

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1993)
Heft: 93

Artikel: Spectrum
Autor: J.F. / U.H. / R.Z.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796332>

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: 26.12.2025

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

SPECTRUM

PITTI IMMAGINE UOMO OHNE TWEED LÄUFT NICHTS

Männermode hat endgültig zu einer neuen Aussage gefunden und alles abgestreift, was in den vergangenen Jahren mit "perfektem Styling" in Verbindung gebracht worden ist. Der (hässliche) Yippie-Begriff "durchgestylt" ist aus dem Modevokabular gestrichen. Natürlichkeit und Sportlichkeit ersetzen ihn, und an die Stelle von feinsten fliessenden Supercento-Stoffen tritt kerniger Tweed, der einen authentischen Eindruck vermitteln soll.

Aktivität und Optimismus strahlt die italienische Männermode zum Winter 1993/94 aus, was sich - so schien es - auf die Stimmung am Pitti Immagine Uomo in Florenz, der ersten Herrenbekleidungs-Fachmesse des Jahres, übertragen hatte. Und wenn das angeregte Interesse, das der aufgefrischten modischen Optik entgegengebracht wurde, ein Gradmes-

ser für deren Erfolg wäre, müsste sich eine positive Umsatzentwicklung einstellen. Indessen weiss jeder in der Branche, dass eine schwierige Saison bevorsteht, da die rezessionsbedingte Kaufzurückhaltung wirksam bleibt und der Wettbewerb um Exportanteile sich weiter verschärft, obwohl die Lira-Abwertung dem Made in Italy einen gewissen Preisvorteil verschafft hat. Wie weit modische Erneuerung Kaufimpulse auslösen kann, muss sich nun weisen.

Neu wirkt in der Tat das modische Erscheinungsbild des Mannes, der alle Softie-Allüren abgelegt hat. Rustikal und deftig ist sein Auftritt, als ob er sich fast nur draussen und hauptsächlich in freier Natur, im schottischen Hochland etwa oder an windigen irischen Küsten, aufzuhalten würde, freilich ohne seine italienische

Herkunft zu verleugnen. Daraus resultiert eine raffinierte, mitunter verblüffende Verbindung von romanischem Stilempfinden und anglophilem Touch.

Verbindung von Gegensätzen, Mix verschiedener Elemente, Überkreuzen der Stile ist überhaupt die Formel für die neue Optik. Das fängt beim Stoff an, der Kombinationen eingeht von groben Tweeds und ruppigen Stichelhaarqualitäten mit flauschigen Unis, männlich erdfarbig die einen, sanft pastellig die anderen. Auch untereinander werden Tweeds gemixt, etwa klassischer Fischgrat in Schwarz/Weiss mit "altmodischem" Multicolor-Noppentweed auf Farbfond. Maschenmode macht sich gleichfalls Gegensätze zunutze, indem sie einerseits auf der bonbonfarbenen Cashmere-Welle reitet und anderseits auf einen handwerklichen Look setzt mit Grobstrick, Patchwork und grosszügigen Intarsienmotiven.

Die oft voluminösen, mitunter fast derb wirkenden Materialien

mit absoluter Vorrangstellung von markantem Tweed sind leichter und weicher als sie aussehen. Sonst könnten auch nicht so viele Teile übereinandergezogen werden, denn der ausgesprochen winterliche Schichten-Look ist vorherrschend. Der Sportswear-betonte Charakter der Männermode entsteht gerade durch die Ergänzung des Anzugs mit Rollkragenpull-over, Karohemd, Daunenweste drunter oder Lederjacke, beschichteter Baumwollcoat, funktioneller Parka drüber. Auch hier Spannung durch Stylingkontraste.

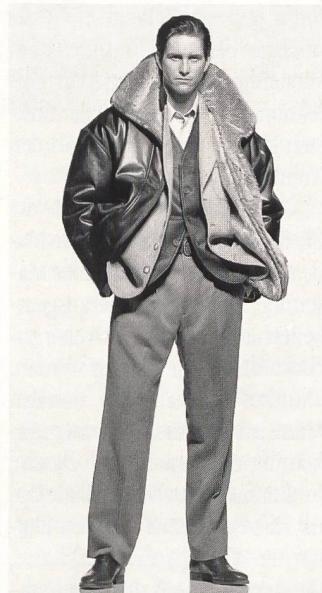
Wie interessant sich solche stilistischen Vernetzungen darstellen, machten die beiden prominenten Gäste des Pitti Immagine Uomo deutlich - Paul Smith und Romeo Gigli, der seine Models in einer Zirkusarena, inmitten von Artisten, auftreten liess.

J. F.



Tweed ist die dominierende Stoffoptik in der Männermode zum Winter 93/94. Veston von Zegna.

Zweimal Tweed in markanter Musterung. Modell Versace.



Der sportliche Schichten-Look. Modell Oaks by Ferré.

MÄNNERMODE IN PARIS AUTHENTIQUE

Glaubwürdigkeit wird von den neuen Männern verlangt. Modisch sollen sie das unterstreichen mit Natürlichkeit und Naturnähe. Das spiegelt sich auf allen Ebenen der Modeszene. Das Angebot im Bereich der Herrenkonfektion, wie es am Pariser Salon de l'Habillement Masculin SEHM den Fachbesuchern aus aller Welt zum Winter 93/94 unterbreitet wurde, muss offensichtlich realistischen Massstäben genügen. Trends sind gut, scheint sich die Mehrzahl der über 1000 Aussteller gesagt zu haben, doch Umsatz ist besser... zumal die Unsicherheit der gegenwärtigen wirtschaftlichen Lage dem Modemut der Einkäufer und der Konsumlust der Verbraucher Dämpfer aufsetzt. Entsprechend klafft die Aussage der punkto Innovation vorsichtigen kommerziellen Kollektionen und diejenige der Stilisten stärker auseinander, als den Trendsettern lieb sein kann.

Die vier Modethemen, die der SEHM mit den Fachleuten von Modem, dem Comité de la Mode Masculine, als Leitbilder herausgearbeitet hat, sind denn auch eher zurückhaltend interpretiert worden. "Nature" ist der Trend, der den Männern am meisten entgegenkommt; er ist sportlich, bequem, funktionell. Die eher rustikale Optik röhrt einerseits von den Stoffen her - Tweeds, Chevrons, Karos, Wintercottons in Naturfarben; anderseits unterstreicht ein wie zufällig kombinierter Schichten-Look den unkomplizierten, mitunter deftigen Eindruck. Mit dem Motto

"Intellectuell" belegt ist eine puristische, unauffällige Linie auf der Basis von klassischen Anzug- und Mantelformen, die den aufwendigen Stoffen wie Chinés, Moulinés, Boutonnés vorab in Grauunterschichten oder markanteren Schwarz/Weiss-Musterungen Priorität zuweisen. Insbesondere farbliche Gegenspieler sind die Themen "Tendre" und "Passionné" - hier die Kombination intensiver Rottöne von Burgunder bis Orange, dort neblige Pastelle und gebrochenes Weiss,

beide Richtungen in sportlicher Auffassung, aber unterschiedlicher Stimmung.

Die mit Nachdruck beschworene Authentizität und Rustikalität sieht bei den trendsetzenden Männermodemachern trotz der angestrebten Alltäglichkeit sehr fantasievoll aus, zumal sie oft ethnischen Elementen etwa aus Irland, Norwegen oder Mexiko, mit Tramper-Look oder Handwerkerstil in Verbindung gebracht wird. Jedenfalls brachte der geballte Auf-

tritt der modischen Männer in Paris zum Ausdruck, dass die rund zwei Dutzend Designer, die an fast ebenso vielen Schauplätzen der Stadt ihre Kollektion vorführten, allesamt nichts von betont perfektem Styling und pedantischem Kombinieren halten. Die Outfits müssen ganz lässig, wie zufällig gemischt und möglichst schon getragen aussehen. Das ist die Philosophie der neuen Natürlichkeit, die bisweilen in die Ärmlichkeit des "Grunge"-Looks kippt. Allerdings schimmern - als Gegentrend zu allzu lässiger oder derber Männlichkeit - hin und wieder romantische Züge durch mit Anzügen aus feinstem Nappa oder Samt, mit Capes, langen wehenden Mänteln über seidenen Westen und Hosen. Den von Kopf bis Fuss nachtschwarzen Versionen mit grosskrempigem Hut sagt man den Einfluss des neusten Kultfilmes nach: "Dracula" von Francis Ford Coppola.

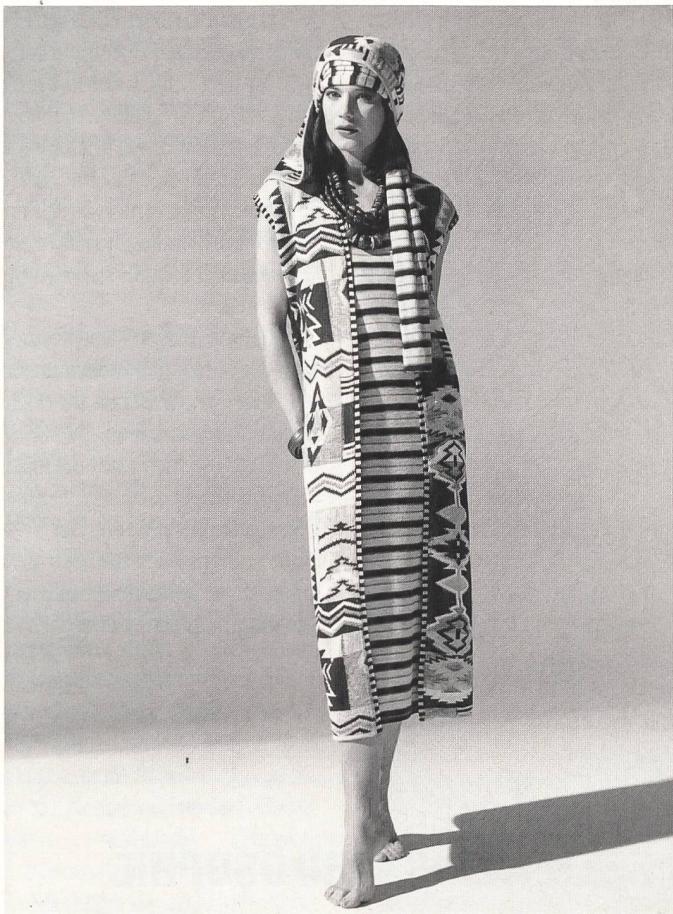
J.F.



*Schichten-Look im Style "Artisan" von Cerruti
moderne Romantik in
Nachtschwarz von Montana
Zeichnung: Christel Neff*

SPECTRUM

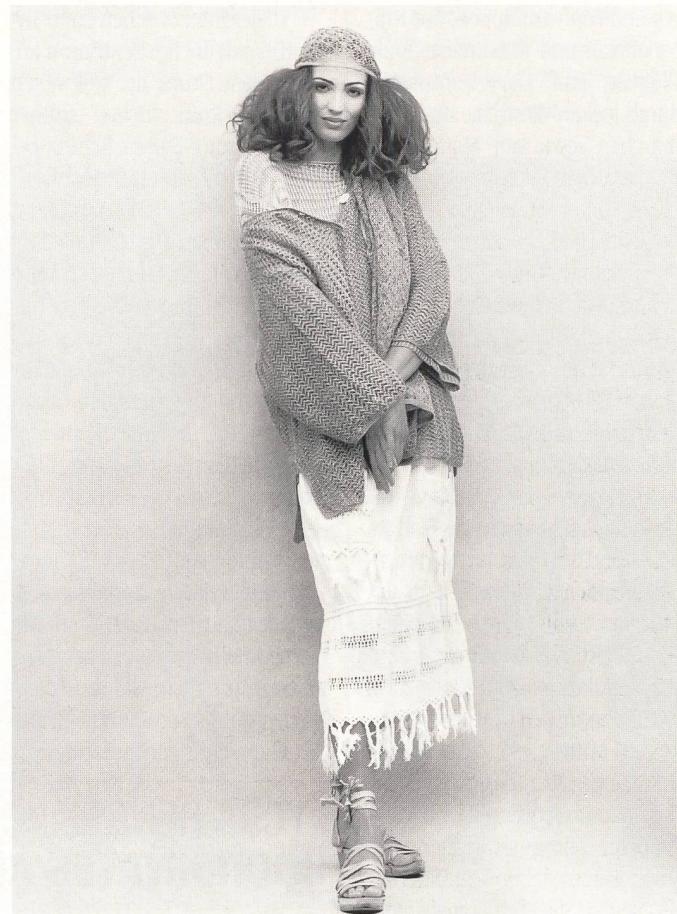
PITTI IMMAGINE FILATI FLORENZ ARTISANALE OPTIK



Kreativität ist das Stichwort, das den Pitti Immagine Filati in Florenz charakterisierte. Die immer noch angespannte Situation auf dem Stricksektor brachte ein besonders hohes Mass an modischer Phantasie hervor, die in allen Garn-Kollektionen für Sommer 1994 spürbar ist. Wie schon in den beiden vergangenen Saisons bestimmen einfache, lineare Garne den Kurs. Doch zeigt sich deutlich eine Rückkehr zu bewegten Oberflächen, zu kleinen Flammen und Bouclés, Ondés und Cablés, zu satiniert Optik und zu einem Hauch von Lurex. Chinés, Melés und Moulinés bis hin zu

Garnmix und ethnisch inspiriertes Patchwork-Dessin zu markanten Ringelstreifen für eine schmale Silhouette. Garne von BE.MJ.VA.

Multicoloreffekten stehen für einen sauberen, essentiellen, aber ungezwungenen Stil. Trockene, crêpige Garne, die wie Papier wirken oder an die Unregelmässigkeiten der Seide erinnern, zeigen ebenso wie Sommerchenilles und rustikale, unregelmässige Garne, die vor allem im jungen oder sportiven Bereich Akzente setzen, neue Möglichkeiten auf. Unverkennbar dominieren im Sommer 1994 ar-



tisanale Optiken mit Transparenz, werden Handstrickideen kommerziell übersetzt, gewinnen Handmade-Aspekte nicht nur im jungen Bereich deutlich an Terrain.

Die Pitti-Trendvorschau orientierte sich klar an den vier Materialthemen: Wolle, Seide und Baumwolle, Leinen und Viscose. Der Trend geht sowohl in die elegante als auch in die rustikal-natürliche Richtung. Leichte Gewichte, bewegte Oberflächen und neue Dessins sowie dreidimensionale Effekte stehen immer im Vordergrund. Natur als Inspirationsthema für Dessins, aber auch als Leitmotiv für Materialien ist stark prä-

Naturtrend in Sandfarben und Weiss und artisanale Optik am Strickensemble aus Leinen. Garne von Igea.

sent. In den Garnkollektionen spielen deshalb natürliche, edle Qualitäten die Leitmelodie, variiert durch luxuriöse oder raffinierte Mischungen. Synthetische Garne werden als Effekte eingesetzt.

Enorme Anstrengungen wurden bei den Dessins unternommen. Die Pitti-Trendtableaux boten ebenso wie die Kollektionen der Aussteller eine Fülle von Anregungen - nach Materialien geordnet

und an Modellen verdeutlicht. Wolle spielt vorwiegend mit gekräuselter Oberfläche, gibt sich innovativ und kühl in Mischungen mit Leinen und Seide, setzt auf Karos und Zopfvariationen, auf Rippeneffekte und dreidimensionale Cloqués, auf Supertransparenz durch lockere Gestricke und Fallmaschen sowie auf Matt/Glanz-Optiken. Das Spiel mit Seide und Baumwolle kontrastiert wie Luxus und Armut und gewinnt dadurch besondere Raffinesse. Auch hier dominieren Strukturrippen, partiell eingesetzte Zöpfe, Intarsiamuster und Ringelvariationen, Ajourés, Stick- und Flechteffekte, Noppenreliefs und Sommertweedideen mit viel Transparenz. Leinen und Leiniges sowie Hanf und Rammie zeigen den Aspekt des Rohgewebes und der Gaze, bringen matte Transparenz, spielen mit groben Maschen und lose gedrehten Garnen, rücken Flottungen und Reliefstrukturen, Halbzöpfe sowie medaillonartig eingesetzte Dessins in den Mittelpunkt. Viscose gibt sich ungewöhnlich, unstrukturiert, bauschig oder plattiert, variiert von seidig schimmerndem Lüster bis zur steifen Mattheit und gewinnt im Spiel um Transparenz, Netz- und Flechtideen, Karos und raffiniert eingesetzte dreidimensionale Rippen.

Vier Farbreihen mit je vier Nuancen von pastellig bis intensiv, von warmen Braun- über dezenten Grün- und matte Blaunuancen bis hin zu Indigo sowie Rostfarben und Stroh erlauben neue Kombinationen und bringen damit Spannung in den Strickbereich. Sie stehen als Symbol für die Rückkehr zum einfachen Leben und als Bindeglied zwischen Vergangenem und Gegenwart, bilden gleichfalls die Brücke zu ethnischen Inspirationen und zur Kunst anderer Völker.

DER VERKAUFTEN MODEKÖNIG

In der französischen Luxusindustrie hält die Konzentration an. Unter dem Druck der weltweiten Wirtschaftskrise suchen immer mehr Couture-Salons Schutz bei multinationalen Industriekonzernen. Jüngstes Opfer ist Yves Saint Laurent, der am 15. 1. 93 mit dem Pharmakonzern Elf-Sanofi fusionierte. 31 Jahre nach der Gründung seines Couture-Hauses verlor der Modekönig seine Unabhängigkeit und ging in einem Grosskonzern auf, der eine Tochtergesellschaft des staatlich kontrollierten französischen Mineralölkonzerns Elf Aquitaine ist. Nur so könne, meinte Pierre Bergé, Manager und Mitbegründer des Modehauses Saint Laurent, die Zukunft des Luxusunternehmens gesichert werden. Ausserdem sei so auch verhindert worden, dass ausgerechnet das Flaggschiff der französischen

Mode in die Hände eines ausländischen Konzerns fiel. Ein Schicksal, das Madame Grès und Jean-Louis Scherrer ereilte, die beide ihre Unabhängigkeit an japanische Investoren verloren. Der Umsatz des Saint Laurent-Imperiuns liegt bei 3 Milliarden Francs. Davon werden fast 80 Prozent mit Parfum und Kosmetik gemacht. Durch den Rückkauf dieses lukrativen Zweiges, der Eigentum des amerikanischen Squibb-Konzerns war, hatte sich der Couturier hoch verschuldet.

Bei Sanofi, durch die Fusion auf ein Umsatzvolumen von 20 Milliarden Francs angewachsen, befindet sich Yves Saint Laurent in bester Gesellschaft. Denn der Pharmakonzern hat in aller Stille einen Beauté-Zweig aufgebaut, zu dem die Parfummarken Oscar de la Renta, Van Cleefs et Arpels, Fen-

di, Krizia und Roger & Gallet gehören. Ausserdem ist er mehrheitlich an den Nina Ricci-Parfums und Yves Rocher beteiligt. Die "Mariage de Raison" mit Saint Laurent hat aus Sanofi-Beauté einen neuen Riesen gemacht, der mit seinen 10 Milliarden Francs Umsatz in die Weltspitze der Schönheitskonzerne aufgerückt ist.

In ihrem Parfum- und Kosmetikzweig werden der Modemacher und sein Partner Bergé nur noch Beraterfunktion haben. Das Couture-Haus werden sie dagegen noch bis Ende 2000 leiten. Eine Vertragsklausel sieht vor, das Yves Saint Laurent auch darüber hinaus noch die Kollektionen entwerfen kann, wenn er es wünscht.

U. H.

LYCRA RENDEZ-VOUS MONTE CARLO COORDINATES ALS BEKLEIDUNGSPHILOSOPHIE

Das von Du Pont in Monte Carlo organisierte 16. Lycra Rendez-Vous, eine Spezialmesse für Bade- und Beachwearstoffe, ist über seine ursprüngliche Bestimmung hinausgewachsen. Das veränderte Verbraucherverhalten, das nicht Bademode allein, sondern Coordinates für Bade-, Strand- und Freizeitmode bis hin zur Oberbekleidung sucht, zeichnet für die stärkere Öffnung verantwortlich. Dieser Aspekt fand in den verschiedenen Kollektionen seinen Niederschlag. Baumwolle mit Lycra, vor allem als Melé oder in nostalgischen Rippen, Microfaserqualitäten und Mischungen

mit Leinen und Seide galten als hitverdächtig, gefolgt von Raphia-Ideen und Kautschukmischungen mit Wolle und Polyamid.

Das grosse Angebot kreativer Ideen machte es den Einkäufern nicht leicht, die Modetrends herauszufiltern. Schliesslich fielen die Würfel zugunsten bewegter oder samtiger Oberflächen, Transparenz/Opaque-Ideen oder Matt/Glanz-Bildern. Ajourés und Nadelzüge, neue Jacquards, Plissées und Spitzen, Netz-, Knitter- und Fischhauteffekte mischten kräftig mit und gaben auch dem Activewear-Bereich neue Impulse - etwa durch Tüll- und Netzstrukturen, aufge-

stept auf polyurethanbeschichteten Reinkleinen. Bei den Drucken zeigten sich weiterhin Blumen von Mini bis Maxi sowie Patchwork, Karos und Streifen in vielen Variationen. Weit höher bewertet wurden jedoch ein- und zweifarbig Motive im Stil alter Modeldrucke, die an Küchentücher oder Schürzen erinnerten und vor allem auf Grau- oder Ecrufond eine leicht gealterte Optik boten. Aus der Herrenmode entlehnt wurden Dessins à la Glencheck, Salz und Pfeffer, Nadelstreifen oder Whippocards. Schliesslich weckten noch orientale Einflüsse mit einem Hauch Gold sowie Flechtwerkideen, Pin-

SPECTRUM

selstrichoptiken und Saristreifen Interesse. Mehr dem Activewearbereich zuzuordnen sind Süde- und Lederoptiken, sonnengebleichte Gravuren sowie Sand- und Schlammsspuren.

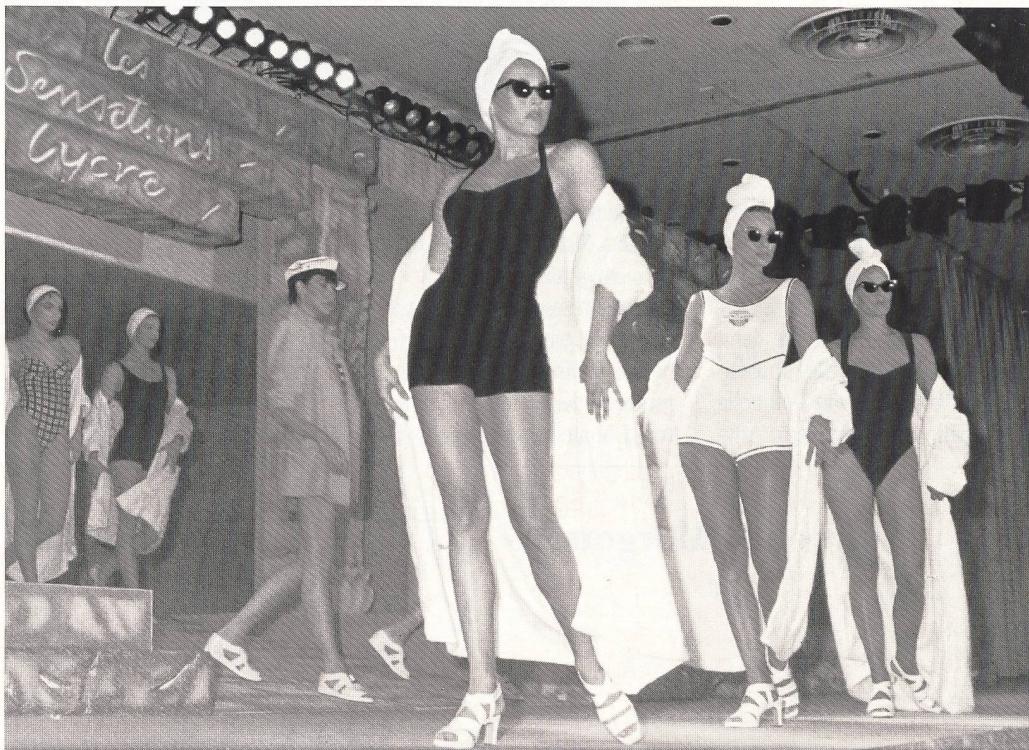
Als Trends lancierte Du Pont für Sommer 1994 sechs Themen für Damen und Herren, die auch für Activewear Gültigkeit haben: "Mountain Lake", "Idyllic Pond", "Desert Island", "Mississippi Delta", "Hot Springs" und "Holy River". Ein klares Farbkonzept von Blau, Weiss und Rot mit Gelb und Grün als Spielfarben sowie trockene, kühle Stoffstrukturen und neue, sportive, von der Unterwäsche inspirierte Schnitte mit markanten Nähten dominieren bei "Mountain Lake". Wellige, bewegte Oberflächen, Farben und Dessins aus der Teichvegetation, dreidimensionale und Licht/Schatteneffekte sowie Schnitte, die wie eine zweite Haut sitzen, Wickelformen, Transparenz und Layerlook finden sich bei "Idyllic Pond". Das ursprüngliche Leben à la Robinson Crusoe stand Pate bei "Desert Island". Naturtöne, weiche Lederoptiken, verblasste Blumen, Schlamm- und Sandspuren finden in Schnitten, die an Schiffbrüchige

erinnern, ihre Interpretation. Kreolische Farben und Dixielandrhythmen, Spitzen, Patchworks, Blumen und Karos inspirieren das Thema "Mississippi Delta" mit Schnitten im Korsettstil. "Hot Springs" mit traditionellen Kimono-Drucken und maskulinen Dessins übersetzt Bewegungsfreiheit

und Gesundheitsbewusstsein in sachliche Schnittformen und sinnliche Schlauchkleider. "Holy River" beschwört mit transparenten, seidigen Qualitäten, Sarimustern, gewickelten und drapierten Modellen die Sensation eines rituellen Bades herbei.

R.Z.

Das Marinethema zählte schon für Sommer 1993 zu den Bestsellern und mischt, erneuert in Dessins und Styling, auch im Sommer 1994 mit.



NEUENTWICKLUNG «TENDER SOFT»

Von einem Stickereiunternehmen werden heute nicht nur überzeugende Dessins erwartet, die der Mode (und der Konkurrenz) eine Nasenlänge voraus sind, sondern auch technische Neuheiten. Gera de Wäschestickereien sind technologisch anspruchsvolle Produkte. Dabei spielen Forderungen wie niedrige Schrumpfwerte, genaue Einhaltung von Farbstandards und Elastizität schon längere Zeit eine grosse Rolle. Neuerdings wird

der Weichheit und Hautfreundlichkeit von Wäschestickereien immer grössere Bedeutung beigemessen. Aufgrund dieses Anspruches steckte sich die Forster Rohner AG, St. Gallen, das Ziel, eine neue Generation besonders weicher Tüllstickerei herauszubringen.

„Tendersoft“, die kuschelweiche, hautfreundliche Tüllstickerei für die Wäscheindustrie, wurde am Salon Interfilière Ende Januar in

Paris erstmals vorgestellt. Es handelt sich um eine exklusive High Tech-Entwicklung. Sie besteht zu 100% aus Polyamid. Die frappante Weichheit wird durch das raffinierte Zusammenspiel von Tüll, Stickgarn, Sticktechnik und Veredelung erzielt.

„Tendersoft“ ist eine eingetragene Marke und wird in den Kollektionen von Forster Willi und Jacob Rohner geführt.

SPECTRUM

MÜNCHNER MODEPREIS FÜR GENNY

Genny ist hier gewissermassen Kürzel für Donatella Girombelli, die nicht nur die Genny-Kollektion entwirft, sondern verantwortlich ist für die gesamte Genny Holding als deren Präsidentin. Sie gilt als einflussreichste Frau in der italienischen Modebranche, steht sie doch einem Unternehmen vor, das 1991 einen Umsatz von 340 Mrd. Lire erzielte. Der Modepreis der Landeshauptstadt München 1993, überreicht im feierlichen Rahmen der Residenz als Auftakt zur Mode-Woche-München, würdigte denn auch gleichermassen die Fähigkeiten und Verdienste von Donatella Girombelli als Managerin und

Designerin. Eindrücklich aufgezeigt wurde die Kontinuität des Erfolges mit der Modeschau unter dem Motto „gestern - heute - morgen“ mit Rückschau und Ausblick, die zum Ausdruck brachte, dass Formen wechseln, aber Stil und Profil einer modernen Auffassung von Bekleidung und Mode Bestand haben. „Wir sind überzeugt, dass das, was wir „heute“ ernten, ein Ergebnis ist, was wir „gestern“ gesät haben und dass dies das solide Fundament darstellt, auf dem wir unser „morgen“ aufbauen - lautet die entsprechende Philosophie des Hauses.

Das Mode-Imperium ist mit Umsicht gestaltet worden, in kreativer wie in geschäftlicher Hinsicht. Gegründet wurde die Firma Genny 1961 in Ancona von Arnaldo Girombelli, dem späteren Ehemann von Donatella, der bereits 1980



Foto: Donatella Girombelli

starb, als ein kleines Modeatelier. Heute werden jährlich über 2 Mio. Einzelteile in mehr als dreissig Ländern verkauft, und die Holding umfasst neben den beiden Hauptunternehmen Genny Moda S.p.A. und Byblos S.p.A. Firmen in

Deutschland, USA, Japan. Die gesamte Produktion der Designer-Kollektionen Genny, Byblos, Compline und der daraus abgeleiteten kommerzielleren Linien erfolgt in Italien. Den Ruf des „Made in Italy“ und das Profil des „Italian Look“ hat denn auch Donatella Girombelli durch ihren unternehmerischen Weitblick und ihr innovatives Gespür mitgetragen und mitgestaltet. Stets hat sie auch junge Talente erkannt und gefördert - prominentes Beispiel ist Gianni Versace, den sie 1974 engagierte. Claude Montana entwarf während mehrerer Jahre Compline, die avantgardistischste Kollektion, die heute von Domenico Dolce und Stefano Gabbana kreiert wird, während das englische Designer-Duo Keith Varty und Alan Cleaver die Byblos-Linien für Damen und Herren betreut.

J.F.

finest swiss cotton

Albrecht + Morgen AG

alumo

CH-9101 Herisau

for top shirtmakers

hmu

Hausammann + Moos AG

The two top in Swiss shirtings



VON DER KUNST, DIE WELT AUFS SCHÖNSTE ZU UMGARNEN.

EIN BREITES SORTIMENT
MIT GARNEN AUS FEINSTER
BAUMWOLLE UND HOCH-
WERTIGEN CHEMIEFASERN.
IN FÜHRENDER QUALITÄT
UND PERFEKTER GLEICH-
MÄSSIGKEIT FÜR HÖCHSTE AN-
SPRÜCHE. VERLANGEN SIE
DEN BEWEIS. NEF LIEFERT
PRÄZISION UND SERVICE.

NEF  **CO**

Aktiengesellschaft

CH - 9001 ST. GALLEN

TEL 071 - 20 61 20

FAX 071 - 23 69 20

