

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1991)
Heft: 87

Artikel: Future-oriented fashion sponsoring
Autor: Fontana, Jole
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795588>

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>

FUTURE-ORIENTED FASHION SPONSORING

Text: Jole Fontana
Photos: Humphrey



Hansjörg Rau, Manager, Publicity Center for Swiss Textiles
Jole Fontana, Editor, Textiles Suisses magazine
Werner Kobel, Chairman, Publicity Center for Swiss Textiles, Reichenbach & Co.
Ruth Gschwend, Swiss Textile Federation
Robert J. Schlaepfer, President, Jakob Schlaepfer



Edouard Brunner, Ambassador of Switzerland, in Washington D.C. (left) and Kurt Welte, Consul General of Switzerland in Los Angeles.



Lisa Pollish, Corporate Recruiting Director, Kinney Corporation
Laurie Clark, District Manager, Lady Footlocker
Mike Flanagan, Western Region Vice President, Lady Footlocker



Tonian Hohberg, President, FIDM
Max Hungerbühler, Vice President, Bischoff Textil AG
The honorable Mayor Tom Bradley, Mayor of Los Angeles



Party on the park at the Los Angeles campus

"The future of fashion and thus of the textile industry lies in the hands of today's young students." This thought, binding on both sides, was expressed by Robert J. Schlaepfer at the opening of the Debut '91 Fashion Show of the Fashion Institute of Design and Merchandising (FIDM) in Los Angeles, to which 18 leading Swiss fabric manufacturers contributed all the fashion materials. This idea is also an important guideline for the activity of the Swiss Textile Export Promotion Board, which had skilfully organized this fashion "joint venture" from the fabric side. Indeed, it regards the furthering of young talent, imaginatively combined with international promotion projects, as an essential aspect of its duties.

At the end of June, ten young designers gave an impressive display of their talents before an audience of specialists and prominent personalities, including the highest-ranking Swiss diplomats in the US. The Debut '91 Fashion Show in festive surroundings followed by a lively party in the park of the superbly equipped new school building in downtown Los Angeles was the conclusion and crowning event of the training period of these top-of-the-class graduates of the FIDM.

This private fashion institute, a leading – if not the best – school of its kind in the US, has acquired its good reputation in over 20 years of existence not least through the professionalism and closeness to actual practice of its training. This is also the basis of the drawing power of the FIDM, which now has over 3500 students of more than 50 nationalities at five locations in California.

This stimulating mixture of temperaments and origins, including those from Asian countries, was also mirrored in the group of seven women and three men designers who completed the Advanced Fashion Design Program that competently organized the "transatlantic" fashion project. Already in January the young designers had visited the headquarters of the fabric producers in Switzerland and selected the



Children's fashion from
Lynda Cardinale

Finale with evening dresses
from Alan del Rosario

fabrics they fancied in yardages sufficient for the eight models with which they would interpret their freely chosen fashion theme. Mary Stephens, Director of the FIDM Fashion Department and Supervisor of the Debut '91 collection, emphasized that it was truly a unique opportunity for these upcoming designers to be offered a wealth of qualitatively world class, high-fashion materials. After its successful premiere in Los Angeles, Debut '91 is being shown in about forty cities around the US during the rest of this year.

As a matter of fact, the show revealed the temptation inherent in the fabrics themselves. It was anything but easy for clean chic to come through, faced with the designers' lust to do something with all that luxuriousness, silken sheen and glittering embroidery. Black and white competed with intense colourfulness. Mixes of patterns and materials were fancifully tried out. Stylistically there were various tendencies in evidence favouring the sixties, ethnic motifs and even Hollywood and "Dallas" glamour, the latter as a counter-trend to the all-too-familiar California sportswear style. Here and there it could be detected that models from the prominent Parisian fashion scene were being followed, but there were also plenty of already well-developed individuality in the young designers' creative flair and sensitive understanding of their materials.



«Die Zukunft der Mode und folglich der Textilindustrie liegt in den Händen der heutigen jungen Studenten.» Diesen Gedanken, verpflichtend nach beiden Seiten, äusserte Robert J. Schlaepfer anlässlich der «Debut '91 Fashion Show» des «Fashion Institute of Design and Merchandising» (FIDM) in Los Angeles, zu der 18 namhafte Schweizer Stoffhersteller sämtliche modischen Materialien beige-steuert hatten. Die Überlegung ist auch eine wichtige Leitlinie für die Tätigkeit der Exportwerbung für Schweizer Textilien, die dieses modische «Joint Venture» von der Stoffseite her umsichtig organisiert hatte, denn Nachwuchsförderung, ideenreich eingebunden in internationale Promotionsprojekte, erachtet sie als einen wesentlichen Aspekt ihrer Aufgaben.

Eine imponierende Probe ihres Talents gaben Ende Juni zehn Nachwuchsdesigner vor fachkundigem und prominentem Publikum, einschliesslich höchster diplomatischer Vertretung der Schweiz in Amerika. Debut '91 als Modeschau in festlichem Rahmen und heitere Party im Park des vorzüglich ausgestatteten neuen Schulgebäudes in Downtown Los Angeles war Abschluss und Krönung der Studienzeit dieser Begabtesten unter den Absolventen des FIDM. Das private kalifornische Modeinstitut, eines der angesehensten, vielleicht das bedeutendste der USA, hat sich in den mehr als zwanzig Jahren seines Bestehens den guten Ruf nicht zuletzt durch die Professionalität und Praxisnähe der Ausbildung erworben. Das begründet auch die Anziehungskraft des FIDM, das gegenwärtig an

fünf kalifornische Standorten über 3500 Studenten mit mehr als 50 Nationalitäten ausweist. Diese anregende Mischung von Temperament und Herkunft, nicht zuletzt aus der Gruppe der sieben weiblichen und drei männlichen Absolventen des «Advanced Fashion Design Programm», die das «transatlantische» Modeprojekt kompetent durchführten. Bereits im Januar hatten sie am Sitz der Textilfirmen in der Schweiz die Stoffe entsprechend ihrer Neigung ausgewählt, Metragen für jeweils acht Modelle, mit denen sie ihr frei formuliertes Modethema zu interpretieren gedachten. Eine absolut einmalige Gelegenheit hätte sich den angehenden Designern mit der Fülle von qualitativ hochstehenden und modisch aufwendigen Materialien geboten, versicherte Mary Stephens, Direktorin der FIDM-Modeabteilung und Betreuerin der Debut '91 Kollektion, die nach der erfolgreichen Premiere in Los Angeles im weiteren Verlauf des Jahres in rund vierzig Städten der USA zur Vorführung gelangt.

In der Tat kam in der Schau die Verführung zum Vorschein, die von den Stoffen ausging. Clean Chic hatte es mitunter nicht leicht, sich zu behaupten gegenüber der Lust, mit Üppigkeit, Seidenglanz und Stickereiglitzer umzugehen. Schwarz und Weiss standen im Wettstreit mit intensiver Farbigkeit. Muster- und Materialmix wurde fantasiereich erprobt. Stilistisch kamen Vorlieben für die Sixties, für ethnische Motive und, als Gegentrend zum bekannten kalifornischen Sportswearstil, für Hollywood- oder Dallas-Glamour zum Tragen. Vorbilder aus der prominenten Pariser Modeszene liessen sich da und dort ausmachen, doch kam durchaus auch bereits gut entwickelte Eigenständigkeit in der kreativen Gestaltung und im sensiblen Materialverständnis zum Ausdruck.