

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1991)
Heft: 85

Artikel: Übersetzungen = Traductions = Translations
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795565>

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: 06.01.2026

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

HAUTE COUTURE PARIS PRINTEMPS - ETE 1991 UNE MODE MODÉRÉE MAIS MODERNE

Ölbaumzweige anstelle von Orchideen und unschuldsweiße Täubchen in den Händen der Bräute, mit solchen, eher verschämten Friedensdemonstrationen hat die Pariser Haute Couture während der Kollektions-Premiere für den Sommer 1991 ihren Beitrag zur Zeitgeschichte geliefert. Denn fast wären die Schauen ihr Opfer geworden. Die Golfkrise hatte sie in Frage gestellt. Und das nicht nur aus Sicherheitsgründen. Luxus und Pracht vorzuführen, während am Persischen Golf die Bomben fielen, erschien manchen Kritikern als unangebracht.

Als am 15. Januar das UNO-Ultimatum ablief, waren die Sommerkollektionen der Pariser Luxusschneider jedoch so gut wie fertig – Kollektionen, die ein Couturehaus in jeder Saison bis zu 12 Millionen FF kosten können. Es wäre mehr als nur Verschwendung gewesen, sie in den Schränken verschwinden zu lassen. Denn Haute Couture ist kein Amüsement wie etwa Karneval, sondern die Spitze eines Eisberges, der sich Modeindustrie nennt. Selbst wenn dieser Teil manchmal übertrieben glitzert, kann er nicht darüber hinwegtäuschen, dass er die Speerspitze eines komplexen Wirtschaftszweiges ist, der äusserst krisenanfällig ist. Und wer ist vom Krieg im Nahen Osten stärker betroffen als die Haute Couture selbst, deren beste Kundschaft in den Ölscheichtümern lebt?

Stop the war but not high fashion. Zu ihren engagiertesten Verteidigern gehört Pierre Cardin, der vor seinem Défilé erklärte: «Par respect pour les ouvrières, il faut continuer afin qu'une guerre économique ne succède pas à l'autre.»

Mit Farbe gegen Krisenstimmung

Dennoch hat die Golfkrise, die für die ganze Luxusindustrie zu einer grossen Absatzkrise werden könnte, Schatten auf die Sommermode der Pariser Haute Couture geworfen. Sie hat die Fantasie gebremst, die Prachtentfaltung eingedämmt, ist deswegen aber nicht in Tristesse versunken. Im Gegenteil. Die Haute Couture bekennt Farbe. Denn Schwarz, die edelste aller Couture-Farben und bewährtes Symbol für hohe Eleganz, wirkte vor dem Kriegshintergrund plötzlich wie eine makabre



Trauerfarbe. Sie ist deswegen wohl auch weitgehend ausgespart worden. Dafür glüht und blüht die neue Sommermode wie Claude Monets Sommergarten in Giverny oder leuchtet so grell wie Andy Warhols Pop-art. Strahlendes Gelb und krasses Mandarinenorange, Türkis und Lavendel, Amethyst und Canard, Grasgrün und Reseda verbreiten wenigstens optisch Optimismus. Und leitet man von den Lieblingstönen der Saison – Teerose, Rosenholz, Fuchsia, Cyclamen – Prognosen ab, dann leuchtet die Zukunft so rosig wie Morgenröte.

Der sommerliche Farbrausch bringt auch Imprimés zurück, vor allem florale im Stil der Impressionisten, vital in stilisierter Mexiko-Folklore oder pop-artig à la Warhol. Ungebrochen ist die Lust an Rosen. Gestickt, gedruckt, handgemalt, bleiben sie die Lieblingsblumen der Couture.

Von der Farbexplosion profitieren auch die Stickereien, Paillettenstoffe und exquisiten Seidenqualitäten der Schweizer Stoffspezialisten, die von den Pariser Couturiers in einem beträchtlichen Umfang verarbeitet worden sind. Denn für echte Kreationen und Nouveautés gibt es keine Krisen. «Si on commence à penser à la conflagration», meint Karl Lagerfeld, «on s'arrête! Les crises et les conflits, d'ailleurs, sont bénéfiques à la création.»

Beginn einer postmodernen Ära

Eine Kreativität ohne Überspanntheit. Schnittkunst, stoffgerechtes Volumen, Proportionsuche, klare Formen ohne erdrückendes Dekor, das sind die durchaus positiven Auswirkungen der Krise, die die Haute Couture von spektakulärer Kostümierung befreit und zur Handwerkskunst zurückführt. Es ist vor allem die junge Generation, die sich auf die Tugenden der hohen Schneiderkunst besinnt und sie als Herausforderung versteht, während sich die Etablierten gern auf ihren Meriten ausruhen und Opfer ihrer eigenen Klassik geworden sind.

Ein überzeugendes Beispiel für die Postmoderne-Ära der Pariser Haute Couture lieferte Claude Montana, der mit seiner dritten Kollektion für Lanvin bereits seinen zweiten Dé d'or gewann. Er erinnert viele Fachleute an den grossen Balenciaga, weil sein strenger, schmuckloser Stil das Ergebnis raffinierter Schnitte und kompromissloser Formensuche ist. Auch Karl Lagerfeld, sonst spektakulären Gags zugeneigt, widmete sich verstärkt der handwerklichen Couture-Technik, um dem Chanel-Stil neue Dimensionen zu geben. Das gelang ihm mit einem so einfachen Mittel wie dem Ripsband, mit dem er nicht nur die sattsam bekannten Chanelbörtchen ablöste, sondern auch neue Schnittlinien markierte. Wenn sich Kreativität nicht in oberflächlicher Effekthascherei erschöpft, so wie es im Prêt-à-Porter häufig der Fall ist, dann könnte die Haute Couture wieder zu einem echten Ideenlabor werden. Das würde nicht nur ihre Zukunft sichern, sondern sie auch krisensicher machen.

Comeback von Kostüm und Mantel

Von der Golfkrise profitiert die Tagesmode, weil durch den Ausfall arabischer Kundschaft für Abendkleider kaum Bedarf ist. Gewinner sind vor allem die Kostüme, die, in Kleiderstoffen aufgemacht, auch im Cocktailbereich dominieren. Kostümbegleiter sind nicht länger nur Mousseline-Blusen, sondern moderne T-Shirts in kühler und kühner Metallstickerei oder jugendlich wirkende Brassière-Oberteile. Ein bemerkenswertes Comeback erlebt der Mantel. Er kommt allerdings auf einer so leichten Welle, dass er vom Kleid kaum noch zu unterscheiden ist. Die modischen Redingote- und Trapezformen geben ihm eine jugendlich-

beschwingte Note. Für dramatische Effekte sorgen bodenlange Kapuzenhänger aus Seidenschantung oder Gazar, dem Couture-Stoffklassiker, der die grosse Wiederentdeckung ist. Bei Kleidern ist das Babydoll der neue Darling. Verlierer sind Hosen, die nur hin und wieder in der Kurzform, als Bermuda oder Shorts, auftauchen.

Der markanteste Trend der neuen Sommermode sind asymmetrische Rocklängen, eine, wenn auch kunstvolle Kompromisslösung. Die Säume sind wieder ins Rutschen geraten. Bei Yves Saint Laurent reichten Kostümröcke brav bis ans Knie heran, bei Ungaro teilweise sogar bis an die Wade. Dieser Längenrutsch dürfte allerdings weniger eine Auswirkung der Golfkrise als die Einsicht sein, dass Supermini und Hotpants vor allem in der Haute Couture eher spektakuläre Laufsteg-Gags als Real-Mode sind.

Seiten 42–53

FORSTER WILLI + CO. AG, ST. GALLEN

Zurück zur Natur ist das Motto der neuen Couture-Kollektion, die durch den verstärkten Einsatz von Baumwolle, Bast und Leinen Stickereien eine elegant-rustikale Optik gibt und vor allem die Guipure modernisiert. Chanel wählte eine Guipure aus Bast, Lacroix eine aus Baumwoll-Bouclé, Laroche Organza-Stickereien mit Frotte-Applikationen und Ricci Organdy- und Organza-Stickereien mit floralen Leinenapplikationen. Grasmotive und Margueriten-Blüten unterstreichen den natürlichen Trend, der im klaren Weiss eine sommerliche Frische bekommt.

Seiten 54–61

ABRAHAM AG, ZÜRICH

Mit einer umfangreichen Farbpalette von 40 verschiedenen Tönen, mit transparenten und Shantung-Gaze-Versionen wird das grosse Comeback von Gazar abgesichert, der damit nicht allein in der klassischen Balenciaga-Qualität Couture-Ansprüche erfüllt. Neuheiten im Uni-Bereich sind Wild-

seiden in indischen Farben, reinseidene Damaste und Matelassés, Sommerbrokate auf Damastbasis und buntgewebte Failles. Modische Seiden-Irisés werden als Mousseline oder Taffetas-Shantung angeboten. Mit einem breiten Impriméangebot auf so unterschiedlichen Fonds wie reinseidenem Cloqué, Mousseline, Seidengaze, Gazar, Drap-de-Soie, Taffetas-Chiné, Organza oder Cotton-Natté-Jacquard fördert Abraham die Wiederkehr der Druckmode. Die anspruchsvollen Muster lehnen sich an modernen Malern wie Warhol, Poliakoff oder Rothko an.



Seiten 62–73

JAKOB SCHLAEPFER + CO. AG, ST. GALLEN

Bondierte Stoffe «Bonda» in zwei bis vier Lagen unterschiedlichster Qualitäten wie Spitzen, Pailletten, Lamés und Satins, geben Haute Couture-Stoffen nicht nur optisch neue Dimensionen, sondern vereinfachen die Verarbeitung. Mit Pailletten-Stickereien auf Stretch, mit Tüll-Stretch clouté «Hella», so wie ihn der Revolutionär Paco Rabanne wählte, hält die Moderne Einzug im Luxusgewerbe. Mit Irisé- und Hologramm-Qualitäten schafft der Paillettenspezialist Psychedelic-Effekte. Mit Spitzen in der Kombination von mattem Gold und leuchtenden Schockfarben unterstützt er den Trend der optimistischen Farben, der sich auch bei den Multicolor-Stickereien auf Organza-Satin oder auf den Organza-Satin-Imprimés wiederfindet.

TISSUS ETE 92 ENTRE «ZEN» ET «FUN»

L'arbre de vie avec lequel Première Vision démontre les tendances de la coloration illustre bien l'évolution actuelle de la mode. Son fût rassemble ce qui part dans différentes directions. Il regroupe les contradictions d'une existence – nuit et clarté, froidure et chaleur, calme et activité.

Méditation et énergie, équilibre et chaos, stabilité et innovation, retenue et tentation, paradis et paradis perdu ne sont pas les chapitres d'une biographie mais plutôt autant de paroles et de thèmes que les meneurs parmi les stylistes de tous bords lancent dans la discussion au sujet de la mode printemps/été 92. Viennent s'ajouter à cela de nombreux autres thèmes, stricts ou révolutionnaires – cool and crazy, clean and gelatine, valeurs sûres and easy time. En résumé: Zen et Fun.

La diversité peut signifier: ouverture en tous sens, ce qui implique un certain danger de dilution du message de la mode. Elle peut cependant être entendue également comme une imitation axée sur certains thèmes donnés.

Concrètement la mode exprime partout la volonté d'assembler des éléments contrastants mais qui représentent parallèlement deux aspects d'une même réalité. Actuellement la création de tissus tend souvent à marier la créativité au sens de la mode et l'innovation dans la technique textile, à réconcilier naturel et synthétique. La quête perpétuelle de nouvelles expériences et inventions croise le besoin de se limiter à ce qui est acquis et éprouvé. L'alternance de forces contraires provoque le changement, d'autant qu'aucune tendance précise ne se dégage et que des combinaisons d'une grande flexibilité dessinent sans cesse de nouvelles images. Si cependant les trois thèmes essentiels apparaissent à la fois assemblés et

séparés les uns des autres, la raison en est la différenciation plus nette d'une tendance ou d'un style. La mode – réelle – mixe de manière individuelle les tons chauds et les frais, le sombre et le clair, les lumineux et les tamisés et aussi l'esthétique et l'ethnique, la ville et la campagne, la structure rustique et la finesse du fil lisse.

«New Classics» – clean chic ou élégance épurée est un style retrouvé, très «ville» et puriste. Les neutres à prédominance de gris se lient avec les pastels. Le blanc importe et devient intéressant en association avec du brun. Les chinés, moulinés et changeants, la toile, le crêpe et le piqué créent une optique discrète avec de subtils effets de structure ou une translucidité sophistiquée. Les bicolores et les dessins mini s'exercent à la discrétion.

«Country Blues» résume ce que produisent les inspirations ethniques, tend vers le Maroc et le sud de l'Amérique et propose une atmosphère proche de la nature. Les couleurs végétales sont importantes, les foncées aussi et celles combinées avec du blanc ou de l'écru. La fibre naturelle souligne l'aspect rugueux, usant de tussah, de soie sauvage, de lin, et contraste avec les structures raffinées – dévorés, cloqués, seersucker, stretch écorce. Les motifs abstraits, les rayures caftan, les effets mats et brillants soulignent l'aspect décoratif.

«Jazz» évoque tempérament, body culture et plaisirs de la mode. L'interprétation sport est énergique, dynamique dans la coloration; un coup d'œil méditerranéen ose l'exotisme tropical avec des couleurs soutenues et de la générosité dans les dessins; la tendance «crazy», elle, affectionne les enduits, le brillant synthétique, les couleurs néon et les dessins amusants.



CHARLES JOURDAN LES CONTES ILLUSTRÉS

Où donc sont passés les lions de la place Saint-Marc, quel jeu jouent donc les lièvres éclairés d'un soleil à visage d'enfant? Quel rapport y a-t-il entre les asperges et les groseilles?

Tout ceci et bon nombre d'autres représentations imagées ont été imprimées sur du crêpe de Chine pure soie afin d'entourer le cou des belles – et de leurs chevaliers servants – en autant de foulards et cravates de la nouvelle collection Charles Jourdan créée par Fabric Frontline.

Plaisir de l'imaginaire, jeu de formes et de couleurs, goût de l'extravagance ou au contraire de la copie conforme, tout cela produit des fleurs – au propre et au figuré – qui, s'il s'agit de modèles figuratifs, seront reproduites avec fidélité ou colorisées de manière tout à fait fantaisiste. Les légumes les plus divers, par exemple, du chou-fleur au petit pois, apparaissent fraîchement cueillis ou traités dans les teintes raffinées de la mode.

Les foulards ourlés main, en 140x140 cm, racontent généreusement des fables entières, faisant voisiner personnages et animaux cachés dans un arbre de vie mexicain. Ailleurs, c'est la silhouette d'une cité sur fond de ciel nocturne, un foisonnement d'oeillets sauvages répandus sur toute la surface disponible, ou encore des fraises avec leurs feuilles et fleurs, disposées tel un tableau décoratif des bords en direction du centre.

Les petites merveilles qui fleurissent les mâles poitrines reproduisent principalement les motifs et sujets repris des foulards, en dimensions réduites et ordonnés différemment; l'espace pour les envolées imaginaires étant réduit sur une cravate. Fréquemment, la modification d'un même sujet ou une autre découpe aboutissent à un dessin étonnamment différent et à d'innombrables variantes qui animent la collection.

**CHRISTIAN
FISCHBACHER CO. AG,
ST. GALLEN
UNE NOUVELLE
DIMENSION DANS
LE CLASSIQUE**

La collection de foulards de Christian Fischbacher illustre la virtuosité de ce créateur à jouer des couleurs, des dessins et de variations sur des thèmes connus, à user de fonds élégants, à renouveler le patchwork, les imprimés, et l'art d'assaisonner tout cela de coloris exclusifs. Nouveautés pour l'été 1991:



un foulard en 140/140, jacquard à fils coupés et motif damier en soie et lin, ainsi qu'un généreux foulard jacquard en crêpe noir à pois ton sur ton en 120/120, agrémenté d'une bordure appliquée imprimée d'un dessin inspiré de Pucci.

L'hiver 1991/92 verra des idées romantiques voisiner avec des chinoiseries, des motifs figuratifs et des dessins cachemire; par ailleurs, les influences ethniques sont évidentes à côté du classicisme. Centre et bords forment le support de compositions variées, mises en valeur par le fond et les teintes. Celles-ci se rapprochent de la nature: toute une gamme de nuances grises et beiges en association avec du noir et du blanc cassé. Des combinaisons alliant l'or à divers tons de rouge et de brun s'opposent à des nuances plus froides—

bleu cobalt, pétrole, lilas et encre. Des réminiscences surréalistes, des rayures d'une géométrie mouvante, de nouveaux patchworks, des «peaux de bêtes» recolorées s'animent sur du crêpe de Chine, et une escorte de dessins floraux — impressionnistes, figuratifs, esquissés ou interprétés dans un style de marquetterie ou de silhouettes découpées. Certains foulards superbement encadrés sont de vrais tableaux avec leurs paysages esquissés sur du satin soie. De nouvelles qualités et des dessins raffinés confèrent aux classiques des dimensions nouvelles. Les carreaux se mêlent aux rayures mouvantes et floues, les bicolores, les plages colorées et les mélanges de dessins jouent les variations à l'infini.

De grands fichus en satin à rayures de chiffon, ou en laine et soie, arborent des dessins de tapis, de tableaux modernes et graphiques ou de motifs de patchwork aux vifs coloris. De nouveaux dessins mongoles ou cachemire ornent les étoles en 80/180 et les châles en 40/160 en laine et soie, tout cela allégé par de délicats ombrés.

La collection Fischbacher est complétée par un assortiment de foulards signés Louis Féraud et Balmain.

Pages 110/111

**AARE AG,
SCHINZNACH-BAD
L'ATTRAIT
ORNEMENTAL**

La Haute Couture marque à nouveau un goût prononcé pour les garnitures généreuses, les boutons ornementaux garnis de perles et ménage de la sorte un rôle ponctuel accru au bouton. Aare SA interprète cette tendance en vue de l'été 1992 par des garnitures de charme dont le centre est le bouton. Le principe du set — allant jusqu'à la boucle de ceinture et au clip par exemple — se retrouve partout. Thème d'importance, les sujets floraux sous forme de perles gouttes, les paillettes ou pierreries taillées et les effets irisés et changeants, dans des interprétations quelque peu rétro. A cela s'ajoutent des soleils dorés — toujours au premier plan — ou des boutons et accessoires garnis de dorures. Pour complément: des boutons en argent mat véritable et bordure or ou

d'autres, en argent et pierres noires. Le thème noir et blanc est traité avec imagination: petits dés, motifs de faïences ou de mosaïques, variations sur le thème des raies, structures à reliefs ou idées asymétriques composent une suite logique. Les accessoires reprennent les tendances de la confection avec des matières légères, de la transparence, beaucoup de nacre, des marbrures et des irisés, avec des imitations d'écaille et beaucoup de multicolores.

Pages 112-127

**LINGERIE 1991/92
DESSOUS OU DESSUS?**

Le culte du physique demeure actuel cette saison encore. La prise de conscience du corps et de ses formes — un mélange de «fitness» et de féminité — cela se traduit dans la lingerie par des tissus stretch, des bodys moulants, des catsuits et des leggings. Nombreux sont les stylistes — entre autres Gaultier, Tarlazzi et Gigli — pour qui les pièces de dessous sont dignes de figurer dans les collections d'été et prouvent que brassières, bustiers et soutien-gorge quittent leur fonction première et discrète pour apparaître au grand jour.

Cette tendance se confirme dans l'optique des spécialistes de la lingerie et dans leurs collections d'hiver 1991/92, où certains dessous se portent... dessus. La lingerie s'est donc ménagé une place en vue dans la mode et la distinction entre lingerie «cachée» ou «étalée» est toujours plus floue. La multifonction exclut la monotonie. Le body élastique à manches étroites et longues concurrence ainsi le pull sur son propre terrain. Le «body-pull» de coupe étudiée, réalisé dans du jersey coton/lycra et velours tissés s'agrémentent d'entre-deux brodés ou de dentelle extensible autour du décolleté et sur les côtés. La fantaisie inclut le soir, avec des interprétations en jersey soie ultrafin ou des mélanges de laine et soie. La mise en valeur des formes recourt aux catsuits en dentelle élastique et aux tissus à reliefs; vastes chemises confortables, amples tuniques de jersey uni ou imprimé. Les tissus stretch à fils élastiques ne sont pas seuls à se montrer ainsi au grand jour, toutes sortes de jerseys, pour la plupart en pur coton mercerisé, en font de même: à fleur de peau, la

Les teintes sont souvent délavées et empruntées à l'aquarelle, Gianni Versace et Christian Lacroix influencent la palette qui emprunte autant aux forêts tropicales sous la pluie qu'aux atmosphères calmes et neutres. Aare SA sait satisfaire le monde de la confection et ses plus récentes tendances sur le plan des formes et de la richesse des coloris, elle s'adapte également aux désirs du consommateur.

lingerie doit cependant demeurer confortable.

Les limites s'estompent entre la lingerie de jour et les dessous aux coupes raffinées. Les qualités moulantes caractérisent surtout l'offre destinée aux jeunes avec des chemisettes coupées comme des soutien-gorge ou des tops style brassière. Les camisoles apparaissent sans gêne sous les vestes, surtout lorsqu'elles se parent de rubans ou de bretelles ultrafines et qu'elles sont assorties d'incrustations brodées.

Dès l'instant où la robe occupe une place plus importante, le jupon — forcément — l'escorte. En soierie (crêpe et satin), mini et garni de dentelles, il émerge d'une cure de jouvence. Le jupon, à l'heure du cocktail, se fait de plus en plus raffiné, se transforme jusqu'à prendre l'aspect d'une robe-lingerie, preuve supplémentaire s'il le faut, de la plaisante «carrière» des dessous.

Les nouveaux thèmes de la mode d'intérieur sont pleins d'attraits. Overalls près du corps en imprimés Pucci et Op-Art sur du jersey de coton, ils apparaissent aussi juvéniles que les robes étroites et mini à fermeture à glissière et manches longues. Là encore, les limites «dessous-dessus» sont à peine perceptibles. La lingerie ne saurait se passer de luxe. Les vêtements de nuit élégants sont en satain soie, jersey fin ou tissus mélangés fluides et séduisants. On revoit des pyjamas en satin souvent de coupe masculine, avec des vestes croisées et nouées et de décoratifs cols châles, ou encore assortis d'un genre de tunique. Les coupes, sobres à l'origine, se parent ici de larges bordures de den-



LES 150 ANS DE GESSNER SA, WÄDENSWIL UNE ENTREPRISE DE PLUS EN PLUS PROFILÉE

L'esprit de tradition constitue parfois un frein, surtout lorsqu'il concerne le maintien de biens matériels hérités — bâtiments, machines, lieux d'exploitation ou concepts transmis. Cette même tradition est, d'autre part, une base excellente, lorsque l'expérience acquise sert à prévoir et à se préparer à temps à affronter des conditions d'exploitation modifiées. Enfin, la tradition enseigne que le changement demeure la seule constante, même dans l'évolution d'une entreprise. C'est dans cet esprit que la maison Gessner SA à Wädenswil, à proximité de Zurich, célèbre le 150^e anniversaire de sa fondation. Une entreprise au profil marquant face à la concurrence internationale. Gessner est par ailleurs la preuve même que le «bon vieux temps» n'était nullement plus tranquille, plus lent et moins dynamique que l'époque actuelle: les 125 premières années de l'histoire de la maison furent tout aussi fertiles en événements que le dernier quart de siècle. Arrêt, spécialement dans le secteur de la mode, signifie régression. Nous évoluons parmi des changements extérieurs permanents et dans le climat de tension dû aux incessantes innovations que nous créons nous-mêmes. Aucune stratégie, même élaborée avec la plus grande précision, ne dispense une entreprise textile de demeurer constamment en éveil, prête à réagir face à une concurrence mondiale et aux impondérables d'ordre politique et économique. La tradition, ici, devient exercice de survie.

Le danger de simplifier à l'extrême existe, lorsque l'on tente de fixer les caractéristiques d'une entreprise de manière succincte et précise. Pourtant: Gessner est un spécialiste du jacquard. Décision prise à Wädenswil en 1968, se consacrer exclusivement au jacquard. L'adaptation était achevée en 1970, alors que la dernière machine à tisser traditionnelle avait été éliminée.

• A Wädenswil on produit annuellement environ deux millions de mètres courants dans le segment supérieur du marché. Dans ce qu'offre la Suisse, l'entreprise est en tête pour la qualité et ceci dans tous les secteurs de sa production. L'éventail de ses produits

comporte des tissus pour robes, chemises, blouses, des tissus de décoration et d'ameublement, ainsi qu'une importante collection de tissus pour cravates. Gessner a évolué de la production pour le stock au tissage de spécialités de haut niveau. On pratique une politique diversifiée par créneaux de manière à répartir les risques. La maison est le plus important producteur suisse de tissus de cravates.

• Il n'y a jamais eu d'escalade dans les différents segments de l'offre de Gessner. On demeure tisserand — ni intermédiaire, ni grossiste, ni poseur de tissus. L'entreprise coopère également avec des spécialistes externes dans le domaine du finissage. Afin de préserver son identité et d'être plus souple, elle a son propre atelier de finissage et elle collabore avec Mitlödi SA — impression sur soie — dont elle a entre-temps acquis un tiers du capital.

• Gessner travaille dans le monde entier, non plus en ce qui concerne la production (autrefois: fabriques en Angleterre, Allemagne, Italie, France) mais dans la vente — avec son propre bureau à New York. Les exportations s'élevaient à quelque 95 pour cent de la production.

On est conscient à Wädenswil de l'importance pour l'avenir de l'entreprise d'un équilibre entre la technologie actuelle, les efforts de création et la rapidité de réaction. Ce sont des éléments indissociables et l'entrepreneur textile qui veut survivre doit être en même temps technocrate, créateur et commerçant ou pour le moins capable d'organiser la direction de son entreprise dans ce sens. L'avis de Thomas Isler: «J'ai repris en 1976 une entreprise moderne, intacte, efficace et très créative. Nous avons tout mis en œuvre afin, non seulement de maintenir tout cela, mais de le développer. Notre tâche principale consiste maintenant à assurer la croissance qualitative et une souplesse encore accrue.» Le fait que l'avenir ne se dessine pas tout en rose: «ne nous inquiète pas outre mesure. Nous avons su durant les années écoulées offrir des prestations recherchées. En dépit d'éventuelles entraves au commerce (CE, consé-

telle ou brodées qui leur confèrent cet aspect «party» qui autorise leur présence lors de réception chez soi.

Les tissus lingerie de l'été 92 sont très fins et élégants. Les cotonnades légères et mercerisées ont les faveurs de la mode. La gamme des jerseys va de la presque-transparence à l'opacité des qualités doubles (également avec Lycra), de plus en plus agrémentées de broderies. Le jersey à l'aspect soyeux et à fines côtes se fait léger pour le jour. La maille doublement élastique conserve sa cote dans les unis lisses ou en dessins fantaisie. Le pur lin ressuscite dans une mode écologique et naturelle. Jusqu'aux brodeurs qui affectionnent cette matière tellement propice à la réalisation de fraîches broderies anglaises. Le luxe est représenté par des soieries, du satin, des jours, des dentelles. Certains imprimés et des broderies partielles se veulent provençaux ou s'inspirent de Pucci. Que les collections de broderies de l'été 92 aient été sérieuses selon les thèmes de la mode, illustre l'esprit novateur de ce secteur traditionnel. La transparence est soutenue par des effets de résille. La marquise et les grillages donnent une impression aérée et estivale aux motifs brodés à applications de satin ou incrustations de batiste. Le romantisme floral est toujours présent: tulipes au point mousse, délicates guirlandes de roses brodées sur du tulle léger et combinées avec des techniques au cordonnnet.

Le tulle doublement élastique garde son importance dans ce culte des formes, fond idéal pour les dessins allover faits de fleurs figuratives ou fantaisie. La broderie chimique apparaît dans toutes les collections, filigranes d'une

extrême finesse ou motifs inspirés du baroque. Des réminiscences de la Provence et les robes en vichy de Brigitte Bardot ont inspiré des réalisations de broderie anglaise en blanc pur sur de la batiste, de l'organza ou du lin. Souvent, les incrustations des fermetures nouées ressemblent à s'y méprendre à de la broderie main.

La mode est ponctuée de fleurettes multicolores et brodées qui ressortent gaiement sur leur fond blanc. Les imprimés sont rebrodés de tendres nuances de rose, maïs, menthe, aqua, lavande et ciel. Le blanc pur gagne à tous les coups en été 92, ce que prouvent les nombreuses broderies blanc sur blanc qui s'échelonnent sur des fonds translucides jusqu'à rustiques, ajourés et de style Richelieu. Les brodeurs saint-gallois misent aussi sur les rubans froncés sur du tulle brodé, tant pour l'aspect «visible» qu'«invisible» de la lingerie mode.

Les contes des Mille et une Nuits interprétés par de la broderie perpétuent l'ornementation à l'orientale. Fleurs et oiseaux persans brodés avec des fils brillants et des couleurs raffinées et discrètes sur de l'organza diaphane — vieux rose, or et vert mats sur fond fumée ou de teinte pastel sur du blanc pur, fils or et argent aussi fins que des cheveux — sont autant d'éléments de charme. Pourtant, la tendance à plus de coloration dans la lingerie aboutit à du blanc-blanc, blanc cassé, nature, écru, crème et jusqu'à un léger blanc bleuté. Des broderies en macramé avec des fleurs exotiques de tons contrastés — rouge et blanc, gris perle ou lavande et noir — font la liaison entre la lingerie et la robe.

quences de guerres) nous sommes certains de trouver – aussi à l’avenir – notre part de marché, grâce à une grande souplesse et à la création intensive de nouveautés. Nous ne représentons, à tout prendre, qu’une infime partie de la production mondiale.»

Les 25 dernières années de ces 150 ans d’histoire ont prouvé aussi la constante nécessité de disposer de capital matériel et immatériel. A cet égard, les jalons ont été posés pour le futur:

- Les années 1966 à 1970 ont été marquées par des décisions vitales concernant la production et son concept même: essais avec les premières machines à tisser à rapières pour ruban combinées avec les machines jacquard,

sein de l’entreprise et de donner la preuve que cette dernière entend poursuivre sa propre production. La «vieille usine» est dès lors transformée en halle de marché, comportant magasins, restaurant et garden centre. Dans le secteur des cravates, Gessner reprend – comme deuxième ligne – la collection et les droits de la marque «Naef».

- La nouvelle décennie débute (1980 à 1985) par un changement à la tête de l’entreprise: Max Isler remet la présidence du conseil d’administration au Dr Heinz Kundert. Son fils, Thomas Isler, administrateur délégué depuis 1976 déjà, est nommé vice-président. La collaboration avec le tissage de soieries Mitlödi est instaurée et, de ce fait,

au sommet de la pyramide du marché. Souplesse et rapidité prennent toujours plus de valeur: les nouveaux agrégats jacquard et leur technologie flexible en sont les meilleurs garants. La collaboration avec les clients sera autant que possible intensifiée encore: une collaboration loyale qui n’empiète en rien sur le terrain de ceux qu’elle concerne. En 1833, les prédécesseurs de Gessner avaient déjà déclaré à leurs clients que l’on se vouait en premier lieu à la fabrication de soieries et que l’on était en mesure de satisfaire pleinement et en tous points la clientèle... une déclaration qui, aujourd’hui encore, demeure actuelle.

L’histoire de l’entreprise Gessner représente partiellement celle de l’industrie textile suisse, notamment de la soierie zurichoise. Au fil de périodes troublées elle n’a tenu – littéralement – qu’à un fil de soie.

Il faut citer au début Hans Konrad Gessner, fils de pasteur, attiré par le commerce qui fonda en 1830 à Zurich une maison d’édition textile. La référence officielle de la célébration du 150^e anniversaire est en fait le fils du précédent, August Gessner, qui entre en 1841 à Wädenswil dans une affaire de soieries, d’abord en qualité de partenaire, puis comme propriétaire unique. En 1855, l’entreprise occupait déjà 90 ouvriers et

740 tisserands à domicile; elle exportait en Europe et jusqu’aux Etats-Unis. Son fils Emil reprend l’affaire en 1881, introduit des métiers à tisser mécaniques, agrandit, construit, si bien que peu après la fin du 19^e siècle, elle occupe déjà la surface actuelle. En 1913, Emil Isler devient directeur. Il poursuit l’expansion en ouvrant une usine à Waldshut/Allemagne en 1906 déjà, puis d’autres unités de production en Italie, en France et en Grande-Bretagne. En 1929, peu avant la crise économique mondiale, le nombre de collaborateurs culmine à 2200 personnes. Suivent des années difficiles marquées par la réduction massive du capital social et la vente d’immeubles et ce, jusqu’en 1937 où les affaires reprennent. Max Isler porte dès 1938 la responsabilité de l’entreprise qui fête son centenaire en pleine guerre mondiale, en 1941. Il introduit l’automatisation de la production de manière conséquente. Au cours des années 50, Gessner est confrontée à la concurrence bon marché de l’Extrême-Orient. Suivent des années d’une conjoncture de masse caractérisées par l’absence de bénéfices et la pénétration des fibres synthétiques. Thomas Isler reprend le flambeau à Wädenswil en 1976. Ses objectifs: spécialisation, croissance qualitative, produits de pointe en ce qui concerne la qualité et la mode.



puis acquisition des 15 premiers agrégats. Parallèlement, la décision est prise de concentrer les activités et les investissements en Suisse, de se séparer des entreprises de production en Allemagne et en Ecosse, de se spécialiser exclusivement dans les tissages jacquard. Cette mutation est achevée en 1970. En même temps un atelier de finissage est créé et la fortune immobilière augmentée (logements des collaborateurs).

- Entre 1971 et 1975 la priorité va à la créativité: le bureau de Zurich est fermé et la vente concentrée à Wädenswil. La création prend ainsi ses quartiers directement à côté du métier à tisser. La constitution d’un système de stockage de dessins sur bande magnétique permet d’utiliser les réserves de créations avec une rapidité accrue. Les fibres que Gessner travaille subissent parallèlement un véritable bouleversement. En 1972/73 la soie est remplacée pour la première fois par des fils synthétiques. La récession perturbe la vente des tissus jacquard.

- Les cinq années suivantes, la demande de tissus jacquard et de soieries reprend. La décision de construire un nouvel immeuble destiné au tissage est prise afin d’assurer, sur le plan technique, la continuité de l’innovation au

un nouvel échelon dans le finissage. Le système CAD pour la lecture et le stockage de dessins est agrandi, les premiers métiers Dornier et un nouvel équipement informatisé sont installés. C’est à nouveau le temps du jacquard. La plupart des départements de vente luttent pour tenter de respecter les délais de livraison.

- Les cinq années qui viennent de s’écouler avant ce 150^e anniversaire sont sous le signe des investissements technologiques, non pas destinés à augmenter le volume mais bien à accélérer les réalisations de la création. Des métiers à tisser Sulzer-Rüti équipés de mécanismes électroniques pour le jacquard sont installés. La collaboration avec Mitlödi aboutit à une participation financière: 50 pour cent des tissus d’ameublement de Gessner sont basés sur l’étroite collaboration avec cette maison d’impression sur soie.

L’avenir? Gessner opte pour une somme d’exigences très complexe. La créativité demeure indispensable et prend même une importance ponctuelle accrue. Outre le potentiel de création interne, Gessner achète aussi selon les besoins le know-how de stylistes externes. La qualité demeure le premier commandement, afin de se maintenir

Page 134

PUBLICITÉ POUR L’IMAGE DE L’INDUSTRIE TEXTILE DES TISSUS SUISSES POUR UNE ÉCOLE DE MODE CALIFORNIENNE

Des écoles de mode internationales et des hôtes de marque sont invités en Suisse à l’occasion de la «Rencontre Suisse du Jeune Talent». Dans l’intervalle, entre ces rencontres, le Centre publicitaire se rend à l’étranger en qualité d’ambassadeur des textiles suisses, avec un projet promotionnel. Berlin est encore présente dans les mémoires, et cette fois-ci, c’est la Californie qui est au programme.

Afin juin 1991 – cette date marquant le 700^e anniversaire de la Confédération et parallèlement celui pour le moins aussi ancien de l’industrie textile saint-galloise – aura lieu la «Debut Fashion

Show» du «Fashion Institute of Design and Merchandising» à Los Angeles. A relever: tous les modèles seront réalisés dans des tissus suisses.

«An opportunity of a life time» – une occasion unique pour les étudiants participants de Los Angeles, que ce projet de présentation de mode du Centre publicitaire de Textiles Suisses, vu la qualité exceptionnelle des matières, assure Mary Stephens à «Textiles Suisses». Directrice du Fashion Department de cet institut, elle suit l’œuvre créative des dix meilleurs futurs stylistes promus au «Advanced Fashion Design Programm» et qui se disputent la tâche

TRANSLATIONS

Pages 34-41

PARIS HAUTE COUTURE SPRING-SUMMER 1991 FASHIONS MODERATED BUT MODERN

ardue de mettre sur pied l'ensemble de la présentation.

Le «Fashion Institute of Design and Merchandising» (FIDM), institution privée fondée il y a 21 ans, jouit d'une réputation de premier ordre qu'il doit pour une large part à son enseignement axé principalement sur la pratique. Il ne nourrit pas les fantasmes du créateur de mode de notoriété mondiale, son enseignement est très concrètement adapté aux besoins de l'industrie et donne les bases solides indispensables à la création et aux techniques de réalisation. Également utile, la relation avec le management, le marketing et la commercialisation. L'aspect professionnel s'y inscrit en majuscules. Ceci explique l'attrait dont jouit cet institut qui compte plus de 50 nationalités dans son département mode. Le projet «Suisse» y est donc également abordé sous un aspect tout à fait professionnel.

Les dix jeunes stylistes désignés – sept étudiantes et trois étudiants d'origines des plus diverses – créent chacun une collection de huit modèles sur un thème de leur choix et avec des tissus qui correspondent à leur conception de la mode. Ils ont donc pris le chemin de la Suisse pour une «tournée d'achats» – exactement comme dans la pratique. Seule différence d'avec la réalité: les tissus sont mis à leur disposition gratuitement par les 18 manufactures qui se sont intéressées à ce projet. Ils ont en outre eu l'occasion de se familiariser avec leur future vie professionnelle (parfois difficile): l'examen en peu de jours de 18 collections, au siège d'entreprises de tous les secteurs textiles, de la broderie aux nouvelles soieries, des lainages ou des cotonnades. La sélection judicieuse des teintes, dessins et qualités est la base même du succès d'une collection, d'autant que dans le cas présent il s'agit de thèmes aussi différents que le sport ou le grand gala. La Première de cette «Debut Fashion Show in Swiss Textiles» aura lieu à Los Angeles le 27 juin prochain, devant un public de spécialistes et de notables d'environ 1500 personnes. Ensuite, dans le courant de l'année, la présentation se déplacera dans 40 villes des États-Unis et de l'étranger.

Brides carrying olive branches instead of orchids and white doves in their hands – with unashamed peace demonstrations such as these the Paris high fashion (haute couture) scene made its contribution to contemporary history while presenting the premiere of its Summer 1991 collections. This is because the show risked being the victim of contemporary events. The crisis in the Gulf had put a question mark to the entire fashion presentation, and not only for security reasons; to parade luxury and opulence while bombs were

turiers, some of whose best customers live in oil-rich sheikdoms?

So the mood was: Stop the war but not high fashion. One of its most dedicated defenders is Pierre Cardin, who said to the audience, before his presentation began, "Out of respect for working people, we must go on, so that an economic war does not follow the other one."

Colour to counter the crisis atmosphere

In spite of everything, the Gulf crisis,



falling in the Persian Gulf seemed inopportune to many critics.

When the UNO ultimatum reached its deadline on 15 January the summer collections of the Paris luxury couturiers were practically finished, and these may cost a single house as much as 12 million French francs each season. It would have been more than a waste to have them disappear into storage, because haute couture is not merely an amusement like a carnival, but the tip of the iceberg called the fashion industry. Even though this part of it may sometimes seem exaggerated, there is no disguising the fact that it constitutes the leading edge of a complicated branch of industry that is extremely sensitive to crisis. And indeed, who could be more strongly affected by a war in the Near East than the Parisian cou-

ture which may entail a major crisis for the business of the entire luxury industry, threw a shadow over the Summer collections of the Paris haute couture. It put a damper on fantasy and restricted the full play of opulence, but did not sink into sadness. On the contrary; the Parisian haute couture came out in favour of colour. This is because on the eve of the war, black, the most sophisticated of all high fashion colours and the proven symbol of high elegance, suddenly seemed like a macabre symbol of mourning. As a result, black was hardly to be seen. Instead, the new Summer fashions were either glowing and blooming like Claude Monet's summer garden in Giverny or screaming like Andy Warhol's Pop Art. Radiant Yellow and blatant Tangerine, Turquoise, Lavender, Amethyst and Canard,

Grass Green and Reseda gave – at least optically – a mood of optimism. And if one were to base the forecasts on the favourite shades of this season – Tearose, Rosewood, Fuchsia and Cyclamen – the future is as rosy as the dawn.

The summery colour ecstasy is also bringing prints back into favour, especially floral in the style of the Impressionists, vivid in stylized Mexican folklore or Pop-arty à la Warhol. The popularity of roses is unbroken; embroidered, printed or hand painted, they remain fashion's favourite flower.

The colour explosion is also to the advantage of the embroideries, sequined fabrics and exquisite silk qualities of the Swiss fabric manufacturers, which have been used by the Paris couturiers to a notable extent. This is because, really, there is no such thing as a crisis for true creations and novelties. As Karl Lagerfeld put it, "If you start to think of conflagration, you stop! Actually, crises and conflicts are beneficial to creation."

Beginning of a postmodern era

Creativity without over-tension: tailoring art, volumes in keeping with the fabric, the search for proportion, clear forms without overpowering decoration – these are the thoroughly positive effects of the crisis, which has brought high fashion away from spectacular costume-making and back to craftsmanship. It is above all the young designers who practice the virtues of the fine art of tailoring, while the established names prefer to sit back on their laurels, becoming victims of their own classicism. One convincing example of the postmodern era of Paris haute couture was given by Claude Montana, who with his third collection for Lanvin already won his second "Dé d'or". He reminds many specialists of the great Balenciaga, because his severe, unadorned style is the result of sophisticated tailoring and an uncompromising search for form. Even Karl Lagerfeld, who is otherwise fond of spectacular gags, has committed himself more seriously to craftsmanlike technique, giving the Chanel style new dimensions. He succeeded in doing this with such simple means as ribbed tape, by which he not only replaced the all too well-known Chanel borders but also marked new tailoring lines. If creativity does not exhaust itself in the superficial desire for effects, as is the case in ready-to-wear fashions, then haute couture

TRANSLATIONS

Pages 74–103

Pages 106/107

could again become a true laboratory of ideas. This would not only secure its future but also make it more impervious to crisis.

Comeback of women's suits and coats
Daytime fashions benefited from the Gulf crisis, because with the current disappearance of Near Eastern customers there is virtually no demand for evening wear. Here the winners are mainly suits; made up in dress goods, they also dominate the cocktail sector. Worn with the suit is no longer the classic muslin blouse but modern T-shirts in cool and bold metallic embroidery or youthful-looking, bra-like tops.

The coat is also making a notable comeback, though in weights that are so light as to be scarcely distinguishable from dresses. Fashionable fitted and trapeze shapes give the coat a youthful-dynamic note. Dramatic effects are provided by floor-length hooded capes in silk shantung or gazar, the classic high-fashion fabric that is the big rediscovery of the season. With dresses, the Baby-Doll look is the new darling of fashion. Trousers are the losers in the current fashion derby, and only appear now and then in short form such as bermudas or shorts.

The most marked trend in the new summer fashions are the asymmetrical skirt lengths, a compromise solution, even though an artificial one. Hemlines are again descending. With Yves Saint Laurent the suit skirts have come down properly to the knee; Ungaro even brings them down to the calf. But this downward trend is probably due less to the effect of the war in the Gulf than to the recognition that as far as haute couture is concerned, the supermini and hot pants are eye-catching runway gags rather than real fashion.

FABRICS SUMMER 92 BETWEEN ZEN AND FUN

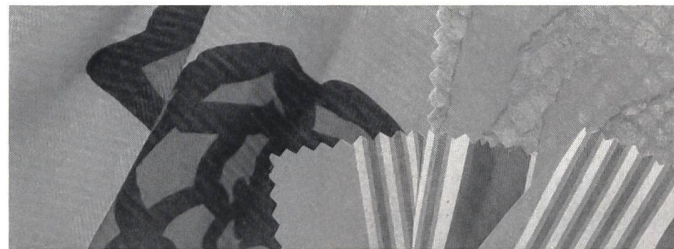
The Tree of Life used by Première Vision to present the colour trends is an apt picture of the present state of fashion development; the trunk holds together the separate elements that strive to go outwards in various directions. It unites the opposites that characterize life—darkness and lightness, cold and warmth, rest and activity.

Meditation and energy, equilibrium and chaos, stability and innovation, hesitation and experiment, paradise and paradise lost are not stations of a biography, but rather catchwords and mottos that are being thrown into the discussion by trendmakers and styling bureaus

xibility are continuously creating new pictures.

So if the following three main theme regions appear bundled together and kept distinct from one another, the reason is only to make each trend or style more clearly seen. In fashion reality, they are mixed in individual cases—the warm with the cold, the dark with the light, vivid with muted colours, but also aesthetics with ethnics, city with country, rustic structure with smooth fine-threadedness.

“New Classics” is Clean Chic, understated styling, very city-like and puristic. Neutrals with a preference for grey are



of all tendencies for the Spring/Summer 92 fashion season. To these can be added numerous other themes, sober as well as flippant—Cool and Crazy, Clean and Gelatine, Valeurs Sûres and Easy Time. Reduced to the shortest formula, one can say the scene is between Zen and Fun.

Diversity can of course mean opening up to all sides, which carries with it the danger of watering-down a fashion statement. But it can also just as well signify a borderline stance between fields of tension.

As a matter of fact, throughout the fashion scene there is a visible striving to present elements together which, although embodying contrasts, at the same time represent two sides of the same thing. At the moment an often-seen goal of fabric designs is to unite fashion creativity with technical textile innovation, reconciling the natural with the synthetic. The restless search for new experience and invention crosses is found together with the desire for staying with the tried and true. This interplay of forces brings about change, not in the sense that an unclearly contoured tendency is being helped to make a breakthrough, but rather that combinations developed to greater fle-

combined with pastels. White is important and interesting in combination with brown. Chinés, moulinés and iridescents, toile, crêpe and piqué stand for discreet fabric appearance with subtle structural effects or fine semi-transparency. Bicolors and minipatterns are used with discretion.

“Country Blues” summarizes what appears by way of ethnic inspiration, evoking Morocco and the American South and communicating atmospheres close to nature. Vegetable colours are important as well as dark tones, combined with white or raw white. The natural fibre emphasizes the raw aspect with tussah, raw silk and linen, contrasted with creative structures of dévorés, cloqués, seersucker and barkly stretch qualities. Abstract painted designs, caftan stripes, matt/lustre effects underline the decorative note.

“Jazz” stands for temperament, body culture and fun in fashion. The sporty interpretation is energy-laden and dynamic in colours; a Mediterranean trend is shown in an exotically tropical look with saturated colours and luxuriant, large patterns, and the crazy trend goes in for bonding and coating, synthetic gloss, neon colours and witty designs.

CHARLES JOURDAN PICTURE-BOOK STORIES

Where are those lions of San Marco doing, what are those dwarfs and bunny rabbits up to, with a smiling sun shining down? What does asparagus have to do with gooseberries? All these and many other picture-book motifs are printed on pure silk crêpe-de-Chine or façonné, destined to adorn the throats of pretty women and (in the form of neckties) fashion-conscious men too. Such are the foulards and ties of the new Charles Jourdan collection, designed by Fabric Frontline.

The desire to tell a story in picture-book forms and colours, the delight in something unusual yet all the same in a precisely drawn manner is blossoming forth—both literally and figuratively—in lovely growing things that, when they are realistically depicted, are coloured exactly as in nature or quite opposed to it. Vegetables of widely different kinds, for example, from cauliflowers to peas, are illustrated in garden-fresh or sophisticated fashion colours. These hand-rolled foulards with their generous proportions of 140x140 cm offer plenty of room for entire picture-stories of people and animals, whether hidden in a colourful Mexican tree of life or against the night skyline of a city, with broad wild carnations in scattered in profuse luxuriance over the entire surface or strawberries interspersed with leaves and blossoms and arranged in a picture concept, in decorative form from the border to the middle.

On the ornamental piece of fabric that adorns the masculine breast there is a preference for vividly tumbling motifs and elements derived from foulard designs but reduced in size and differently arranged, taking into account the smaller space that the necktie affords to so much fantasy. The collection is given a refreshing variety by often surprisingly different patterning variations produced by developing the same motif or different segments of the motif out of the pattern repeat.

TRANSLATIONS

Pages 108/109

CHRISTIAN FISCHBACHER CO. AG, ST. GALLEN CLASSICS IN A NEW DIMENSION

In its new foulard collection Christian Fischbacher plays with virtuosity in colours, materials and designs, presenting the known in an unfamiliar way, enlivening things with elegant print grounds, presenting new patchwork ideas and seasoning everything with an exclusive colour story. Current items in the Summer 91 collection include a jacquard-scherli foulard of 140x140 cm with a chessboard motif in silk and linen and a black jacquard crêpe with generous integrated dots in 120x120

cm size with an appliqué print border in a fanciful Pucci design.

For Winter 1991/92 romantic themes play a predominating role with Chinese effects, figurative motifs and cashmere designs. Ethnic influences are unmistakably found alongside classical themes. The edges and mid-sections are skillfully used as composition possibilities, supported by grounds and colours. The latter are oriented towards the theme of nature, with a number of colourful grey and beige shades com-

bined with black and wool white. Warm tones in gold and various reds and browns accompany cold shades in Cobalt Blue to Petroleum, Lilac and Ink. Surrealistic ideas, dynamic geometry in striped form, new patchworks and colour-variegated animal pelt ideas on crêpe de Chine, supported by floral motifs, interplay with impressionistic, naturalistic, sketchy or a wood- or scissor-cut variants. Foulards showing landscape motifs on silk satin almost have the effect of pictures with generous frames. Classicism takes on a new dimension with new qualities and sophisticated play of designs. Checks come in dissolving or dynamic stripes, mi-

xing in bi-colours and divided colour surfaces together with shade mixes in witty variants.

Large cloths in satin with chiffon stripes or in wool/silk blends show carpet patterns, modern graphic-like pictures or patchwork motifs with a brilliant play of colours. Stoles in 80x180 cm or wool/silk scarves in 40x160 cm have a distinctive note with new Kashmir or Mongolian motifs, with contrasting fine ombrés.

The Christian Fischbacher collection is supplemented with the foulard collections of Louis Féraud and Balmain.

Pages 110/111

AARE AG, SCHINZNACH-BAD EYE-CATCHING DECORATIVES

The haute couture scene again prefers generously-proportioned, rich adornments as well as ornamental buttons with pearls, thus giving the button a new importance. For Summer 1992 Aare AG is translating these trends into exclusive decoratives, focusing on the button. The set-idea, extending even to the belt buckle or the clip, is being resolutely pursued. Flower motifs made of drop-shaped pearls, sequins or polished stones and iridescent changeant effects in somewhat nostalgic forms have advanced to the status of an important theme. In harmony with these are variations on sun motifs in gold, which continues to dominate the sce-

ne, or buttons and ornaments with gold decorations. Matt buttons in solid silver in a gold border or silver buttons with black stones round off the collection.

The black/white theme is imaginatively handled: little cubes, ceramic-tile oven motifs or mosaics are basic ideas, finding their logical continuation in striped variations, relief structures or asymmetrical ideas. Light, transparent materials, a great deal of mother-of-pearl, marbled and iridescent effects together with tortoise-shell looks and multicolours as well as aquarelle or slightly washed-out colours translate the outerwear trends into the accessory sector, with Gianni Versace and Christian Lacroix influencing the colour palette, orientated to the tropical rain forest as well as calm neutral tones. To the latest making-up trends, Aare AG has brought a richness of forms and colours but has also adapted them to the consumer.

Pages 112-127

LINGERIE 1991/92 IS IT UNDERWEAR OR OUTERWEAR?

A great love for the body is again seen in the new season. Figure consciousness, in a mixture of the physically fit look and feminine style, is coming into lingerie fashions via stretch fabrics with skintight bodystockings, catsuits and leggings. Many stylists and designers, among them Gaultier, Tarlazzi and Gigli, have introduced sheer lingerie elements into their summer collections, thus proving that bras, strapless bodices and bra-like cuts have been liberated from their function of pure foundation wear and can be passed off as outerwear.

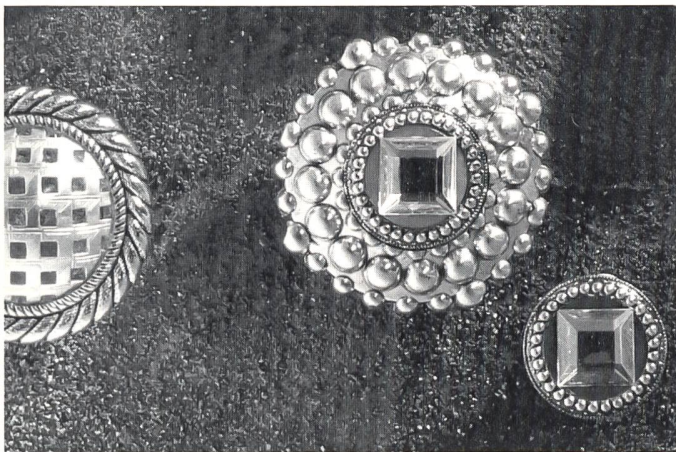
Thus in the collections of the lingerie specialists for Autumn/Winter 1991/92 the trend to sheer lingerie that is meant to be seen is continuing. Lingerie has found a firm place in daytime wear, and the classic fashion categories of underwear or outerwear can no longer be clearly discerned. Multifunctionality rules out monotony. Thus the simple elastic bodystocking with long, slim sleeves is competing with the pullover and may now show itself as an outer garment. Pullover-bodystockings in a sophisticated styling of cotton/Lycra jersey and raised warpknit fabrics include elastic lace and embroidered inserts at the neckline and on the sides. This extends to evening versions, especially where it is seen in superfine silk jerseys or silk/wool blends. Catsuits of elastic lace and embossed pattern fabrics also do reverence to the body

cut; or comfortable oversize shirts and loose tunics, for example, of plain-dyed or printed jerseys. Not only are stretch fabrics with elastomeric fibres worn over them, but also all types of jerseys, mostly in mercerized 100% cotton, are taking advantage of the figure consciousness of the 90s, because in spite of being worn next to the skin, lingerie has to remain comfortable to wear.

The borderline between daytime lingerie and foundation underwear is no longer to be drawn as narrowly as before. Especially for the younger set, bra-like vests or soft, bra-like tops also have figure-forming properties. Camisoles may absolutely be worn under cardigans, all the more so when they sport tapes or fine spaghetti straps and are attractively adorned with embroidered inserts.

Since dresses again occupy the centre stage of the fashion scene, the slip is making a comeback too. Seen in silky qualities (crêpes and satins), in mini length and adorned with lace, it has undergone a rejuvenation cure. The slip also comes as fine cocktailwear and has even developed into a lingerie dress, proving yet again that attractive underthings can readily pass themselves off as outerwear.

New homewear themes are being excitingly interpreted. Figure-modelling catsuits in Pucci and Op Art prints on cotton jersey make a youthful effect, as do skin-tight minidresses with zip fa-



TRANSLATIONS

steners and long sleeves. Here too the question – is it underwear or outerwear? – isn't easy to answer.

Lingerie cannot do without luxury. Thus elegant nightwear of silk satins, fine jerseys or flowing blend fabrics is presented in the glamour look. Satin pyjamas are being seen again, often in masculine style with wrap-over tops and decorative shawl collars or with tunic-like tops. Here otherwise straightforward cuts are sometimes given a partywear touch with wide lace and embroidery seams; naturally, in these models you can receive visitors, too. The lingerie fabrics for Summer 1992 are very fine and elegant. Light cotton in mercerized qualities, both woven and knitted, remain the fashion favourite. Jerseys, from almost transparent qualities to thicker double jerseys (also incorporating Lycra) are also to be seen and are becoming increasingly embroidered. Silky-lustrous fine-ribbed jerseys for daytime wear are very light. Still important are bi-elastic knitted fabrics as smooth single-colour goods or in fanciful patterns. Ecology and the natural look are also giving pure linen appear a new lease on fashion life. Even embroiderers are happy with this material, and are creating fresh designs in the style of broderie anglaise. The luxury class is in love with the silk look, with satins, open-works and lace fabrics. Prints and certain embroideries show a Provençal influence or are inspired by ideas from Pucci.

The fact that the embroidery collections for Summer 1992 are grouped by fas-

hion themes testifies to the innovative open-mindedness of this traditional sphere. Thus the transparency theme is being further developed with net-like optical effects. Marquiesette and lattice-work effects evoke summery, airy impressions in embroidered motifs with satin appliqués or batist inserts. Romantic flowered patterns remain: tulips, executed in moss stitch, and delicate rose garlands are embroidered on fine tulle and combined with braided techniques.

In view of the current body cult, bi-elastic tulle is still important as an embroidery ground and inspire interest in all-over patterns that range from naturalistic look to fanciful flowered motifs. Discharge embroidery is being cultivated in all the collections, being presented in varieties ranging from fine, filigree-like patterns to baroque-like designs. Associations with the Provence and the Vichy dresses of Brigitte Bardot are inspiring blossom-white broderie anglaise on batist organza or fine linen. Often form-embroidered inserts with string fastenings give a handmade impression.

Colour is coming into the fashion picture with colourful embroidered little flowers that are strongly set off from their white ground. Printed goods are also overembroidered with delicate colours in Rose, Maize, Mint, Aquamarine, Lavender and Sky Blue. The many white-on-white embroideries show that pure white has big chances in the Summer 92 fashions, in models ranging from delicate-transparent to rustic looks

with an open-work and Richelieu character. The St. Gall embroiderers have great expectations for frilled buttonhole tapes on embroidered tulle for daytime and underwear lingerie applications.

As a further development of oriental-themed ornamentation, motifs from 1001 Nights have been transformed into embroidery. Persian flowers and birds are embroidered with lustrous yarns in restrained-sophisticated colours on delicate organza, with Vieux Rose, Gold

and Matt Green on Smoke Brown grounds, or in pastel tones on pure white. Hair-fine gold and silver threads enhance their attractiveness. The trend to more colour in lingerie embroideries also includes white on white, ranging from off-whites borrowed from nature, raw white and cream to faintly bluish white. The connection with dress fashions is brought about by macramé embroideries with exotic flowers in colour contrasts such as red with white, and pearl grey or lavender with black.

Pages 130–132

150 YEARS GESSNER AG, WÄDENSWIL GROWTH IN PROFILE

Tradition can sometimes be a hindrance, especially when it is understood as preservation, particularly of inherited materials, holding fast to buildings, machines, production sites, and also superseded concepts. On the other hand, tradition forms an excellent foundation when it is experienced as knowing about change and as a postulate to think ahead about it, as far as possible, so as to adapt to changed frame conditions in good time. This is because in the end, tradition must learn that change remains the only constant, even in the life of business enterprises.

It is in this sense that in Wädenswil, not far from Zurich, the firm of Gessner AG is celebrating its 150 years of existence. It is a company that possesses a marked profile, both at home and in international competition. Gessner is an outstanding example of the fact that the good old days were in no way more easy-going, slower or more tedious than today; the first 125 years of the old company's history were just as eventful as the past quarter century has been. Especially in the fashion business, to stand still is to move backwards. We are living in the midst of permanent outward changes and moreover in a field of tension created by constant self-made innovation. No strategy, however closely calculated, relieves a textile company of the obligation always to be on the alert and ready to react at the drop of a hat, both in the worldwide competition in the trade and in the face of unforeseen political and economic events; one might say tradition is survival training. Despite the danger of oversimplificati-

on when the attempt is made to characterize a company briefly and tellingly, let us make the attempt nevertheless:

- Gessner is a jacquard specialist through and through. In 1968 the company decided to concentrate exclusively on jacquard production. By 1970 the changeover was complete and the last heald loom went out of service.
- The Wädenswil company operates with an annual output of two million linear metres per year, aimed at the upper end of the market; in its product lines it represents the very top quality among Swiss textile production.
- Gessner's product palette include fabrics for dresses, shirts, blouses, furnishing and upholstery goods as well as an extensive men's necktie collection. In building up its programme, the company has gone through a development all the way from a staple supplier to a high-class speciality weaver. The marketing policy is niche-oriented, involving diversification and the scattering of risk. The company is Switzerland's largest supplier of necktie fabrics.
- In none of its production segments has Gessner ever moved into the subsequent marketing stage. Gessner is a weaver, not a handler, not a wholesaler and not a cloth merchant.
- In finishing its good, the company also cooperates with external specialists. In order to attain its own identity, especially more flexibility also, the company has its own finishing department, but also works closely together with the silk printing firm of Mitlödi AG, one-third of whose stock has in the



TRANSLATIONS

meantime been taken over by Gessner.

- Gessner operates on a worldwide basis, but in terms of sales; no longer in what concerns production (it formerly operated plants in Great Britain, Germany, Italy and France). It now maintains an office of its own in New York. In the end, about 95% of its production is exported.

In Wädenswil, one is well aware how decisive for the future a balance between modern technology, creative effort and rapid reacting power can be for a company. One factor affects the other. A textile entrepreneur, if he is to survive, must be a technocrat, a creator and a businessman all in one, or at least succeed in getting the corresponding personnel to manage his company. On this point Thomas Isler says: "In 1976 I took over an intact, effective and modern company with creative strength. We then made every effort not only to maintain this but to expand it. Our most important tasks for the future are now further qualitative growth and greater flexibility." The fact that the future does not look entirely rosy is viewed in Wädenswil with relative equanimity: "In past years we have been able to offer performance that is sought after. In spite of possible hindrances to trade (EEC, consequences of war), we are sure that with high flexibility and innovative value we shall find our market in the future as well. After all, in terms of world production we are only very tiny."

Capital, both monetary and intellectual, is continually necessary for a company to survive in the market. This is also true of the past 25 years of Gessner's 150 year history. Here the basic moves were made which will affect the company's future for years to come:

- Far-reaching decisions with respect to production and the production concept stamped the years 1966 to 1970; trials were carried out with the first tape gripper looms in combination with jacquard machines, followed by the purchase of 15 aggregates. Along with this came the decision to concentrate Gessner's activities and investments in Switzerland. The production plants in Germany and Scotland were disposed of. During this period the Decision was also made to specialize exclusively in jacquard weaving. In 1970 the gearing-up phase was complete. At the same time the company's own finishing department went into operation and its

real estate property (dwellings for employees) was again built up.

- During the period from 1971 to 1975, creativity was assigned top priority; the Zurich office was closed and the sales activities concentrated entirely in Wädenswil. This made it possible for creativity to have a seat right next to the weaving loom. Thanks to the development of a design-storage system on magnetic tape, greater rapidity of access to creativity reserves was achieved. Moreover, a revolutionary coating of the fibres processed by Gessner was in the offing. In 1972-73 for the first time silk was no longer processed; synthetic fibres were almost exclusively used. With the recession which then occurred the selling of jacquard fabrics became a hard job.

- Over the following five years the demand for jacquard weaves picked up again, and silk made a strong comeback. The decision was made to construct a new weaving building which from the technical standpoint would ensure continued innovativeness and generally represent a clear commitment to further production in Wädenswil. The old factory building was then converted into a market hall with shops, a restaurant and a garden center. In the men's necktie sector Gessner acquired the collection and brand rights from Naef as a second product line.

- The following decade (1980-85) began with a change at the top; Max Isler was succeeded as Chairman of the Board by Dr. Heinz Kundert. His son, Thomas Isler, who had been active as Managing Director since 1976, became Vice President. Cooperation with the silk weaving firm of Mitlödi was introduced and an additional finishing stage was incorporated. The CAD system for reading and stapling designs was further developed, the first Dornier weaving machines and a new EDP unit was installed. Jacquard fabrics were again in high demand, and most of the sales departments had to cope with delivery bottlenecks.

- The most recent five-year period, up to the 150 year jubilee of the firm is entirely characterized by technological innovations which are not for the purpose of bringing volume but rapid conversion of creativity: Sulzer-Rüti weaving machines were installed with electronic jacquard machines. The cooperation with Mitlödi evolved into a financial interest; 50 percent of

Gessner's equipment are based on the close collaboration with the silk print-works.

And what about the future? At Gessner the expectations are directed toward a very complex requirement profile: Creativity will certainly remain indispensable, and in fact will occupy an even higher rank; besides its own creativity Gessner is also having recourse to outside design know-how on a bought-in basis. Quality will remain the greatest commandment, if one is to remain on the top floor of the market at all.



Flexibility and rapidity are becoming still more important; here the company's modern jacquard aggregates with their versatile technology offer all the necessary prerequisites. Cooperation with the customers on a partnership basis will have to be further intensified, as far as possible. This must be a fair partnership, allowing both sides the necessary living space.

That the company's chief occupation is the manufacture of silk fabrics and that, thanks to adequate assets and rich experience, the firm is fully prepared to serve all its customers to their fullest satisfaction, was the message given by its predecessor firm of Gessner to its customers in 1833. It is still completely valid today.

The history of Gessner AG is also partly that of the Swiss textile industry itself, especially the Zurich silk trade, and in turbulent periods it sometimes hung literally by a silk thread.

It all began when Hans Konrad Gessner, a Protestant pastor's son who was attracted by a business career, opened a textile publishing business in Zurich in 1830. The official date from which the 150 year jubilee is dated is 1841, when his son, August Gessner, started up a

silk processing mill in Wädenswil, first as a joint owner and then sole owner. Already by 1855 the company employed 90 workers and 740 home weavers, and exported its wares all over Europe, even to the USA. In 1881 August's son Emil took over the business, converted operations to mechanical looms and otherwise expanded and constructed so that by shortly after the turn of the century, Gessner had assumed its present size, as far as the works area is concerned, and continued the expansion abroad (in 1906 a mill was estab-

shed at Waldshut, Germany) other plants were started up in Italy, France and Britain. In 1913 Emil Gessner became Managing Director. The company reached the high point in respect of number of employees in 1929, shortly before the Depression, with a total of 2200 workers. The years that followed were bitter, with a drastic reduction of the share capital and the sale of real estate property, until things began to look up again in 1937. In 1938 Max Isler assumed responsibility for the company, which celebrated its centenary during the Second World War, in 1941, and resolutely introduced automation. In the 1950s the company saw itself confronted by new cheap competition from the Far East. There followed years of profitless volume business, accompanied by the penetration of synthetics. In 1976 Thomas Isler took over the leadership in Wädenswil. His course is clear: specialization, qualitative growth and top-end production with respect to quality and fashion.

IMAGE PROMOTION BY THE TEXTILE INDUSTRY **SWISS FABRICS FOR A CALIFORNIA FASHION INSTITUTE**

International fashion institutes and prominent guests are regularly invited to Switzerland to the "Rencontre Suisse du Jeune Talent", and during the intervening years, the Export Promotion Service of the Swiss textile industry goes abroad with a promotion project as an ambassador of Swiss textiles. With Berlin a recent memory, California is now on the programme.

At the end of June 1991 – the year not only Switzerland is celebrating 700 years of existence but also the St. Gall textile industry, which has been proved to be in existence at least as long – the Debut Fashion Show of the Fashion Institute of Design and Merchandising will take place in Los Angeles. Its special feature is that all the designs will be created exclusively in Swiss fabrics.

"An opportunity of a lifetime" – this can truly be said by the participating fashion students from Los Angeles of the fashion show project of the Export Promotion Service for Swiss textiles. This is of course because of the exceptional quality of the materials, as Mary Stephens, Director of the Fashion Department of the Institute, assured Textiles Suisses. She is monitoring the creative work of the ten aspiring fashion designers who have been chosen to present their work as the top talent of the school's Advances Fashion Design Program. They now have the demanding job of putting on the entire show themselves.

The Fashion Institute of Design and Merchandising (FIDM) is a private institution founded 21 years ago which has gained an excellent reputation, not least because its training is structured so as to be very close to the actual practice of the designing profession. It does not nurture dreams of becoming a world-famous fashion creator in its students, but rather its course of instruction is based on the very concrete needs of the industry and gives solid

foundations not only in design but also in manufacturing techniques. What is also extremely advantageous is the close connection with management, marketing and merchandising.

Professionalism is writ large. This is also the reason for the attractiveness of the institute, which now has students of over 50 different nationalities in its fashion department.

As one may well imagine, the "Switzerland" project is also receiving a very professional approach. The ten young designers – seven women and three men students of widely different backgrounds – are to present a collection of eight designs of their own choice, using fabrics that suit their own ideas. And, quite in keeping with actual practice, they have had to make a buying trip to Switzerland to select the fabrics they want. The only exception to normal practice is that they are receiving their fabrics free of charge from the 18 textile firms that are participating in the project. And quite apart from this, they are also getting the chance to get used to their future profession, which is anyway a strenuous one: in the space of only a

few days they had to review 18 collections from all textile sectors at each company's headquarters. The sectors range from embroidery to silk novelties, to wool and cotton fabrics. The right choice of colour, pattern and quality is the basis for a collection's later success here as well, especially since the themes may vary from sportswear to gala evening wear.

The Debut Fashion Show In Swiss Textiles has its festive premiere on 27 June 1991 in Los Angeles before a public consisting of 1500 professionals and VIPs. During the rest of the year the show will be presented in 40 cities across the US and abroad.

SUBSCRIPTION CARD

Send this coupon in an envelope to:
Veuillez envoyer ce coupon dans une
enveloppe à:

Senden Sie diesen Abschnitt in einem
Umschlag an:

«Textiles Suisses»

Swiss Office for Trade Promotion

Av. de l'Avant-Poste 4

P.O. Box 1128

CH-1001 Lausanne (Switzerland)

Subscription prices valid until
December 31, 1991

Prix d'abonnement valables
jusqu'au 31 décembre 1991

Abonnementspreise gültig bis
31. Dezember 1991

Please enter the following subscription to/
Veuillez noter un abonnement à/
Notieren Sie bitte ein Abonnement auf:

Company/Name

Address

City

Country

Trade/Profession

Date

Payment:

check enclosed

Please bill us/me

Subscription rate (4 issues):
Switzerland Sfr. 70.–/Foreign countries Sfr. 80.–
or equivalent in local currency

Prix d'abonnement (4 numéros):
Suisse Fr.s. 70.–/Etranger Fr.s. 80.–
ou contrevalet en monnaie du pays

Abonnementspreis (4 Nummern):
Schweiz SFr. 70.–/Ausland SFr. 80.–
oder Gegenwert in der Landeswährung

Stamp/Signature

TEXTILES
S U I S S E S
SUBSCRIPTION ORDER

Name	Interstoff Frankfurt a.M. 9.4.-11.4.1991	Name	Interstoff Frankfurt a.M. 9.4.-11.4.1991
Aare AG, Schinznach-Bad	3.1B48	Lior SA, Rancate	4.1J52
Abraham AG, Zürich	4.1E07	Mettler & Co. AG, St. Gallen	4.1D50
Albrecht & Morgen AG, Herisau	4.1F75	Müller Seon, Seon	4.1E52
Alfatextil AG, Zürich/Althäusern	6.2C46	Naef Nüesch AG, Flawil	4.1D54
Alfatrend AG, Horn	4.0F13	Nef & Co. AG, St. Gallen	6.1C72
Altoco AG, St. Gallen	4.1F41	Nelo AG, Herisau	4.1G94
Arova Schaffhausen AG, Schaffhausen	6.1C72	Niederer & Co. AG, Lichtensteig	6.1C72
Bäumlin AG, Thal	6.1C72	Okutex AG, St. Gallen	4.1D41
Bischoff Textil AG, St. Gallen	4.1H54	Permatrend AG, Sissach	3.0B15
Bleiche AG, Zofingen	4.1D81	Reichenbach & Co. AG, St. Gallen	4.1D55
Boller, Winkler AG, Turbenthal	6.1C72	Jacob Rohner AG, Rebstein	4.1D97
Brandenburger & Guggenheim, Zürich	4.1C44	Roto Fil, Zürich	6.1C30
Ernst Brunner AG, St. Gallen	6.1C72	Jakob Schlaepfer & Co. AG, St. Gallen	4.1E07
Camenzind & Co., Gersau	6.1C72	Schoeller Textil AG, Derendingen	6.1C72
CWC Textil AG, Zürich	6.1C72	Schubiger & Schwarzenbach AG, Uznach	4.1H95
Dietfurt AG, Spinnerei und Weberei, Bütschwil	6.1C72	Schwarzenbach, Thalwil	4.1H85
Elmer AG, Wald	6.1C72	SetaRiba AG, Obfelden	4.1E44
Chr. Eschler AG, Bühler	6.2D04	Spinnerei Streiff AG, Aathal	6.1C72
Eugster & Huber Textil AG, Gossau	4.1F45	Stehli Seiden AG, Obfelden	4.1F53
Färberei AG, Zofingen	6.1C72	Stotz & Co. AG, Zürich	6.1C72
Henry Ferber AG, St. Gallen	4.1A47	Studio M + M Design, St. Gallen	4.0A58
Filtex AG, St. Gallen	4.1H46	Stünzi Textil AG, Obfelden	4.1E44
Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen	4.1C95	Swiss Textiles, Zürich	6.1C72
Forster Willi & Co. AG, St. Gallen	4.1E46	Taco AG, Glattbrugg	4.1E82
Grüneta Textil AG, Grüneck	4.1F37	TCI AG, Buchs	3.0B42
Habis Textil AG, Flawil	4.2H95	Trümpfer & Söhne AG, Uster	6.1C72
Hasler Textil AG, Berneck	4.1F37	Union AG, St. Gallen	4.1F55
Hausammann & Moos AG, Weisslingen	4.1H75	Weber & Cie AG, Aarburg	6.1C72
F. Hefti & Co. AG, Hätzingen	6.1C72	Weberei Tösstal AG, Bauma	6.1C72
Fritz & Caspar Jenny AG, Ziegelbrücke	6.1C72	Weberei Wängi AG, Wängi	4.2J33
Kuny + Cie. AG, Küttigen	3.1B87	Weisbrod-Zürcher AG, Hausen a. A.	4.1E95
Lang & Cie, Reiden	6.1C72	Wettstein AG, Dagmersellen	6.1C72
Lastiss AG, Zürich	6.0B40	Wetuwa AG, St. Gallen	4.1D54
		Wiprächtiger AG, Glattbrugg	6.1C60

Schweizer Firmen an der

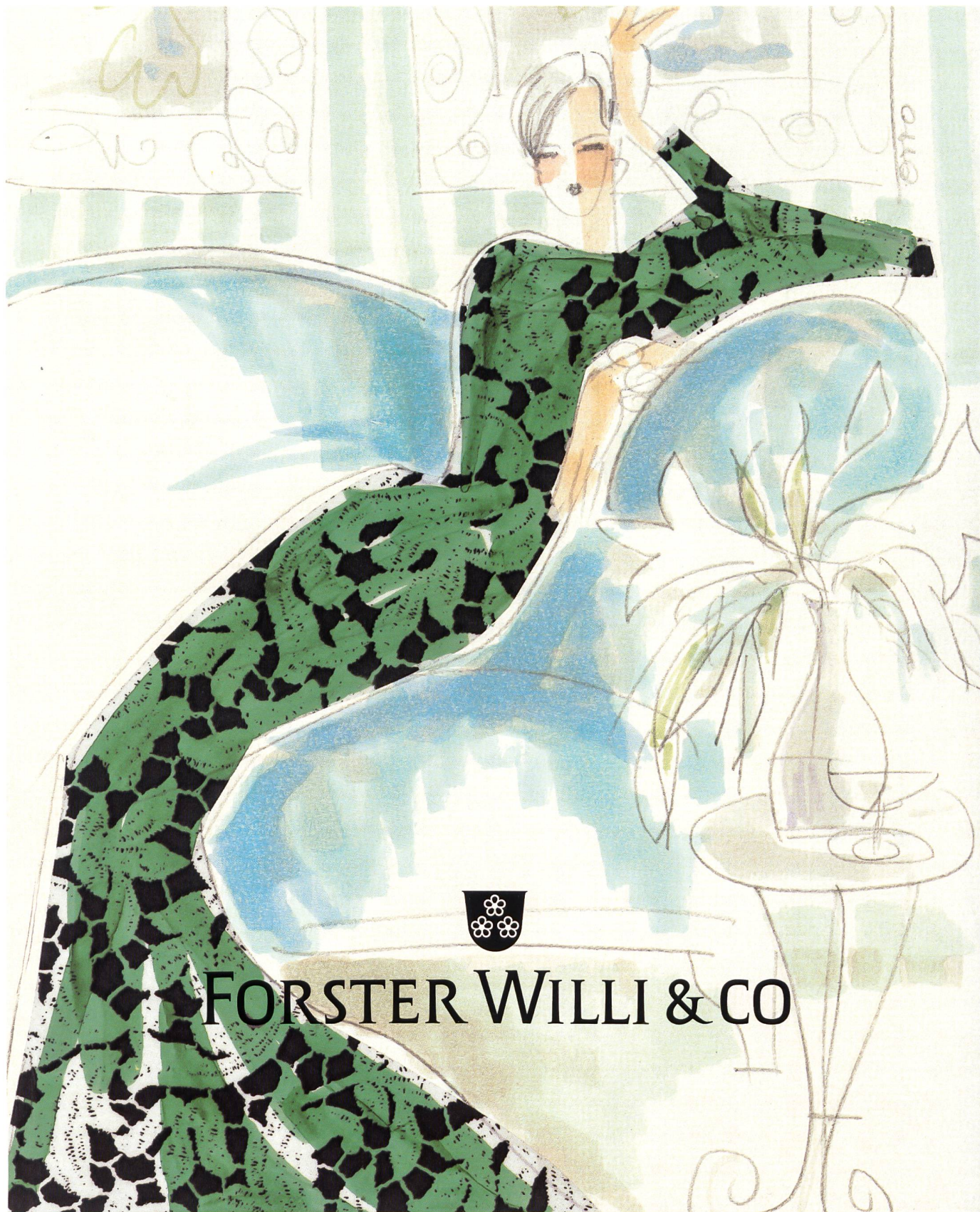
interstoff

Frankfurt
9.-11. April 1991



Aare AG, Steinzelgstrasse 5, CH-5116 Schinznach-Bad, Tel. 056/43 21 51, Telex 825 165, Telefax 056/43 23 28	5
Abraham AG, Zollikerstrasse 226, CH-8034 Zürich, Tel. 01/55 25 22, Telex 816 815, Telefax 01/55 25 11	25
Albrecht + Morgen AG, Postfach, CH-9100 Herisau, Tel. 071/53 11 21, Telex 882 738, Telefax 071/52 30 46	30
Altoco AG, St.-Leonhard-Strasse 61, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 65 74, Telex 881 344, Telefax 071/22 65 70	31
Bally Band AG, Schachenstrasse 24, CH-5012 Schönenwerd, Tel. 064/41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064/41 40 72	30
Bischoff Textil AG, Bogenstrasse 9, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/29 22 11, Telex 88 14 92, Telefax 071/27 76 91	6/7
CWC Textil AG, Hotzstrasse 29, CH-8042 Zürich, Tel. 01/363 30 02, Telex 817 059, Telefax 01/363 37 38	13
Eugster + Huber Textil AG, Mooswiesstrasse 68, CH-9202 Gossau, Tel. 071/85 85 81, Telex 883 833, Telefax 071/85 71 70	30
Fabric Frontline Zürich AG, Diennerstrasse 18, CH-8004 Zürich, Tel. 01/241 64 55, Telex 814 368, Telefax 01/241 20 02	82/83
Christian Fischbacher Co. AG, Vadianstrasse 6-8, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/20 81 81, Telex 77 141, Telefax 071/22 52 25	16
Filtex AG, Teufenerstrasse 1, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 58 61, Telex 88 14 08, Telefax 071/22 58 51	1
Forster Willi + Co. AG, Flurhofstrasse 150, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/25 55 15, Telex 88 35 31, Telefax 071/25 20 08	III couverture
Gemeinschaftsverband Textil (GVT), P.O. Box 680, CH-8027 Zürich, Tel. 01/202 57 57, Telex 817 766, Telefax 01/201 10 32	IV couverture
Gessner AG, Florhofstrasse 13, CH-8820 Wädenswil, Tel. 01/780 78 00, Telefax 01/780 49 47	130
Greuter-Jersey AG, CH-8583 Sulgen, Tel. 072/42 18 18, Telex 882 350, Telefax 072/42 37 04	28
Habis Textil AG, CH-9230 Flawil, Tel. 071/83 10 11, Telex 882 818, Telefax 071/83 48 22	21
Hausamann + Moos AG, CH-8484 Weisslingen, Tel. 052/34 01 11, Telex 896 446, Telefax 052/34 19 46	8
Höhener + Co. AG, Industriestrasse 15, CH-9015 St. Gallen, Tel. 071/31 42 43, Telefax 071/32 42 64	14
Charles Jourdan, 28, avenue de New York, F-75116 Paris, Tel. 00331/47 23 54 43, Telefax 00331/47 20 10 76	106/107
Kesmalon AG, CH-8856 Tuggen, Tel. 055/78 17 17, Telex 875 645, Telefax 055/78 18 36	14
Messe- und Ausstellungs-GmbH, D-6000 Frankfurt am Main	
Vertretung Schweiz: Natural AG, St.-Jakob-Strasse 220, CH-4002 Basel, Tel. 061/51 54 35, Telex 962 756, Telefax 061 50 03 23	13
Mettler + Co. AG, Bionstrasse 5, CH-9015 St. Gallen, Tel. 071/32 21 32, Telex 881 122, Telefax 071/31 45 76	24
Müller Seon, CH-5703 Seon, Tel. 064/55 01 11, Telex 981 398, Telefax 064/55 27 52	32
Müller + Steiner AG, Zürcherstrasse 22, CH-8716 Schmerikon, Tel. 055/86 15 55, Telefax 055/86 15 28	14
Naef Nüesch AG, Säntisstrasse 9, CH-9230 Flawil, Tel. 071/83 11 44, Telex 77 697, Telefax 071/83 22 74	27
Nef + Co. AG, Schmiedgasse 28, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/20 61 20, Telex 883 507, Telefax 071/23 69 20	23
Niederer + Co. AG, CH-9620 Lichtensteig, Tel. 074/7 37 11, Telex 884 110, Telefax 074/7 37 91	26
Jacob Rohner AG, Alte Landstrasse 106, CH-9445 Rebstein, Tel. 071/77 12 21, Telefax 071/77 22 21	20
Sawaco AG, Bahnhofstrasse 108, CH-5745 Safenwil, Tel. 062/97 40 40	128/129
Seta Riba AG, Stehlistrasse 5, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 42 01, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	4
E. Schellenberg, Wermatswilerstrasse 6, CH-8320 Fehraltorf, Tel. 01/954 12 12, Telex 56 889	14
Jakob Schlaepfer + Co. AG, Teufenerstrasse 11, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/20 11 40, Telex 77 164, Telefax 071/22 14 18	22
Schubiger + Schwarzenbach AG, Obergasse 2, CH-8730 Uznach, Tel. 055/74 11 11, Telex 875 441, Telefax 055/75 11 63	10
Schweizer Baumwollinstitut, Swiss Cotton, Postfach 942, CH-8065 Zürich, Tel. 01/829 21 58	9
Schweiz. Gesellschaft für Tüllindustrie AG, CH-9542 Münchwilen, Tel. 073/26 21 21, Telex 883 293, Telefax 073/26 41 61	14
Seidendruckerei Mitlödi AG, CH-8756 Mitlödi, Tel. 058/81 11 33, Telex 875 657, Telefax 058/81 11 13	11
Spinnerei Streiff AG, CH-8607 Aathal-Seegräben, Tel. 01/932 32 92, Telex 875 468, Telefax 01/932 24 57	17
Stehli Seiden AG, Stehlistrasse 5, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 42 01, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	4
Stotz + Co. AG, Walchestrasse 15, CH-8023 Zürich, Tel. 01/361 96 14, Telex 817 025, Telefax 01/362 66 46	28
Stünzi Textil AG, Fabrikstrasse 6, CH-8912 Obfelden, Tel. 01/761 59 06, Telex 827 001, Telefax 01/761 44 46	4
Taco AG, Feldeggstrasse 5, CH-8152 Glattbrugg, Tel. 01/810 52 11, Telex 825 403, Telefax 01/810 92 56	II couverture
Union AG, Teufenerstrasse 10, CH-9001 St. Gallen, Tel. 071/22 46 06, Telex 77 410, Telefax 071/23 22 12	15
Carl Weber AG, Textilveredlung, CH-8411 Winterthur, Tel. 052/29 17 21, Telex 896 329	29
Weberei Walenstadt, CH-8880 Walenstadt, Tel. 085/3 58 12, Telex 855 710, Telefax 085/3 63 90	14
Weberei Wängi AG, Wilerstrasse 3, CH-9545 Wängi, Tel. 054/51 22 24, Telex 896 574, Telefax 054/51 24 21	19
Weisbrod-Zürrier AG, CH-8915 Hausen am Albis, Tel. 01/764 03 66, Telex 827 015, Telefax 01/764 18 51	12
Zieglertex, Talackerstrasse 17, CH-8065 Zürich, Tel. 01/829 27 25, Telex 825 636, Telefax 01/829 27 24	14
Zwicky + Co. AG, Im Neugut, CH-8304 Wallisellen, Tel. 01/830 46 33, Telex 826 203, Telefax 01/830 23 67	14

BRODERIES · JERSEYS · HAUTE · NOUVEAUTÉ



FORSTER WILLI & CO

WHY IT IS GOOD TO MAKE A SIGN



Fabrics all over the world bear our sign. Its significance is understood everywhere. It stands for highest quality, over 200 companies all with the same objective: the maintenance and improvement of a standard recognised throughout the world. To produce under this sign means responsibility and success. To purchase under this sign means collaboration with the right partners. The Swiss Fabric Directory lists these partners. We will gladly forward a copy free of charge – just give us a sign.



swiss
textiles

LIZENZGEBER Gemeinschaftsverband Textil (GVT) · DÉTENTEUR DE LICENCE Fédération Textile Suisse (FTS) · LICENSOR Swiss Textile Federation (STF)

P.O. Box 680 | CH-8027 Zürich | Telefon 01-202 57 57 | Telex 817 766 | Telefax 01-20110 32