

**Zeitschrift:** Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

**Herausgeber:** Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

**Band:** 98 (1991)

**Heft:** 1

**Artikel:** Fashion Promotions Düsseldorf

**Autor:** Reims, Martina

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-677195>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 24.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Praxiserfahrung

Der Video Speed Master wird heute bei namhaften Vliesstoffherstellern erfolgreich eingesetzt. Die hohen Anforderungen des Produktionsprozesses müssen während des 24 Std.-Betriebes bedingungslos erfüllt werden und bilden den Massstab für die Zuverlässigkeit an die Messsysteme, die als zentrale Prozesssteuerelemente im Einsatz stehen.

Vergleichsmessungen in der Industrie haben gezeigt, dass durchschnittlich eine Überlieferung von 1,9 % stattfindet. In Extremfällen wurden schon Messwertabweichungen von - 5,8 % resp. 3,8 % festgestellt. Die Gründe für diese Abweichungen liegen zum einen bei den heute vorhandenen Messunsicherheiten und zum anderen werden kundenabhängige Sicherheitsmargen geltend gemacht.

Die Erfassung der genauen Geschwindigkeitswerte an den verschiedenen Stufen des Produktionsprozesses von Vliesstoff- und Textilbahnen hat ebenfalls zu überraschenden Ergebnissen geführt. Die zum Teil unerwarteten Geschwindigkeitswerte sind Zeichen dafür, dass die Komplexität des Herstellungsprozesses erheblich grösser ist, als allgemein angenommen wird.

Mit dem Video Speed Master steht ein berührungsloses Längen- und Geschwindigkeitsmesssystem für eine optimale Prozesssteuerung innerhalb der komplexen Produktionsverfahren in der Vliesstoffindustrie zur Verfügung. Die Erfahrungen bisheriger Installationen zeigen, dass alleine durch den exakteren Zuschnitt und die automatische Verarbeitung von ganzen Tagesproduktionen Rationalisierungen durchführbar sind, die zu Pay-Back Dauern von weniger als einem Jahr führen. Nicht berücksichtigt sind dabei die Nutzen der geringeren Abfallbeseitigung sowie der Rückgang von Kundenreklamationen.

EyeTec GmbH, D-7750 Konstanz ■

# Fashion Promotions Düsseldorf

**Zum dritten Mal nun fanden in Düsseldorf die Fashion Promotions statt, diesmal vom 4. bis 6. 12. 1990. Geplant war diese Messe ursprünglich als Frühinformation für die übernächste Saison, sozusagen als Vormesse für die CPD.**

Übriggeblieben ist davon nicht mehr viel. So zeigten auch ein Grossteil der 105 Aussteller aus sieben Ländern auf der 1800m<sup>2</sup> grossen Ausstellungsfläche ca. 200 Kollektionen, die hauptsächlich den Ergänzungs- oder Zwischenprogrammen zuzuordnen sind, also für Frühjahr, Sommer 91. Geändert hat sich an der Aussage der Mode jedoch nichts, vor allem weil die Aussteller auch nicht repräsentativ waren. Dies zeigte sich vor allem im Young Fashion Bereich, wo hauptsächlich T-Shirt und Jersey-Ware sowie viel Samt und Paillettenglitter und Ibiza-Jeans gezeigt wurden.

Die Wintermode stellte die Igedo in folgenden vier Themen vor: «Humor + Fun» wirft wieder einen Seitenblick auf die 60er Jahre und zeichnet sich durch Microröcke mit Swingern sowie Leggings aus. Die geometrischen als auch Strickmuster zeigen sich vorzugsweise in Gelb, Grün, Electricblau und Violett. «Healthy + Wealthy» rückt die moderne Frau aus der Grossstadt ins rechte Licht mit essentiellen, gewollt einfachen Silhouetten in dezenten Farben wie Rosé, Orchidée, Honig, Hanf oder Camel. «Original Genuine» holt in aktualisierter Form den ökologischen Naturlook aus der Versenkung, sozusagen für die Nomaden der Neuzeit. Weiches, wolliges Styling präsentiert sich in Elfenbein oder Tundra und wird belebt durch Kürbis oder Gelb. Abgerundet werden die Themen durch «Moonlight + Stars», eine sehr blaustichige Linie, die durch knappe, figurbetonte Silhouetten unterstrichen wird.

Umgesetzt wurden diese Themen auf den Fashion Promotions hauptsächlich in vielfältigen Jackenformen. Viele Winterblousons wurden gezeigt, teilweise mit fellumrandeter Kapuze oder mit ideenreichen Kragenformen wie Dachkragen aus Leopardenteddy oder

gerafften Schalkragen. Ein Favorit dürfte bei Blousons wieder gesteppte Seide werden. Neu ist vor allem bei Longjackets ein Materialmix von Wolle mit Materialien aus gesandetem Chintz oder auch Seide. Ein forcierter Comeback wird auch der Dufflecoat erleben, der durch lebhafte Farben (viel Violett) oder Stylingelemente wie raffinierte Kragen oder Steppereien in Anlehnung an das Original-Genuine-Thema modernisiert ist. Daneben präsentierte sich viele bunt-karierte Blazer oder zweireihige Cardigans. Die ersten Pullover brillierten vorzugsweise in hellen freundlichen Norwegermustern.

Interessiert haben sich für diese ersten neuen und vielen schon bekannten Kollektionen allerdings nur wenig Besucher. Die ganze Messe, die sich auf eineinhalb Hallen erstreckte, erinnerte eher an eine der vielen Lokalmessen. Konsequenterweise waren auch mehrere Stimmen aus Industrie und Handel zu hören, die nächste Fashion Promotion nicht mehr frequentieren werden. Doch in Fachkreisen wird gemunkelt, dass diese Messe auch nicht mehr stattfinden wird.

Martina Reims ■