

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1990)
Heft: 83

Artikel: Spectrum
Autor: J.F.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795884>

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: 13.04.2026

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

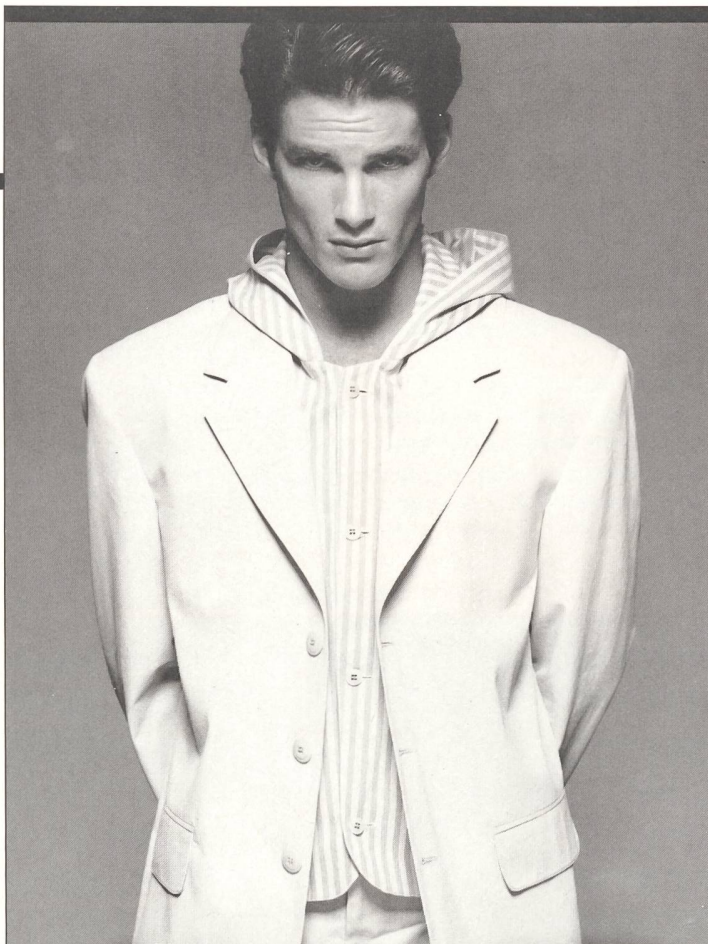
SPECTRUM

PITTI IMMAGINE UOMO FIRENZE FAHRT INS BLAUE

Der Yuppie der 80er Jahre, der einem konformen Chic huldigte, hat seinen Glanz eingebüsst. Nicht das konservative Dunkelblau gediegener Business-Eleganz, sondern alle blauen und blaugrünen Schattierungen von Himmel und Meer in südlichem Licht stellen die wichtigste Modefarbgruppe dar, die dem sportlichen Mann im nächsten Sommer gut zu Gesicht stehen soll. Eine solche Fahrt ins Blaue sah zumindest der Pitti Immagine Uomo, die Florentiner Herrenbekleidungs-Fachmesse mit hochwertigem bis Luxus-Angebot von rund 450 Ausstellern. Einkäufer kamen aus aller Welt und vornehmlich auch aus Japan, das für italienische Männermode mit Prestigemarkens großes Interesse zeigt. Der Export dorthin hatte sich im vergangenen Jahr mit einer Steigerung von 110% geradezu explosiv entwickelt.

Blau und Farbe überhaupt ist also das grosse Thema, nicht erst in den neuesten Kollektionen, jetzt aber noch wesentlich stärker für den Anzug eingesetzt. Er ist eine ganz spezielle Herausforderung: Er ist und bleibt die *Pièce de résistance*, aber keiner will ihn wie gehabt. Darum ist es auch nicht verwunderlich, dass sich die kreativen Modemacher mit immer wieder neuen Lösungen zum Thema Business Suit hervortun. Allen gemeinsam ist das Bestreben, dem Anzug alles Steife und Formelle zu nehmen und ihn zu integrieren in eine Modeauffassung, die die Grenzüberschreitung pflegt zwischen Kleiderkategorien und herkömmlichen Zuordnungen von Materialien und Farben.

Materialien halten sich freilich beim Anzug punkto optischer Prägnanz eher zurück – zugunsten eben der Farbe. Uni steht ohnehin an vorderer Stelle, dafür in ausgesuchten Nuancen wie Aquamarine



und Türkis, Eis- und Ozeanblau. Aus der warmen Skala gesellen sich Terracotta- und Rosenholztöne hinzu, nebst Ocker und scharfem Schwefelgelb. Oft werden verwandte Nuancen zu Ton-in-Ton-Abstufungen kombiniert. Die Ausdruckskraft solcher Farbigkeit erneuert die Männermode vor allen Dingen. Ansonsten ist Spektakuläres weitgehend verschwunden.

Denn das Wort von der neuen Bescheidenheit, von der in der Damenmode die Rede ist, geht jetzt auch bei den Männern um. Freilich ist das oft nur Vortäuschung falscher Tatsachen, denn man frönt ausgiebig dem versteckten Luxus edelster Gewebe, der Seide zumal, mattglänzend oder gewaschen und von entsprechend bescheidenem Auftreten, dem feinfädigen Leinen, Cashmere, feinstem Wollcrêpe. Alles ist superleicht und weichgriffig und möglichst in Naturoptik. Denn Natürlichkeit ist rundum gefragt – natürliche Silhouetten mit sanft gerundeter Schulterlinie und lockerem Fall, locker und geschmeidig in der Verarbeitung. Eine natürliche Sportlichkeit gehört zum Erscheinungsbild. Sie schafft die Verbindung zwischen Sportswear und Citymode, wenn sich zum Beispiel ein «giaccone» – eine grosse Jacke mit sportlichen Details – zum Anzug gesellt. Nicht selten werden auch richtige Aktiv-Sportformen wie Long-Blousons und Parkas in federleichten, seidigen Materialien interpretiert und über dem Anzug getragen. Sportswear macht sich stadtfrein.

J. F.

△ *Der korrekte Sommeranzug aus feinem Leinen erfährt eine topmodische Auflockerung durch die gestreifte Kapuzenweste an Stelle eines Hemdes. Modell Stefano Chiassai.*

◁ *Weitab von herkömmlicher Vorstellung zeigt sich der superleichte weisse Anzug mit Applikationsmotiv, das sich auf der Weste zum Lurex-Shirt wiederholt. Modell Calugi e Gianelli.*

SEHM-JUBILÄUM LÄSSIGE MÄNNER

Ein Jubiläum bietet stets Anlass zu einem Blick zurück. Die Pariser Herrenbekleidungs-Fachmesse SEHM feierte im September ihr 30jähriges Bestehen, und in diesem Zeitraum hat die Emanzipation stattgefunden vom konservativ-korrekten Anzug-mit-Krawatte-Herrn zum lässigen Mann in individuellem Outfit. Vor dreissig Jahren erregte Pierre Cardin grosses Aufsehen mit seiner ersten Herrenkollektion. 1960 markiert denn auch den Beginn eines dynamischen Aufschwungs, der sich in der Entwicklung des SEHM spiegelt: an der ersten Fachmesse unterbreiteten 80 Aussteller den rund 2000 Besuchern vornehmlich aus Frankreich ihre Angebote, während die Veranstaltung Herbst 90 mit den Kollektionen für Sommer 91 rund tausend Aussteller aus dreissig Ländern und um die 45 000 Interessenten aus allen Kontinenten verzeichnete. Männermode hat die Grenzen gesprengt, was die Internationalität des Geschäfts, aber auch was Konventionen und Tabus betrifft. Individualisten haben das Sagen. Farbe re-

giert, und ein Mix von Farben, Stoffen und einzelnen Teilen lässt persönlicher Interpretation freie Bahn. Entsprechend vielfältig präsentierte sich das Bild der neuen Kollektionen, die den Bogen spannten vom City-Stil über Sportswear, Western-Look und Jeans bis zur avantgardistischen Auffassung jüngerer Designer, die in einem gesonderten Bereich der Messe, dem «Nouvel Espace», zusammengefasst waren. Die eigentlichen Trendmacher freilich, die Designer wie Montana, Gaultier, Cerruti, Matsuda, die bislang zeitgleich mit dem SEHM zeigten, hatten ihre Défilés bereits auf den Juli vorgezogen, um der italienischen Konkurrenz des Pitti Uomo und der Mailänder Schauen von Armani, Versace + Co. nicht hinterherzuhinken.

Zwei Themen ziehen sich wie ein roter Faden durch die aktuelle Männermode: Farbe und Natur. Styling tritt dabei in den Hintergrund, obgleich Natur – Natürlichkeit, Authentizität, Komfort – gewiss auch die Formen beeinflusst und verändert. Farbigeit hat alles erfasst und ist in den breiten kommerziellen Bereich in einem Ausmass vorgezogen, den man bis vor kurzem nicht für möglich gehalten hätte. Van-Gogh-Gelb, Pistazien-grün, Aqua oder Petrol für den Anzug sind nicht Ausnahmen, und sportlichere Outfits kombinieren waghalsig leuchtende Farben untereinander. Die Liebe zur Natur dämpft indessen diese Intensität auch häufig mit den differenzierten Schattierungen von Sand, Erde,



Stein, Kiesel, lässt auf diesem neutralen Grund dafür interessante Stoffstrukturen und verwaschene oder gealterte Oberflächeneffekte zur Geltung kommen.

Daniel Hechter hatte an seinem Stand der Pariser Fachmesse seine Trendvorstellungen mit lauter Lebensmitteln visualisiert: Mehl, Milch, Korn, Gemüse, Früchte mit körnigen Schalen oder maserigen Häuten. Das trifft den Kern der aktuellen Modephilosophie mit Farbe und Natur im Mittelpunkt. J.F.

△ Eine vom Aktiv-Sport beeinflusste Reissverschlussjacke mit Strickborten zu Shorts in neuer extrem weiter und gerade kniebedeckender Version. Modell Giuliano Fujitwara.

◁ Zum mandelgrünen Veston aus Viscose/Leinen eine sandfarbene Wollhose, und an Stelle des Hemdes eine bedruckte Baumwollweste über einem T-Shirt. Modell Guy Laroche.

PITTI IMMAGINE FILATI: INTERESSANTES SPIEL DER GEGENSÄTZE

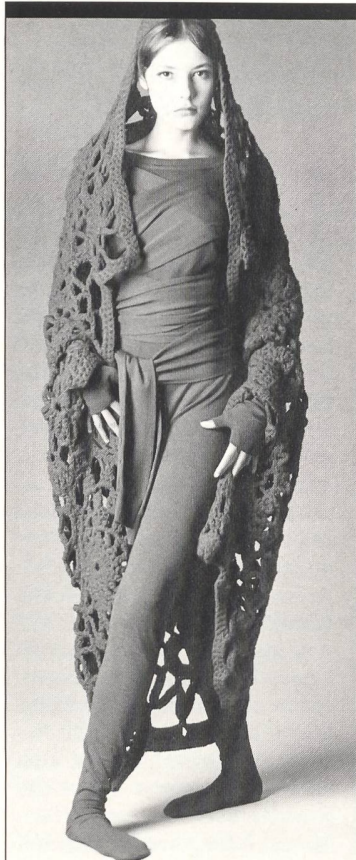
Ungebrochen ist auch im Winter 1991/1992 das Spiel der Kontraste, der Spannungen: Ying-Yang, schwarz-weiss, hell-dunkel, Luxus und Schlichtheit, Voluminöses und fast Karges, Grobes und Feines, Natur und Synthetik. Am Pitti Immagine Filati in Florenz zeigten sich die Gegensätze schon in den beiden grossen Themen «Zeitlose Werte» und «Die Kultur der Moderne». Im ersten Thema spielen zwölf weiche Beige- und Schlammtöne mit Altrosa, Korall und Bambusgrün die Rolle der Schlichtheit und der Diskretion – fünf Nuancen sind sehr verhalten, sieben weitere zeigen die blassen Töne getrockneter Blumen. «Kultur der Moderne» bevorzugt die eher aggressiven und satten Nuancen wie Lackrot, Purpur, Gelb und Braun als warme Gruppe und Schwarz, Blau, Grün, Petrol, Pflaume und Loden als eher kühle Ideenquelle.

Kontraste spielen auch bei Garnen und Dessins eine grosse Rolle. Das zeigte sich nicht nur in den Kollektionen der einzelnen Aussteller, sondern auch im Trendraum in der Sala delle Nazioni, der als Wegweiser durch «Time» und «Life», die tägliche Eleganz, «Night Creature», chice Raffinesse, und «Playful», die Lässigkeit, diente.

Naturfasern wie Alpaka, Shetland und Mohair, Angora und Seide, Baumwolle und Leinen behalten ihre Vorreiterrolle, verbinden sich aber nicht nur untereinander, sondern auch, neuer Effekte wegen, mit synthetischen Garnen, besonders gerne mit Microfasern. Mélanges und Moulinés, Stretch und kardierte Garne, Home-spun und Bouclés, Malfilés und Boutonnés, Chenille und Crêpe, voluminöse und glatte Garne, Knötchen und Bändchen, Tweed und Stichel – sie sind für das neue Spannungsfeld verantwortlich.

Noch dominieren die feinmaschigen Gestricke, werden dezente





Grob- und Feinmaschiges am Entwurf von Jan e Carlos für das IWS.

Oberflächen bevorzugt, gewürzt mit einem Hauch von Silber, Gold und illuminierten Garnen, doch zeichnet sich langsam ein Trend zu rustikalerem, zu rauhen, aber nicht zu haarigen Oberflächen ab. Weicher Griff und leichtes Gewicht wird vorausgesetzt. Strukturen, Jacquards und Durchbrucheffekte – linear und streng,

feminin und verführerisch, primitiv und ursprünglich, ethnisch und kunsthandwerklich – ihre Einsatzmöglichkeiten sind fast unbegrenzt. Dreidimensionale Effekte, Reliefideen und Mustermix präsentieren einen «New Look». Im jungen und im Outdoor-Bereich finden sich Fisherman-Optiken, Quilts, Aran- und Computermuster, Zöpfe und Wellen zu Schottenkaros und Trappercheck. Aus der Welt der Nomaden übernommen werden Ikat- und Kelimmuster, Pelzstrukturen und Mooseffekte und aus dem alten Asien des Shogun fantasievolle Jacquards – auch mit Metalleffekten – Matelassés und Doubleface-Stricke. Ein Hauch Zigeunertum und Inspirationen aus den 70er Jahren, grafische und geometrische Dessins, Raschelmuster und Ideen aus alten Stickereien erweitern das Repertoire an Möglichkeiten. Vielfalt wird gesucht – in Farbe, Garn und Dessinierung, denn Individualität hat wieder einen hohen Stellenwert.

Diese Individualität findet sich auch in den Modellen. Parkas, Lumbers und Kurzmäntel ergänzen Keilhosen und lange, schmale Röcke, neue Twinset-Ideen, Stadtbermudas und Kilts. Ponchos, Gilets und asymmetrische Oberteile kombiniert man zu schmal geschnittenen Hosen und knappen Röcken. Eng anliegende Tuniken kompletieren Overalls, Jumpsuits und Strumpfhosen. Einflüsse aus Gipsy-Look und Courrèges-Zeit drängen ebenso ans Licht wie ein sehr korrekter Citystil mit langen Jacken zu schmal geschnittenen kurzen Röcken und Hosen. Raffinierte Kragen- und Verschlussideen bringen neben großflächigen Dessins neue Impulse.

ICI-STRATEGIEN INVESTITIONEN UND INNOVATIONEN

Klar auf Marktsegmente und Spezialitäten ausgerichtet ist die Politik der ICI, die besonderes Gewicht auf Neuentwicklungen für den Bekleidungsmarkt legt. Von ihnen vor allem war die Rede anlässlich einer europäischen Fachpresse-Konferenz im südfranzösischen Opio. Mit einem Investitionsprogramm in der Höhe von 45 Millionen Pfund Sterling pro Jahr will ICI den Herausforderungen an die Textil-Industrie gegen Ende des 20. Jahrhunderts in einer Spitzenposition begegnen. Allein der Forschungsaufwand wird innerhalb der nächsten zwei Jahre auf 5 Prozent vom Umsatz verdoppelt.

Das Schlüsselprodukt ist Polyamid, nachdem sich ICI aus der Polyesterproduktion und aus dem Texturgeschäft zurückgezogen hat. Im Bereich Bekleidungstextilien ist ICI Fibres in Europa Marktleader bei Polyamid unter dem international seit sieben Jahren eingeführten Markennamen «Tactel», der sich zunächst vor allem mit Sportbekleidung identifizierte und nun dabei ist, sich einen Platz in der City-Bekleidung zu sichern. Nicht zuletzt dank einer neuen Generation von Polyamid-Garnen aus einstufiger Fertigung.

Massgeschneiderte Eigenschaften sind heute das Erfolgsrezept für Garne und Stoffe. Der Trend zu Leichtigkeit und Weichheit und Komfort muss bereits in der Faser – oder in der Fasermischung – angelegt sein. Gerade bei modischer Bekleidung gewährleistet die neue

Technologie von Polyamid 6.6 gute Eigenschaften auch in Verbindung mit Naturfasern, insbesondere Baumwolle. Im eigenen Forschungszentrum und in Zusammenarbeit mit Webern wurden bereits interessante Mischungen aus «Tactel» oder «Tactel micro» mit anderen Fasern entwickelt. Die Schweiz steht in bezug auf solche innovative Entwicklungsarbeit nicht hinten an.

J.F.



Trendvorschläge Winter 91/92 in Tactel/Baumwollstoffen aus dem Design-Studio von ICI.

«TEXTILTAGE 1990»

Vom 10.–12. September 1990 trafen sich Vertreter der Textil-, Bekleidungs- und Schuhindustrie mit Vertretern der Bundesverwaltung im thurgauischen Weinfelden zu einem Gemeinschaftsseminar «Textiltage 1990», das dem gegenseitigen Gedanken- und Informationsaustausch diente. Während dieser Tage wurden die Beziehungen zwischen der Textilwirtschaft und der Bundesverwaltung vertieft, und es konnten neue Kontakte mit allen interessierten Bundesämtern angebahnt werden.

Im Seminar wurden einerseits die Einwirkungsmöglichkeiten des Staates auf die Rahmenbedingungen der Industrie und andererseits das Verhalten der Unternehmer diskutiert: Für die Textilwirtschaft sind die Beziehungen zu Europa von grösster Bedeutung. Dem Erfolg der EWR-Verhandlungen kommt ein hoher Stellenwert zu, wenn man bedenkt, dass 75% der Textilexporte in den EWR-Raum gehen. Die Tatsache, dass die Schweiz die Vorschläge der Textilwirtschaft zu einem Bestandteil ihres Verhandlungsmandates gemacht

hat, stimmt die Industriellen zuversichtlich.

Wichtig ist aber auch ein Abbau der zum Teil hausgemachten Standortnachteile in unserem Land, damit die ungünstiger gewordenen Rahmenbedingungen erfolgreich überwunden werden können. Ähnliches gilt auch für die Währungspolitik, denn für die Exportfähigkeit der Textilwirtschaft ist die Konstanz der Wechselkursrelation zur DM wichtig.

Zum Abschluss der Tagung fanden Panelgespräche zu den Themen Währung, Steuern,

Forschung und Umwelt statt. Die Gespräche wurden ergänzt durch den Besuch bei der Stickereifirma Bischoff Textil AG, St. Gallen. Für die Vertreter des Bundes war der Einblick in diese gut geführte und mit modernsten Anlagen und mit automatisierten Stickmaschinen ausgerüstete Firma überaus wertvoll. Anhand von präsentierten Kollektionen erhielten die Besucher eine Vorstellung von der Kreativität und Dynamik dieser weltweit tätigen Firma.

MAGGIE THATCHER UND SCHWEIZER TEXTIL

Die britische Premierministerin Margaret Thatcher, die der Schweiz unlängst einen offiziellen Besuch abstattete, hatte den Wunsch geäußert, ein Unternehmen der Textilindustrie zu besichtigen, das den als Schweizer Spezialität bekannten feinen Baumwollbatist herstellt. Die Wahl fiel auf Fritz



Interessierte Besucherin bei Fritz + Caspar Jenny AG: Mrs. Margaret Thatcher.

+ Caspar Jenny AG als einer der führenden schweizerischen Spinnereien und Webereien mit angeschlossenem

Softwarehaus. Das Familienunternehmen wird in der 5. Generation geführt und ist 156 Jahre alt. Dank hoher Investitio-

nen ist es technisch auf modernstem Stand.

Die Spinnerei produziert auf 36 000 Spindeln im Ringspinnverfahren Garne aus reiner, hochwertiger Baumwolle. Die Weberei fertigt auf 190 Webmaschinen jährlich 11,5 Mio. Quadratmeter Gewebe, hauptsächlich aus reiner Baumwolle. Die Rohgewebe werden von den Abnehmern (Converter, Grossisten) veredelt. Die Fritz + Caspar Jenny AG beschäftigt 350 Personen und ist in hohem Ausmass exportorientiert.

ZWICKY & CO. AG, WALLISELLEN 150 JAHRE NÄHGARNE UND SEIDENZWIRNE

Zwischen Wallisellen und Dübendorf erwarb 1840 Johann Caspar Guggenbühl eine mechanische Werkstatt, baute sie in eine Seidenzwirnerei um und legte damit den Grundstein zum heutigen Unternehmen. Der Erfolg stellte sich rasch ein: 1848 wurde eine Seidenfärberei und 1851 ein Zwirnerei-Neubau angegliedert, und 1859 wurde eine bereits bestehende Seidenzwirnerei in Frauenfeld dazugekauft. Schritt für Schritt ging der Ausbau des Familienunternehmens weiter. Der Sohn Johann Jakob Guggenbühl baute ab 1861 den Verkauf der Stick- und Nähseiden aus; 1880 trat der Schwiegersohn Fritz Zwicky-Guggenbühl in die Firma ein und leitete sie ab 1886 allein. Im Jahre 1900 wurde wiederum ausgebaut mit einer neuen Seidenzwirnerei und Färberei. Der Export nahm zu, Filialen und sogar Zweigbetriebe wurden im Ausland eröffnet. Gleichzeitig begann aber die Kunstseide die Seidenzwirne, insbesondere in der Stickerei, aber auch in der Weberei und Strickerei, zu verdrängen. Die Auslandsabhängigkeit machte sich immer stärker bemerkbar, die Jahre während und nach dem ersten Weltkrieg waren geschäftlich unbefriedigend. Um diese Schwierigkeiten besser zu meistern, trat 1913 der Schwiegersohn des F. Zwicky, Carl Adolf Burckhardt, 1914 der Sohn Ernst Zwicky ins Geschäft ein und beide wurden 1918 als Teilhaber aufgenommen.

1941 verstarb F. Zwicky und der Sohn und der Schwiegersohn übernahmen die Leitung in einer wiederum schwierigen Kriegszeit. Doch die Nachkriegszeit brachte einen Aufschwung: neue Garne, wie Nylon und Polyester, verlangten umfangreiche Forschungsarbeiten, um den Aufbau von neuen Verarbeitungs- und Färbetechnologien zu ermöglichen.

Nach dem Tode von C. A. Burckhardt (1961) und Ernst Zwicky (1966) ging die Verantwortung an deren Söhne Dieter Zwicky und Christoph Burckhardt über. 1982 wurde die Kollektivgesellschaft in eine AG umgewandelt, 1987 schied Chr. Burckhardt aus, und Dieter Zwicky leitete die Firma als Alleininhaber, verstarb indessen bereits 1988. In vierter Zwicky-Generation übernahm der Sohn Peter Zwicky die Geschäftsführung. Die Firma Zwicky & Co. AG beschäftigt heute rund 250 Mitarbeiter. Sie ist dabei, sich im hundertfünfzigsten Jahr so zu rekonstruieren, dass der erfolgreiche Weiterbestand des traditionsreichen Unternehmens gewährleistet ist.

OERLIKON-BÜHRLE HOLDING AG: NEUE STRATEGIEN IN DER TEXTILGRUPPE

Der zunehmend härter werdende Konkurrenzkampf, die Situation des Produktionsstandortes Schweiz, der europäische Binnenmarkt sowie die auch in Zukunft drohenden Überkapazitäten in der

Textilbranche haben die Textilgruppe des Oerlikon-Bührle Konzerns veranlasst, eine Standortbestimmung und eine Neuausrichtung der Strategien vorzunehmen.

In diesem Zusammenhang wurde – zusammen mit einem Minderheitspartner – eine neue Firma, die Auris AG, mit Sitz in Bütschwil (Kt. St. Gallen) gegründet. Diese Firma wird sich im Sinne der vertikalen Integration mit Konzeption, Kreation, Produktion, Logistik und Marketing von textilen Konsumgütern beschäftigen und tritt als «Textil-Generalunternehmer» auf.

Im Spinnereibereich werden zurzeit massive Investitionen an allen Produktionsstandorten in Linthal, Windisch und Dietfurt vorgenommen. Ein neues Marketingkonzept der Spinnerei & Weberei Dietfurt AG soll die Position der Firma als führender Rohweber im Bereiche der feinen Baumwollgewebe international verstärken.

FABRIC FRONTLINE VORHANG AUF FÜR DEN SEIDENSALON

«Was in Paris und Mailand verarbeitet wird, möchten wir in Zürich jedermann zugänglich machen. Deshalb haben wir heute den roten Satin-Vorhang des ersten Seidensalons hochgezogen», vermerkt der Presetext zum Ereignis am 1. Oktober. Die Idee ist neu – die Durchführung nach Art des Hauses: witzig und grosszügig. Viel Prominenz, sowohl aus der städtischen Politik wie aus der internationalen Modewelt, und ebenso viele Freunde aus

Quartiernähe und ausländischer Ferne feierten die Eröffnung des Seidensalons Fabric Frontline ausgiebig mit.

Das Familienunternehmen der Geschwister André, Elsa und Maya Stutz hat sich in den Dutzend Jahren seines Bestehens überall, wo Mode und Qualität ein Thema ist, einen klangvollen Namen für kreatives Seidendesign erworben. Das Team zeigt sich auch hier innovativ, nicht nur was die optische Attraktion des Seidensalons anbelangt mit drei Gnomen von stattlicher Grösse, die das Angebot im Auge haben. Es umfasst die ganze differenzierte Palette der edlen Erzeugnisse von Meterware über Foulards, Krawatten, Dekostoffe bis zur Bettwäsche und schliesst auch die für Jourdan entworfenen Artikel ein. Hinzu kommt ausserdem ein spezielles Angebot: statt wie das feine Restaurant einen Wein des Monats ausschenkt, wird hier ein Foulard des Monats kreiert und in limitierter Auflage im Seidensalon verkauft. Den Anfang macht das Hundertblumentuch, das die Schweizer Alpenflora farbenprächtig ausbreitet.

J. F.