

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

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 101 (1994)

Heft: 5

Rubrik: Buchbesprechung

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: 01.02.2026

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

Fashion Sport

Von einem Autoren-Team aus Redakteuren der Textilwirtschaft und Sportswear International. 252 Seiten, 550 vierfarbige Abbildungen, gebunden mit Schutzumschlag. Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main 1994. DM 128.-. ISBN 3-87150-444-0

Dieses Buch ist das erste Standardwerk zum Thema Fashion Sport. Es wendet sich an alle, die sich mit jungen Märkten befassen, zunächst an die Handels- und Modeleute, darüber hinaus aber auch an Marketingexperten, Werber und alle, die sich mit zukünftigen Lebensstilen und Konsummärkten beschäftigen.

Der Leser wird in einer detaillierten und kompetenten Art in das Phänomen Fashion Sport eingeweiht. Viele treffende Fotos sowie eine junge, erfrischende Sprache machen die sichtbare Seite eines neuen Lebensgefühls junger Zielgruppen spürbar.

Zurückverfolgt werden in History die Geschichte der Funsportarten Surfen, Snowboarden und Skaten sowie das Phä-

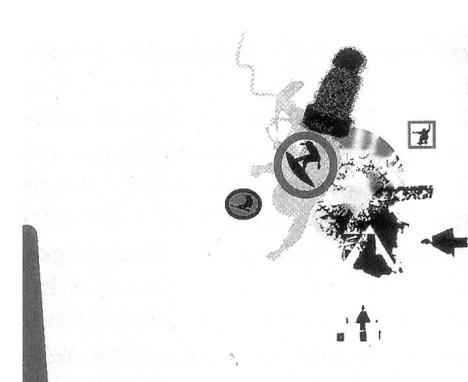
nomen Clubwear – eine Portion «schräge Mode» mit einem Schuss Musik und Lifestyle. In unterhaltsamen Stories gibt Influences einen Einblick in die Abenteuer- und Extremsportarten mit ihren Pionieren und Idolen. Der Leser erfährt, wer von wem gesponsort wird, welcher Look angesagt ist und welche Labels vertreten sind. Clevere Strategen bei Adidas machen mit grossangelegten Open-Air-Festivals, sog. Marketing-Events, das Jahr 1993 zum Jahr der Streetballer. Puma holt 1994 Fussball mitten in die Städte: In American Team Sports beschreiben die Autoren die Einflüsse auf den Fashion Sport.

In Markt und Studie wird die Kernzielgruppe der Fashion Sportler (die 13–25jährigen) mit ihrem Kaufverhalten genauer beleuchtet. In den abgedruckten Statistiken ist leider nur noch Datenmaterial aus Umfragen des männlichen Geschlechts wiedergegeben. Angesichts der Tatsache, dass das Autoren-Team aus sechs Frauen besteht – ein (doppeltes) Manko.

Hat man an ungewohnter Stelle (in der Mitte des Buches) den eigenen Wortschatz mit dem Szenen-Slang noch angereichert, liest sich der Rest des Buches flüssig wie ein Krimi. In Macher und Marken werden 27 Topmarken und ihre Macher vorgestellt. «Marketing-Retorten-Baby» und «Trittbrettfahrer» haben hier keinen Platz gefunden. «Street credibility» – Glaubwürdigkeit in Sachen Szene, Authentik ist gefragt. Die meisten Geschäftsführer kommen aus dem Funsport. Die Macher sind vernetzt mit der Erlebniswelt ihrer Zielgruppe; sie können in sie hineindenken. Funsport Marketing hält einige handfeste Tips bereit und gibt Anregungen, wie man den Kontakt zu der Szene aufbauen, bzw. halten kann. Ein besonderes Juwel in diesem Buch ist das Kapitel über die Läden. Da wird sich manch ein Händler Anregungen über die eigene Ladengestaltung und den Sortiment-Mix holen können. (Aus Schweizer Sicht etwas schade: Es werden praktisch



Unser Autor Paul Kellenberger befasst sich als Textil-Ingenieur bei Schoeller Switzerland intensiv mit den neuesten Trends im Fashion Sport. Aktuelles Beispiel: Für die gesamte Snowboard-Kollektion «World Extrem» hat Protective erstmals das Schutzgewebe «Schoeller-keprotec» verarbeitet, das optisch und funktionell neue Zeichen in der Snowboardmode setzt.



Fashion SPORT

DEUTSCHER FACHVERLAG

nur Shops aus Deutschland vorgestellt.) Obwohl Fashion Sport eine junge Zielgruppe vor Augen hat, tut der Handel gut daran, andere Zielgruppen nicht auszuschliessen. Wir brauchen auch die älteren Kunden. Dazu ein schönes Zitat von Jürgen Müller/Sport Müller, Schwenningen: «Ich weiss noch genau, wie ich das erste Mal mit dem Brett unter dem Arm an die Bar gelaufen bin, habe ich mich zwanzig Jahre jünger gefühlt.» *Paul Kellenberger*

Exportmanual für die Strickwarenindustrie

Die Idego Company und die Kurt Salmon Associates haben gemeinsam ein Exportmanual erarbeitet, das vor allem Strickwarenexporteuren aus den wichtigsten Anbieterländern helfen soll, professionell den Eintritt in den deutschen Markt zu organisieren.

Der allgemeine Teil beschäftigt sich mit statistischen Daten, gegliedert in Flachstrick und Rundstrick für Damen, Herren und Kinder, Tages- und Nachwäsche, Strümpfe, Beach- und Sportswear. Des weiteren bewertet das Manual die Konkurrenzsituation auf dem deutschen Bekleidungsmarkt, zeigt die verschiedenen Stellen zur Exportförderung auf und nennt Kundenpotentiale für Exporteure.

Das 400seitige Handbuch ist viersprachig: Deutsch, Englisch, Italienisch und Französisch; und beinhaltet etwa 2500 Adressen der wichtigen Absatzmittler.

Vertrieb über: Idego Düsseldorf, Tel.: 0049 211 43 96 01, Fax: 0049 211 43 96 345, Preis: US\$ 900.

Textilien-Sammlung Bernheimer

Paramente 15. bis 19. Jahrhundert von Saskia Durian-Ress, 343 Seiten mit 207 Abb., davon 53 in Farbe. 22 × 28 cm, Leinen, sFr. 248.–; Hirmer Verlag, München 1991, ISBN 3-7774-5380-3

Trotz, oder gerade wegen seiner speziellen Thematik, handelt es sich bei diesem Buch um eine Publikation, die in keiner Textilbibliothek fehlen darf. Über Generationen von der Kunsthändlerfamilie Bernheimer angelegt, ist diese Textiliensammlung der Öffentlichkeit nicht zugänglich, und es darf deshalb als Glücksfall bezeichnet werden, dass sich Saskia Durian-Ress, Oberkonservatorin für das Gebiet Textilien am Bayerischen Nationalmuseum München, in ihrer Frei- und Ferienzeit der Aufgabe widmete, die Bestände der Paramentenammlung zu sichten und wissenschaftlich auszuwerten. Paramente mit ihren kostbaren Geweben, Stickereien, Borten und anderem Zierat gehören zu den komplexesten und wertvollsten Textilien.

Vom Umfang, der Vielfalt der Typenprägung aus einem geografisch weit gesteckten Raum, dem fünf Jahrhunderte umfassenden Zeitraum sowie der Vollständigkeit der im liturgischen Gebrauch verwendeten priesterlichen Gewänder her, dürfte es sich um die grösste, private Sammlung handeln. Die Aufgabe der Katalogisierung war schwierig und anspruchsvoll, da die Herkunft der Gewebe, der Ort der Fertigung und der Verwendung der verschiedenen Kaseln, Dalmatiken und Pluvialia kaum bekannt waren. Anhand ornament- und stilgeschichtlicher, aber auch web-, schnitt- und sticktechnischer Merkmale, hat Saskia Durian-



Ress die Objekte lokalisiert und datiert.

Die 160 Katalognummern sind der Wertung der einzelnen Stücke entsprechend mehr oder weniger umfangreich beschrieben. Jedes Stück ist jedoch abgebildet (zum Teil mit Vorder- und

Rückseite und/oder mit einem Detail), ein Drittel davon farbig. Ein umfangreiches Literaturverzeichnis sowie Verweise auf Vergleichsstücke bei verschiedenen Katalognummern sind zu dem wertvolle Ergänzungen. Leider wurde auf ein Glossar verzichtet, was bei dem textiltechnisch anspruchsvollen Vokabular in einem Buch, das sich nicht nur an Textilfachleute wendet, und das vielleicht eines Tages als Auktionskatalog dient, ein bedauerlicher Mangel ist. *Claudia Gaillard-Fischer*

Die Wiederentdeckung der Nutzpflanze Hanf – Cannabis Marihuana

von Jack Herer

Mit einer Kurzstudie vom Katalyse-Institut für angewandte Umweltforschung e.V.

Herausgegeben von Mathias Bröckers, Zweitausendeins Versand, Postfach, D-60381 Frankfurt a/M 1993, ISBN 3-86150-026-4

«Irische Bauern sollen Hanf anbauen» (NZZ 23.4.94). Könnte diese Aufforderung mit obiger Publikation zusammenhängen? Dies ist sehr wohl möglich, denn allein im Februar 1994 wurde das Buch fünfmal aufgelegt, das heisst, die 17. Auflage herausgebracht. Und dies, obwohl es im Impressum heisst: «...auf HANFPAPIER hergestellt... ist nicht zum Genuss oder Verzehr geeignet.» Das Zielpublikum dürften also nicht in erster Linie Marihuana-Raucher sein, sondern ein Kreis engagierter, alternativ und ökologisch Denkender.

Industriestrasse 2
Postfach
CH-5102 Rapperswil
Telefon 064/47 41 47
Telefax 064/47 24 55

Hülsenfabrik Rapperswil

... **die Hülsen-Sicherheit!**

Die Titel sind plakativ, der Inhalt zum teil polemisch: Weshalb der Hanf verboten werden konnte: die Geschichte einer Verschwörung – Die Hanfprohibition – Was mit Cannabis alles zu kurieren ist – Rassismus: Marihuana und die «Jim-Crow»-Gesetze. Weshalb der Hanf vergessen werden konnte: ein Kapitel Industriegeschichte – Von der «Milch der Götter» zum Paria der Nutzpflanzen – Zweiter Weltkrieg: Hanf für den (End-)Sieg – Die Welt braucht Hanf. Weshalb der Hanf wiederkehren wird: über die universelle Nutzpflanze Hanf – um nur einige der Titel zu nennen.

Trotzdem, das Buch ist lesenswert. Mit den im Anhang aufgeführten Dokumenten, Anmerkungen, Literaturangaben, einem Personen- und Sachregister sowie Hanf-Adressen, ist die Publikation eine umfassende Dokumentation über eine der ältesten Kulturpflanzen, die in den nächsten Jahren auch als textiler Rohstoff wieder an Bedeutung gewinnen dürfte. Dazu müssten allerdings, wie im Buch beschrieben, zuerst ein Umdenken und eine Änderung verschiedener Gesetzesfassungen stattfinden.

Claudia Gaillard-Fischer

Stickereien von der Vorzeit bis zur Gegenwart

aus dem Besitz des Württembergischen Landesmuseums Stuttgart und der Schlösser Ludwigsburg, Solitude und Monrepos von Ruth Grönwoldt. 287 Seiten, 430 Abb., davon 260 in Farbe 22,5 × 27cm, Leinen sFr. 128.–; Hirmer Verlag, München 1993, ISBN 3-7774-5840-6

Ruth Grönwoldt ist eine der ganz grossen «Textilerinnen». Von 1968 bis 1987 betreute sie die Textilsammlung des Württembergischen Landesmuseums Stuttgart, wozu bis 1989 die Verwaltung der Schlösser Ludwigsburg und Solitude gehörten. Es ist deshalb erfreulich, dass sie im Ruhestand ihre



Zeit vorrangig der Publikation des vorliegenden Kataloges widmete. Die Auswahl der vorgestellten Arbeiten, es sind deren über 200, umfasst die Zeitspanne von ca. 600 v. Chr. (keltisch) bis in die Gegenwart, und somit ein Gebiet, das heute als Westhällstatt (Süd-Deutschland, Ostfrankreich) bezeichnet wird, über das Mittelmeer, bis in den Nahen und Fernen Osten. Die Arbeiten aus der Neuzeit (1899–1933 sowie 1942–1988) stammen aus Deutschland, vor allem aus München und Stuttgart sowie Wien.

Was Ruth Grönwoldt hier als umfangreiche Kultur- und Sozialgeschichte der Stickerei präsentiert, ist beispielhaft: Es wurde wohl kaum zuvor so umfassend und fachlich kompetent zum Thema Stickerei geschrieben. Nicht nur ist das Buch faszinierend zum Lesen und die Abbildungen sind eine Augenweide, was auch der hervorragenden Leistung des Verlages zu danken ist, sondern es ist ein Standardwerk, an dem man sich in Zukunft weit über den deutschsprachigen Raum hinaus orientieren müssen. Im Anhang wird die Sticktechnik durch Zeichnungen, Detailfotografien und Erläuterungen sowie durch ein Register der erklärten Sticharten vorgestellt; ein Abkürzungsverzeichnis, ein Glossar und ein Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur vervollständigen die Angaben und werten die Publikation zusätzlich auf.

Claudia Gaillard-Fischer

Lebensgefühl statt Modediktat

Hipp und aufgeheizt ist die Stimmung. Die vorherrschend sehr jugendliche Menge – gespickt mit einigen fasziniert dreinschauenden älteren Semestern – flippt zu Rape oder Rave Musik fast aus. Irgendwie sehen sie alle gleich, doch auch wiederum alle anders aus. Ein richtiger Kleidungsstil lässt sich hier nämlich nicht ausmachen. Doch genau das ist Sport Fashion. Es ist alles und nichts. Hier werden die unterschiedlichsten Teile untereinander gemixt und durch die Ausstrahlung des Trägers zu einem Lebensgefühl demonstriert.

Wichtigstes Kleidungsstück ist vor allem für den Sommer 95 das T-Shirt, in normaler oder Canot-Form. Präsentiert wurde es von den vielen Firmen auf der *Herrenmodewoche Interjeans in Köln vom 5. bis 7.8.94* sehr unterschiedlich. Uni wird es vor allem in den Farben Gelb, Orange oder Mittelgrün, häufig mit Kontrast-Paspelierungen angeboten. Daneben behaupten sich Firmenschriftzüge, Baseballzahlen sowie die unterschiedlichsten Embleme. Fast schon bieder wirken dagegen die unterschiedlichsten JacquardsHIRTS. Witzig sind T-Shirts im Holzfällerlook. Für die jungen Mädchen werden die T-Shirts in Kurzform gestylt.

Jeans, Jeans, Jeans

Ausgesprochen beliebt, und von immer mehr Firmen angeboten, werden die

