Nachthemden geben sich edel, kostbar, ladylike.
Die Tagwäsche bekennt sich zu vorwiegend jungen Ideen. Hohe Beinausschnitte sind die Regel beim Slip, dafür verschwindet der Tanga allmählich. Bikini-Höschen der 50er Jahre und glockig geschnittene Boxershorts gehören zu femininen Tops mit schnurdünnen Einfach- oder Doppelträgerchen. Der schmalen Silhouette entspricht der mittlerweile fest etablierte Body. Neu sind hier stickereiverzierte Empireformen, «Nabelfreiheit», betonte Taillenpartien und ein raffinierter Bunny-Look. An Aktualität gewonnen haben in diesem Zusammenhang die Miederwaren. Eine körpernahe Linie verlangt nach ein bisschen mehr «Darunter». Büstenhalter werden in breiteren Brassièreformen aus transparenteren Materialien vorgeschlagen. Bustiers und Mini-Corselets mit Strapsen wirken verführerisch und eignen sich für reiches Stickereidekor. Geschnürte Corselets mit ballerinenartigen Tutus verlangen nach besonderen Gelegenheiten.
Einigkeit herrscht in der Farbigkeit. Für Tagwäsche steht Weiss ganz vorn, dazu Champagne, Silber und typische Wäschepastelle. Der DOB-Skala angeglichen werden die Farben, wenn das Camisol zugleich als Top und die Shorts als Leisurewear gelten sollen. Intensive Töne bleiben dramatischen Modellen, Loungewear und Nachtwäschekreationen vorbehalten. Schwarz ist ein Klassiker in allen Bereichen.
Im Mittelpunkt des Lingerieentwurfs stand für die Modeschüler diesmal die St. Galler Stickerei in vielseitigen und kostbaren Varianten. Alloverstickereien auf Imprimés, Broderie anglaise und filigranzarte Guipure, markante Spachtelspitzen und duftige Applikationen, Schnürli- und Seidenstikkerei auf Tüll, bestickte Galons mit Inkrustationen, Glanz- und Irisé-garnstickereien, Pailletten, Bijoux-Applikationen und Glitzerprint auf transparentem Spitzenfond inspirierten die künftigen Designer zu einer phantasievollen Dessous-Kollektion.

Kreative Garne für neue Kreationen

Die rasch wechselnden Modeströmungen verlangen stets nach anderen, neuen Textilien. Auf diese Marktsituation muss man rasch, flexibel und vor allem trendgerecht reagieren können.
Wir sind auf modische Garne spezialisiert und entwickeln, was Sie brauchen. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung und Zusammenarbeit mit führenden Häusern finden wir in kürzester Zeit passende Lösungen, auch für ausgefallene Kreationen.

Rufen Sie uns an oder verlangen Sie unseren neuen Prospekt, der Ihnen ein Bild unserer Marktleistung für DOB, Heimtextilien, Handarbeiten und Garne für technischen Einsatz vermittelt.

WEDA
WETTSTEIN AG
CH-6252 Dagmersellen
Telefon 062-86 13 13/Telex 982805
Telefax 062-86 13 15

„Menschen tragen Etikette."

Dieser Trend zum «Herzeigen» setzt sich fort.

Bally Band macht auch
Ihren Namen oder Ihre Marke attraktiv sichtbar.

Gewobene und gedruckte Etiketten.
Transflock-, Leder- und Kunststoff-Etiketten.

Textile Bänder
für den technischen- und den Dekor-Bedarf.

BALLY BAND

Bally Band AG, CH-5012 Schönenwerd,
Telefon 064 / 41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064 / 41 40 72

TRADUCTIONS

PAGES 122/123

Propositions artistiques
Les roles principaux de la saison automne/hiver 1987/88 sont tenus par les belles teintes pleines et sombres de la terre, qui réchauffent les tons neutres des pierres, les douceurs poudrées du shetland animés çà et là de quelques éclats de lumière. Style Hermès, interprétations sur des thèmes de Matisse et de Picasso, découpages fins ou marbrures, inspirations de Klimt et motifs «Tiffany» jouent sur des fonds en crêpe de Chine, soie jacquard ou fantaisie, soulignés de découpes ajourées. D'intéressants ornements dans les angles et en bordures sont des éléments marquants. Dans les lainages, laine et soie, mousseline de laine et mélanges cachemire/laine/soie, de nombreuses variantes en faux-camaieu, l'originalité des qualités double face, la douceur du toucher et l'attrait des motifs futuristes de la peinture des années 20, dessins naïfs repris d'anciennes cultures, variations dans les rayures et feuillages confèrent son dynamisme à la collection. Elle est complétée par des écharpes tissées en pied-de-poule aux intéressants coloris ou présentent de sobres ou originaux effets d'armure ou toutes les ressources de l'art du tissage sont pleinement utilisées.

PAGES 124/125

Virtuosité dans le jeu des couleurs
La nouvelle collection de foulards, d'un style partiellement d'avant-garde, propose des teintes brillantes, des fonds élaborés, des bordures et des motifs centraux empreints de fantaisie. Des thèmes d'origine figurative, des dessins fantaisie sur fond blanc, Picasso et Belle Epoque sont autant de sources d'inspiration qui s'accordent avec un mélange de dessins et des trouvailles teintées de mystère, tout cela se veut vif et actuel. A coté des serge satin, Georgette et pure soie, les laine-et-soie et les mousselines de laine sont autant de fonds sur lesquels s'exerce avec virtuosité le jeu des coloris et des dessins. Les motifs classiques sont réalisés en deux tons raffinés. Originales, les nouvelles associations de dessins sinueux avec un graphisme assez strict. Pour la première fois apparaît un foulard en jacquard pure laine dont les effets colorés sont réalisés par l'entrecroisement des fils. Cette tendance se poursuit avec des dessins raffinés en noir et blanc. Egalement nouveaux, des écharpes jacquard en pure laine avec des dessins cachemire entremêlés et un aspect de mouliné. Le programme des tissés couleur a été élargi et complété par des écharpes. Les nouvelles idées sont reprises dans une petite et fort plaisante collection de bijoux mode, proposée uniquement en Allemagne, en Hollande et au Danemark.

SCHWARZENBACH
SINCE 1829

Novelties for ladies' fashion outerwear, plain and jacquard woven, printed. Cloqués.

Jersey-Fabrics, plain and fancy, in natural, rayon and synthetic-yarns.

Sportswear-, skiwear- and rainwear-fabrics.

Technical weaves.

Fancy yarns, fancy twists, crêpes.

SWISS FABRIC

Robt. Schwarzenbach & Co. AG
CH-8800 Thalwil/Zürich
Seestrasse 185
Tel. 01/720 04 03
Telex 52 383
Telegramm Landis
Telefax 01/721 15 02

Robt. Schwarzenbach & Co. GmbH
D-7858 Weil am Rhein

F.lli Schwarzenbach & Co. s.p.a.
I-20030 Seveso/Milano

Schwarzenbach Sud-Italia s.p.a.
I-02100 Rieti

Moulinages Schwarzenbach S.A.R.L.
F-38110 La Tour-du-Pin

TRANSLATIONS

PAGES 34–41

The lure of luxury

A dense throng, a magnificent setting, and a spectacular auditorium. Premières at Parisian haute couture houses often possess all the trappings of a state reception. At Yves Saint Laurent, the beautiful mingle with the rich and the powerful. Catherine Deneuve with Hélène de Rothschild, Danielle Mitterrand with Bernadette Chirac. The wife of the Socialist President of the Republic and the wife of the Conservative Prime Minister demonstrate the triumph of cohabitation, at least on the catwalk. The better halves of France's most influential men don't attend fashion shows for the sheer fun of it. It's one of their State duties. Patronesses of French fashion, they wear haute couture dresses at official functions and grace fashion shows with their presence.

Fashion is the "Grande Nation's" pride and joy. An export article of economic weight and a prestige symbol. So luxury fashion is kept out of the class struggle, and remains a worldwide advertisement for a superior French way of life and creativity. The Parisian haute couture shows have always been a social event. But few have been as brilliant as this year's. Is haute couture, declared dead on more than one occasion in recent years, undergoing a Renaissance? Many signs point that way. Not only the august audience that flanked the catwalk, but also what glided over it. Rarely has luxury fashion been so extravagant, to lavish, so exalted. It revels in the most opulent fabrics, intoxicating colours, and excentric shapes, that "infringe the fashion codex, that dresses should be for the modern woman and wearable", chided the German weekly "Der Spiegel". As though wearability had ever been a criterion for haute couture!

Once more, French luxury fashion is a scintillating explosion of creativity. Five years ago, the sparks arced over. A young, unknown designer, Christian Lacroix, was appointed artistic director of Jean Patou's fashion firm. Karl Lagerfeld took up the artistic sceptre at Chanel, sweeping aside the legendary Mademoiselle's historic style with humour, theatricalism, and a pinch of irreverence. And the entire haute couture world spun into a younger, more offbeat orbit. Now, it takes risks, cuts capers and indulges in excesses, distancing itself in the process from luxury prêt-à-porter, that had carved out a cosy niche at the priciest end of the upmarket range. But even the classiest designer clothes are production line fashions, whereas haute couture is pure craftsmanship.

The couturiers play this superior craftsmanship for all it's worth in formal fashions. In this pricey domain, where costly materials and embroideries are used unstintingly, no prêt-à-porter designer can stick the pace. And the couturiers have consolidated their advantage. Evening and cocktail dresses, traditionally the prerogative of the private clientèle, account for 80% of the collections. The magnificent gowns are exploits of craftsmanship. For Hubert de Givenchy, they are a tribute to the suppliers as well, "to the embroideries and craftsmen who made the flimsy gauzes and organdies". But also a tribute to the Swiss fabric manufacturers, whose tasteful creations are one of the mainstays of Parisian haute couture.

"Seduction" is the leitmotiv of Spring and Summer fashion. Woman is seductive once more. Long blunted by feminism, a woman's weapons can be wielded again: naked shoulders, plunging necklines, wasplike waists and curvaceous hips. Seduction begins with Lolita in Baby Dolls and ends with the femme fatale in a skin-thight draped sheat. The symbol of this charming vogue is the bow. A diminutive decoration on punk-style pony tails, printed on fabrics, or poised provocatively as a huge decorative taffeta propeller over the buttocks. Another symbol of the new (old) seduction is the short skirt. Even in the severe business costume, the hemline is a hand's breadth above the knee. Calf- and ankle-length skirts, a strong favorite with prêt-à-porter, are given the cold shoulder by haute couture. Even in afternoon fashions, it prefers mini cocktail dresses to midi lengths.

Gala fashion is the free exercise, day fashion seems to have become a duty. In gala fashion, the luxury tailors have concentrated on the costume. The French daily "Figaro" counted only 6 coats in the 23 collections. Trouser suits fared no better, and day dresses "also ran" . . . Meantime, the wealthiest clients are snapping up this sensible fashion in the boutiques. In the new Spring and Summer costumes, haute couture is demonstrating the high art of simplicity, paring down lines and deftly setting accents with outsize pocket flaps. Karl Lagerfeld also displays restraint in the slightly fussy Chanel-style suit, and introduces concave jackets that underscore the slim line. Dior shows how up-to-date the forty-year old "New Look" is by cropping skirts drastically above the knee. The jackets with their slightly rounded shoulders, nipped-in waists and hip-conscious peplums embody the 1987 silhouette.

The costume is given softer treatment in the career woman's business suit, but the materials are still severe and mannish: Prince of Wales checks, grain-de-caviar, houndstooth, pepper and salt, and faint tennis stripes. And lots of linen for Summer.

As soon as the costume loses its business look, lines become progressively softer as the afternoon wears on, and decorations and trimmings are added. Jean-Louis Scherrer races his costume to the seductive line with natty white trimmings, with camelia blooms and bows, and with dainty embroidered lace edgings. And the unadorned blazer is paired with elegantly draped, sexy corsage dresses. Givenchy's little black costume jacket has a two-tier peplum curving over the hips. In Dior's costume, the wide stand-out revers reveal a charming glimpse of a black strappy top. For afternoons, Ungaro moves swiftly to the dressy two-piecer with huge soft collars, puffed and pleated sleeves, bell-shaped peplums, and short, flouncy, prettily trimmed skirts. Chanel's black afternoon suit features a multilayered tulle "pouf".

"Pouf" is the new fashion slogan and buzzword. Introduced cautiously by prêt-à-porter as a decoration for seats of dresses and skirts, it has assumed bombastic proportions in haute couture. Gathers and ruching, drapes and big bows, tulle and organza padding, petticoats and half crinolines, have resurrected a historical fashion that died out a century ago. Known as the "cul de Paris", it attracted both respectability and ridicule. It was an excentric fashion, that moulded the female body's profile into a snazzy S-shaped curve. "The 'backside' has become an irresistible target of fun," claimed the "Herald Tribune". And why not. Fun never did fashion any harm.

"Pouf", bustle, crinoline, "cul de Paris", and petticoat are fashion catchwords, that people thought were inseparably bound up with the history of costume. Now they'll have to think again. From 6 o'clock at the latest, when cocktail dresses are celebrating their big comeback, fashion is delving into the past. The Empress Eugenie's dresses and the "pouf" models worn by Belle Epoque beauties have more to offer the stylists than twentieth century skirt fashions, where creativity ran itself to a standstill on the ups and downs of hemlines.

The skirt is the new fashion focal point. And the more formal the dress, the more fanciful its design. Cocktail dresses, balloon and amphora dresses, Chinese lantern and umbrella dimensions, reminiscent of ballerina and competition dancing dresses. Skirts on the new cocktail dresses bob and bulge at knee level or a hand's breadth above. Gathered, ruched, and inflated, borne up on innumerable layers of tulle and organza. Petticoats and multiple underskirts with lace flounces and crinolines give new (old) dimensions to the dress. Christian Lacroix at Dior, hailed as the inventor of the new skirt dimension, presented the most voluminous models. Karl Lagerfeld also indulged in real skirt orgies with "poufs" and crinolines. Ungaro displayed his virtuosity in exquisite shirts and drapes. Yves Saint Laurent refrained from exaggerated circumferences, and invested in the erotic: his cocktail dresses are nothing more than long draped bodices, with gigantic bows hanging from the hem.

The transition from cocktail to evening is smooth, with hemlines on skirt creations that dip from the knee at the front to the floor at the back. In the evening, haute couture unveils all its unrivalled magnificence and opulence. The dress as dream. Sarah Ferguson's bridal gown proved that creations like these are the stuff the masses' dreams are made of. The wedding dress of Prince Andrew's bride also seems to have had an impact on Paris's luxury tailors. Youthful, romantic organza dresses, like debutante's ball gowns, figure prominently in the new collections. Dramatic "La Traviata"-style taffeta gowns, so expensive and lavish they seem more suited to the stage than the dance floor. "Carmen", the prototype of feminine seduction, is there too, in a de luxe version by Scherrer with costly embroidered bodice and lashings of Calais lace.

Ungaro's tribute to the femme fatale is the body-hugging draped sheath, with huge fabric balloons springing out from the knee. Yves Saint Laurent sticks to his slim line for formal evening wear, partnering softly flowing draped dresses with costly embroidered boleros. Fantasy and luxury – in formal fashions haute couture plays all its trump cards. The powerful volumes of the skirt-centred fashion calls for materials with plenty of body. This trend favours the comeback of tulle and taffeta, along with shantung, surah, and dupion silks, duchesse and faille. Reps and ottomans, both in silk and wool (for daywear), cotton piqué and matelassés and heavy guipure laces cater for the need for heavier consistency. Calais laces point up the seductive style of the new Summer fashion. Embroidered tulle frills and broderie anglaise are used for the numerous underskirts.

Parisian luxury fashion sees summer through rose-tinted spectacles. Pale apricot pink through delicate tea rose to vivid shocking pink and fluorescent flamingo, are the major fashion colours in an azalea bed palette. Luminous deep corals and flaming orange, poppy red and royal blue add their own dazzle to the colourful fireworks display for Summer evenings. Gemstone colours – amethyst, ruby and emerald – strike a quieter chord. White is a perennial Summer classic. Deep, smoky night blue is stealing a march on black. Day fashion keeps to low-key beiges and greys and the immortal navy blue.

Dots – from pinhead to polka – are the leitmotiv of the new couture collections. In classic black/white prints, on high-fashion embroidered tulle, as lace applications on leather, and as rhinestones, glistening like dewdrops.

Other summer motifs include the rose – printed tapestry roses in pale pastels and aquarelle-like buds – and Matisse- and Dufy-inspired prints.

PAGE 72

Christian Lacroix – new star in the Parisian firmament

When he was four, his grandfather asked him, "What do you want to be when you grow up?" Quick as a flash, the youngster replied, "Christian Dior".

Today, at 35, he's almost achieved his ambition. Only three days after the recent haute couture showings, Christian Lacroix, the latest star in France's designer firmament, suddenly switched jobs from Jean Patou to Christian Dior. Bernard Arnault, principal shareholder and Director of the Dior Consortium, will finance the newcomer's personal fashion salon. His grandiose investment programme is to provide a start-up capital of 5 million francs and a further 50 million francs over the next four years. The new couture house's première is scheduled for July.

The press, particularly the American press, has commended Lacroix more

highly than any other Parisian fashionsetter. "Lacroix resembles Yves Saint Laurent in his early years. He has the same inventiveness, the same impertinence, and the same talent for marvellous surprises," was the International Herald Tribune's flattering comment. "The Times" christened him the "pacemaker from Paris". And last January, the American Designers' Guild honoured their French colleague with a Fashion Award.
Christian Lacroix is the most sensational example of vertical take-off the fashion world has seen in a long time. When Patou hired him in 1982, he was completely unknown. Five collections later, he has not only succeeded in making a name for himself; he has refurbished the reputation of the old-established but almost-forgotten couture house as well.
"Some people think I don't deserve my success, because I can't sew and I can't cut," said Lacroix during an interview with "Textiles Suisses". He didn't sound angry or scornful, just slightly guilty.
But his "weakness" may very well be his strength. Unhampered by technical dexterity or tailoring tradition, he tackles the high art of luxury fashion with intuition and youthful imagination. His nonchalant knack of cutting through conventional norms has earned him the title of the "Gaultier of haute couture". Parting with custom, Lacroix doesn't put the artificial flower on the hat; he sits the hat jauntily on a huge silk rose. It was he, too, who brought back unwieldy hoop skirts and stuffed "pouf" skirts in an age of functionalism in women's clothing. "For me, haute couture is like opera. I stage the show, like a director," he claims. Fashion for the stage but not for everyday life? Lacroix parries questions like this by quoting Pierre Cardin: "When haute couture becomes wearable, it's dead."
To this designer, luxury fashion means "total creation". It's a free exercise not a duty. Although he votes Socialist, he defends the elitist nature of haute couture. "Mediocrity has never triggered off new impulses." He regards elitist fashion as a research laboratory, which naturally calls for huge investments, that must come from perfumes, licences and prêt-à-porter collections. A short-term goal, of course, is to prove himself a competent designer of wearable ready-made fashions.
Christian Lacroix is yet another young designer who has broken into luxury fashion. "Women should enjoy my models, and besides I make no distinction between fashion and costume fashion," says the former student of the history of art and costumes.
A native of Arles in the south of France, he would like to have been a curator of a fashion museum, but there were no vacancies. However, his sketches and designs did attract attention. Since childhood, he's been drawing beautifully dressed women. He found his first job as a stylist with Hermès. There he acquired a thorough grounding in collection design, but his own sketches were considered too outlandish to meet with success. A year later, he became assistent to Guy Paulin, who developed his sense of colour. In 1982, he joined Jean Patou.
Christian Lacroix has always found creative impetus in the fertile imaginations of the Swiss textile manufacturers. His Patou summer collection features avant garde bast embroideries by Forster Willi, rustic cotton piqués and printed silk cloqués by Abraham, silk taffeta broderie anglaise by Jakob Schlaepfer, romantic embroidery edgings on figured cotton by Jacob Rohner, and the daintiest of broderie anglaise by A. Naef. Paris's new star designer has nothing but praise for the Swiss textile manufacturers. "Their studios are real laboratories, bent on thinking up new articles, from which I draw my inspiration."

PAGE 81

Newcomer to the couture scene
Whereas the majority of Swiss novelty fabric manufacturers whose clients have admitted them entry to top-level fashion have been networking for years if not decades with haute couture and built up solid relationships based on mutual trust, Jacob Rohner is a newcomer to the ranks of the couture suppliers. The embroidery firm distributed its first batch of designs, for Summer 85, to the Parisian couturiers, some of whom worked them up for their collections. Experiences in dealing with the fashion scene's most discriminating representatives are new and involvement in this innovative sphere where ordinary commercial considerations are of little relevance is still in the construction stage.
It may seem self-evident that a firm should distribute its products to all potential customers, but where haute couture is concerned the game has its own rules and calls for mature decisionmaking and thorough preparation. Haphazard contacts and dilatory follow-up are useless, because the investment is not low and can not be assessed solely in terms of francs and centimes. If it were simply a question of offsetting income against expenditure, the bill could be quickly totted up and the firm would soon find itself well into the red. Rohner's Paris office, not an absolute necessity but extremely useful for establishing and cultivating good relationships, carves a hefty slice out of the budget. And the advertisements that haute couture insists its clients insert in glossy magazines such as "Vogue", "Harper's Bazaar" and "Official", incur additional expenses.
Another obvious critical factor: what interests luxury-level fashionmakers is the crème de la crème of textile products. Which in every case means a unique design that scales new heights of technique, quality and creativity – another high-risk venture in itself.
A supplier must be able to deliver the goods, but in practice he is at the mercy of imponderables such as last-minute changes and decisions.
Nevertheless, this challenge has a stimulating effect on the firm. It acts as a spur to the designer team, who can give free rein to their creative fancy, unbridled by the constraints of commercialization. Traditional craftsmanship is the starting point for sumptuous, glamorous embroideries of unsurpassed beauty. Others embody inspiration sparked off by unrelated sources such as art, architecture and literature. This imaginative effervescence, duly simplified, bubbles over into the commercial range especially as links with the tone-setting stylists provide valuable tips on trends.
And finally, another welcome spin off. The firm's presence in the illustrious haute couture collections, which it plans to extend gradually to those of the prêt-à-porter creators in Paris and, if possible, in Italy, has boosted its prestige with clients right across the board. All of which, says the Rohner team, makes the involvement worth while.

PAGES 122/123

Artistic inspiration
Deep, full-bodied earthy tones, neutral stone shades, soft, powdery Shetland nuances and vibrant accent colours are the star performers on the 1987/88 Autumn/Winter stage. Hermès-style, modern Matisse and Picasso interpretations, and fine clipcord and marbled designs are featured along with Klimt impressions and Tiffany motifs on crêpe de Chine, satin crêpe, silk jacquard or fancy open-work grounds. Corner and edging signs are given particularly attractive and varied treatments. In the woollen range, there are wool/silk qualities, wool muslins, and cashmere/wool/silk blends, mostly with shot effects, whose reversible fabrics, lovely feel and attractive designs set them apart as an independent line. Futuristic motifs from paintings of the twenties, naif designs from centuries-old cultures, irregular stripes and leaf motifs are worked into the woven shawls in handsome houndstooth patterns or faint weave effects that exploit weaving technology to its limits.

PAGES 124/125

Virtuoso-like interplay of colours
An avant garde vein runs through the foulard collection, with its vivid colours on choice grounds and imaginatively handled corners and centres. Original figurative subjects, playful patterns on white grounds, Picasso- and art nouveau-inspired designs, teamed with jacquard pattern mix and slightly mysterious design ideas, introduce an exciting contemporary mood. Satin serge, satin silk and pure silk, wool/silk and wool muslin qualities provide the backdrop for virtuoso performances in the treatment of colour and design. Classic designs are represented by exquisitely coloured two-handers. Unusual combinations of wave patterns and severe graphics make for novel effects. For the first time, the collection includes pure wool jacquards with crossed threadwork that creates interesting shot impressions. This idea is picked up by a series of beautiful black and white designs. Other novelties include a series of pure wool jacquard shawls featuring cashmere designs and mouliné effects. The coloured woven programme has been expanded and extended to include shawls. The creative ideas have been transposed into another key: an attractive collection of costume jewellery, at present on sale only in Denmark, Germany and The Netherlands.