

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1994)
Heft: 97

Artikel: Spectrum
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796436>

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: 25.12.2025

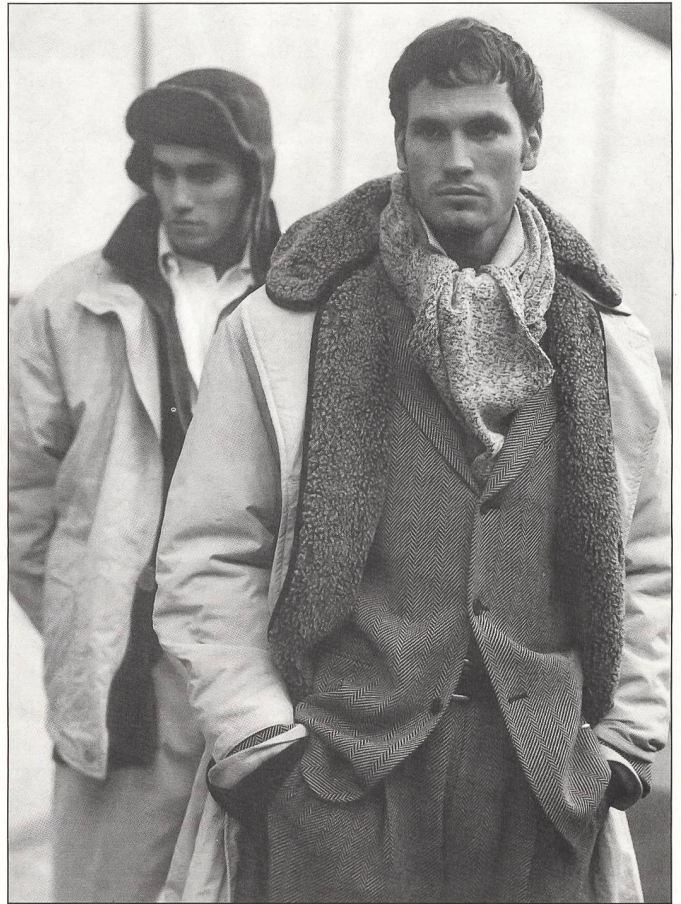
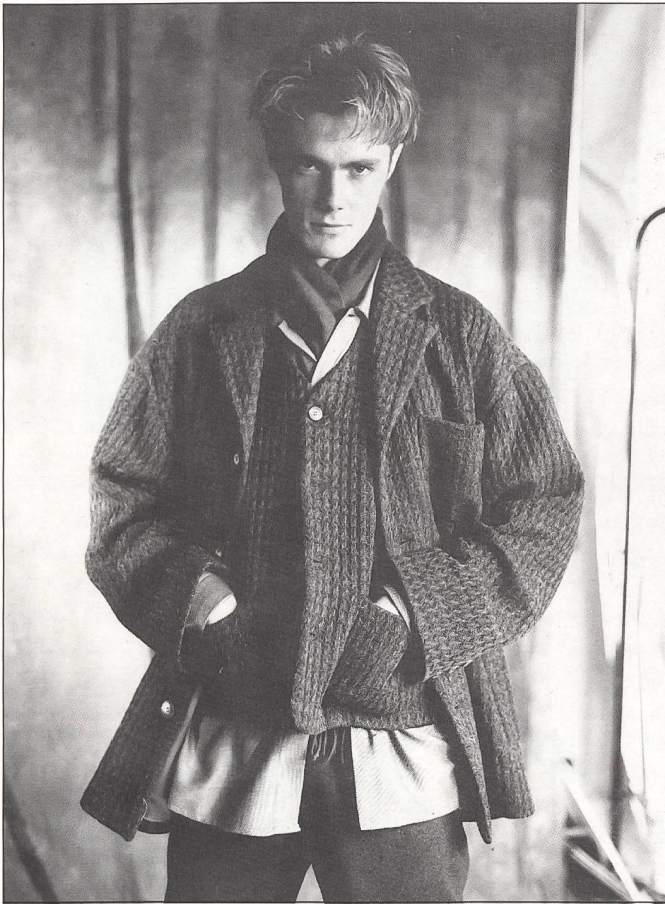
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

PITTI IMMAGINE UOMO SPANNENDE UNFARBIGKEIT

lich spannend ist, weil sie viele Non-colours mit Akrilie mischt. Diese verhaltene Palette leitet sich aus einer stark betonten Rustikalität ab mit Erd- und schon stumpfen Herbstlaubnuancen, mit Schlammfarben und undefinierbaren grau-grün-blau-braunen Mischönen. Es sind richtig altmo-

Comeback der Tweeds in allen Varianten, der derben Donegals und Shetlands, aber auch mit Flausch und Teddy und vor allem mit Samt in glatter und gerippter Variante. Sportlichkeit ist gefragt, und die Wirkung der Stoffe ist ausgesprochen wollig und winterlich wärmend, Geborgenheit vermittelnd.

langer Paletot und Grobstrickjacke eine Verbindung ein, spielen Stufeneffekte mit Hemden, Kasaks, Gilets, Vestons, Overjackets ein kurzweiliges Zusammenspiel. Layering bringt Sportswear und City-Stil unter einen Hut, integriert die wichtige Maschenmode und das wieder aufholende Leder mü-



"An Farbe hängt, nach Farbe drängt doch alles . . ." war man vor kurzer Zeit noch geneigt zu behaupten in bezug auf die männlichen Outfits. Farbe musste als Blickfang und Kaufanreiz herhalten, und nun trifft das Gegenteil zu. Der Verzicht auf Farbe prägte jedenfalls das Winterangebot am Pitti Immagine Uomo in Florenz. Denn überraschend konsequent bekennt sich die italienische Männermode zur Unfarbigkeit, die frei-

*Der Mix von Sportswear und City-Look nimmt dem Stil jede Formalität.
Modelle Studio 001 Ferré.*

dische Männerkleiderfarben, die aber in der Kombination mehrere Schattierungen neu und höchst raffiniert wirken.

Ähnliches gilt für die Stoffe, die zuweilen, wie die unkonstruierte, komfortable Anzugoptik, etwas old-fashioned erscheinen mit dem

Wohl sind die Materialien voluminös, aber gleichzeitig ganz weich und geschmeidig, was Voraussetzung ist für die vielen Schichten, die übereinandergetragen werden.

Denn das ist unerlässlich zum Erzielen des neuen Looks: Layering. Ohne Regel und Vorschrift wird Lage um Lage kombiniert, werden formelle und informelle Teile gemixt, gehen wattiert aufgeblasene Nylonjacke und feiner Cashmere-Anzug oder eleganter

*Layering heisst das Prinzip für den lässigen Auftritt der Männermode.
Modell Stefano Chiassai.*

helos und wie zufällig: casual eben. Denn der Kernpunkt der Veränderung in der Männermode ist die Verschiebung vom korrekten Business Look zum nicht ganz perfekten, zufällig erscheinenden, sehr persönlichen Mix. The Personal Puzzle heisst das Schlagwort.

MÄNNERMODE IN PARIS UMBRUCH – AUFBRUCH

Wie sehr sich die Leitbilder ändern, davon vermittelte das grosse Männermode-Rendez-vous in Paris mit dem bedeutenden Salon International de l'Habillement Masculin (Sehm) und den rund dreissig Designer-Schauen einen geballten Eindruck. Die gepflegte Eleganz des feinen Supercento-Anzuges ist kein Thema mehr für den modernen Mann, der die Vorlagen für seine äussere Erscheinung nicht länger im Manager- und Banker-Milieu ansiedelt. Ein Umbruch zeichnet sich ab vom Korrekten zum Lässigen, ein Aufbruch zum Individualistischen. Der Einfluss der Strasse macht sich breit, "casual" ist als Schlagwort bei der Hand. Angezettelt hat diese Demontage des Perfekten und Korrekten die Designer-Avantgarde, die sich nicht vor Übertreibungen scheut – Stichwort: Grunge – doch spiegelt sich der Wandel nun auch im breiten kommerziellen Angebot augenfällig.

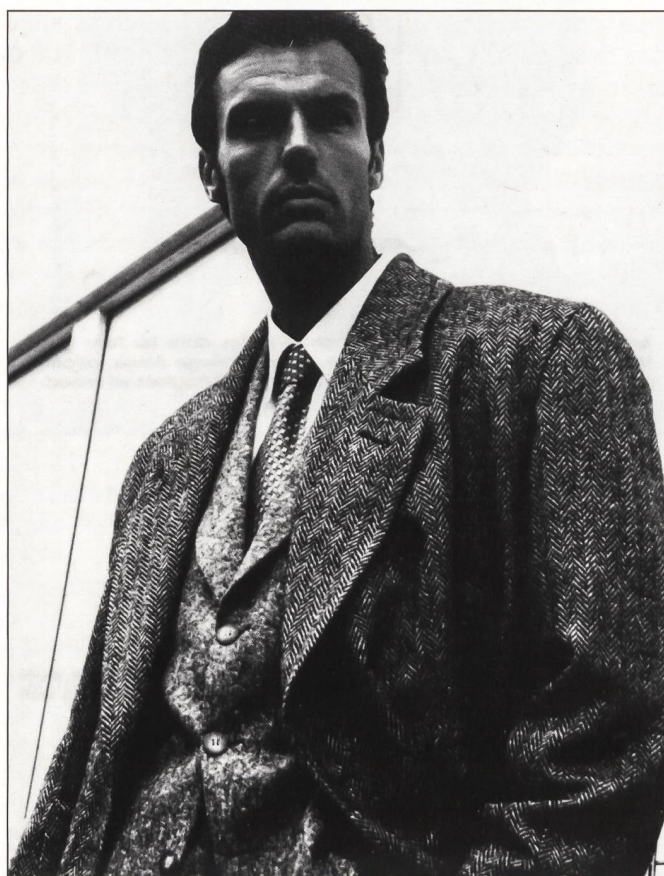
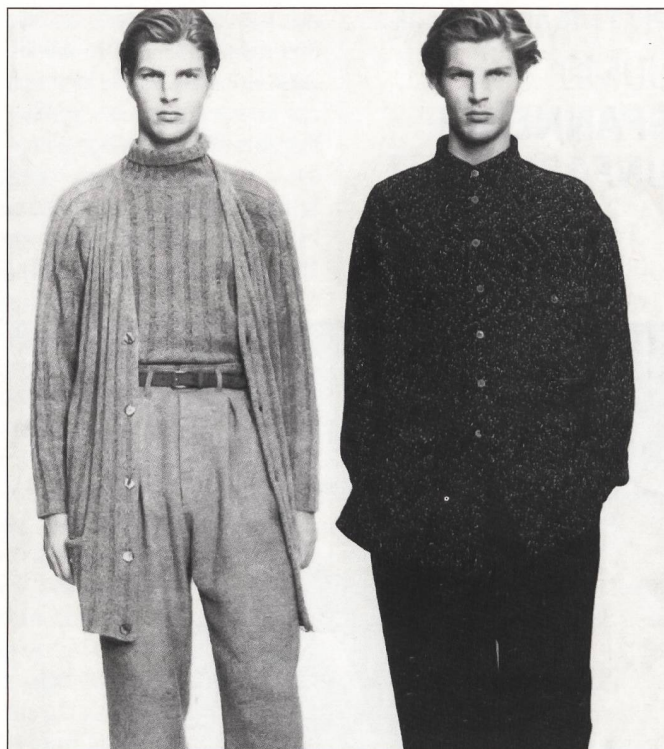
Da kamen am Sehm Unmengen von rustikalen Tweeds und Shetlands, von Chevrons und Cavalry Twill, von Cords und was sonst noch die englisch angehauchte Country-Optik ausmacht, zusammen und wurden kombiniert mit weichen glatten Oberflächen. Da wurden ganz unkonstruierte Silhouetten vorgeführt, oft mit etwas überweiten Jacken, zumal darunter mehrere Lagen von Hemd, Pullover, Weste oder grobmaschiger Strickjacke Platz finden müssen. Das ergibt, im Verein mit kurzen Flauschmänteln, daunen-

gefüllten Parkas und Cabans mit Military-Details üppige Outfits, die eisigen Winden und Minus-Temperaturen trotzen.

Dass sich die Leitbilder noch viel grundsätzlicher wandeln, davon legen zumindest die Avantgarde-Stilisten-Kollektionen Zeugnis ab. Am extremsten formulierte Comme des Garçons eine Mode, die mit dem Herkömmlichen brechen will. Achtlos schauten Hemden und zu grosse Pullover zipfelnd unter den Jacken hervor, die, mit Absicht natürlich, zu eng geschnitten waren und über der Brust spannten. Das Bild des Clochards ist nicht ganz aus dem Kopf zu kriegen. Gestrickte Teile, die sehr wichtig sind und etwa als dicke lange Outdoor-Jacken den Mantel ersetzen oder sogar als ganzer Anzug auftauchen, sehen auch bei anderen Modemachern so aus, als seien sie nicht ganz exakt von Hand gearbeitet. "L'homme est casual chic", sagt Cerruti, wobei der Akzent je nachdem eher auf chic oder auf casual = zufällig liegt.

*Maschen für Männer.
Modelle Cerruti.*

*Tweed über Tweed.
Modell Luc Saint-Alban.*



PITTI IMMAGINE FILATI DIE RÜCKKEHR DER PHANTASIE

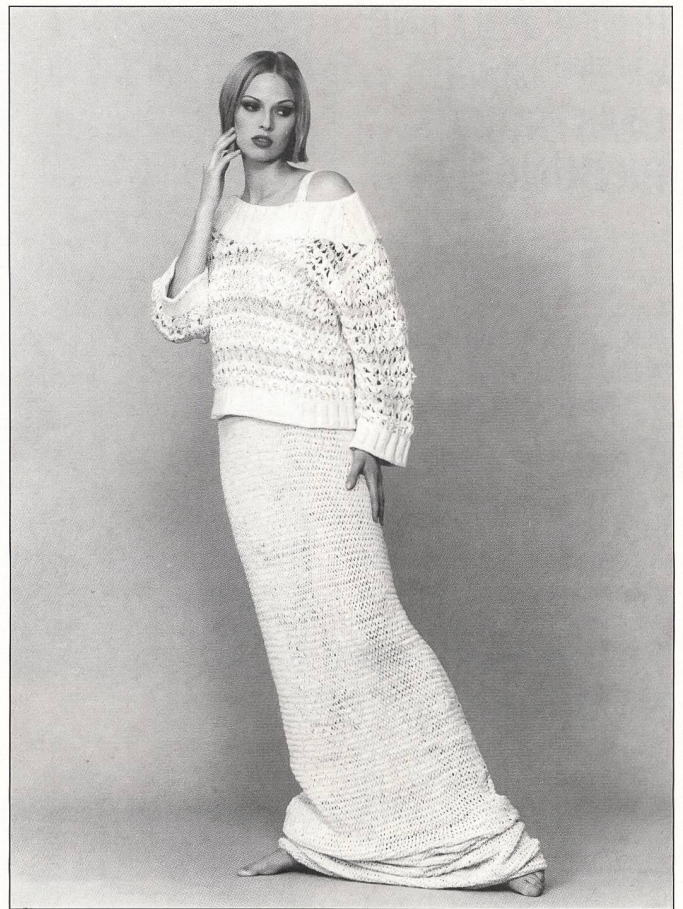
Nicht nur über die Garn- und Farbtrends für Frühling/Sommer 1995 konnten sich die Besucher des Pitti Immagine Filati in Florenz informieren, sondern ebenso über die neuesten Strick-technischen Möglichkeiten. In einer sehr interessanten Ausstellung "La Maglieria Futurista" waren auf sechzehn Modepuppen Strickwaren zu sehen, deren kühne Entwürfe auf italienische Künstler des Futurismus zurückgehen. Sie wurden in den Jahren 1917 bis 1935 kreiert, konnten aber erst jetzt dank modernster Elektronik industriell verwirklicht werden.

Was modernste Maschinen möglich machen, wurde auch im "Spazio Tendenze" sichtbar, wo die Trends für Sommer 1995 in drei Themen zusammengefasst waren. Tenor der Präsentation ist jene Ungezwungenheit und Lässigkeit, die der Strickware wieder einen höheren Stellenwert einräumt. Die Mode liebt wieder Effekte wie Knötchen, Flammen, Noppen, Bouclés, Ondés und Frisés, Moulinés und Jaspés bis hin zu feinen Bändchen. Phantasievolle Garne feiern ein Comeback. Der Run auf Leinen ist ungebrochen. "High Tech" steht für eine funk-

tionelle Mode mit sportlichen Akzenten und für einfache, aber phantasievolle Garne. Metallische und glänzende Effekte kontrastieren mit gekämmten und gebürsteten Optiken sowie Chenille. In weichen, hellen Pastellen werden Längsdesigns in den unterschiedlichsten Lösungen realisiert – als Jacquards, kleine Geometrics, Dégradés, Rippen und Zöpfe in vielen Variationen. Raffinierte Mischungen mit Wolle, Microfasern, Baumwolle und Viscose erweitern die Spielmöglichkeiten.

"Colours Up" ist ein Spiel der Gegensätze mit Anklängen an die 60er Jahre – mit Pop-Kultur und sozialer Revolution, mit Mini-Rock und Beatles-Sound. Die Strickwaren imitieren mit phantasievollen Abschlüssen das Abgenutzte, scheinbar Beschädigte, sind aber edel, fast luxuriös. Seide, Shantung, Bourette, Crêpes und Mischungen mit Baumwolle und Viscose zeigen Kontraste zwischen weich und hochgedreht, voluminös und superdünn. Die Farbpalette weist Zitrone, Fuchsia, Mohnrot, Keramikblau, Türkis, Tabak und Säuregrün auf.

"Up to Date" signalisiert erlebte Eleganz mit Anklängen an die



*Fantasiegarne für
Handstrickoptik von Igea*

grossen Modeschöpfer der 30er und 40er Jahre. Bedruckte Garne und noble Mischungen mit Leinen, Baumwolle, Microfasern und Viscose übersetzen geschickt die

diskreten Dessins – von Ajourés über Diagonals. Von eleganten Rippen bis zu Plissé- und Knittereffekten. Die Farben reichen von Elfenbein über Schiefer, Mahagoni, Palisander und Bronze bis zu Hartzinn, Ebenholz und schwarzem Onyx.

DÉ D'OR ZWEIMAL VER- GEBEN

Der Dé d'Or für die besten Frühjahr/Sommer-Kollektionen der Pariser Haute Couture wurde diesmal zweimal vergeben. Eric Mortensen, der für die Jean-Louis Scherrer-Kollektion verantwortlich ist, erhielt ihn für seinen klassischen Stil, Lecoanet-Hemant wurden dagegen für ihre moderne Recherche mit der begehrten Trophäe ausgezeichnet. Damit wurde endlich die Arbeit von zwei jungen Couturiers honoriert, die in diesem

Jahr ihr 10. Firmenjubiläum feiern. Der Franzose Didier Lecoanet und der Deutsch-Inder Hemant Sagar haben in dieser Dekade ausserhalb des Mode-Show-Business und in wirtschaftlicher Unabhängigkeit Haute Couture gemacht, die ihre Passion ist. Dabei haben sie versucht, Ökobewusstsein in der Luxusmode zu wecken. Mit Geweben aus Bananen- oder Ananasfasern, mit Muschelstickereien auf Jute, mit Schmuck aus Strand-

fundstücken haben sie in dieser Saison gezeigt, dass Luxus ein kritisches Umweltbewusstsein nicht ausschliessen muss. Lecoanet-Hemant haben einen mutigen Weg eingeschlagen, der mit Couture-Konventionen bricht, aber Zukunft hat, da unzerstörte Natur selbst zum Luxus werden könnte.

RHÔNE-POULENC VISCOSUISSE UMSTRUKTU- RIERUNGEN

Die Geschäftsergebnisse der europäischen Gesellschaften des Sektors Fasern und Polymere der Rhône-Poulenc (Umsatz 1993: 11,2 Milliarden FF) haben sich massiv verschlechtert. Diese Situation verlangte eine Überprüfung der Unternehmensstrategie mit dem Resultat, dass Umstrukturierungen in

den einzelnen Gesellschaften unumgänglich sind und Zusammenschlüsse mit anderen Konzernen eingegangen wurden, um die Präsenz auf dem europäischen Markt zu stärken. Mit der Umstrukturierung der einzelnen Werke auf spezialisierte Produktesparten werden Rationalisierungen in der Produktion angestrebt und Fixkosten reduziert, damit die Rentabilität verbessert werden kann.

Die Rhône-Poulenc Viscosuisse, die heute Industriegarne, Monofilamente und Textilgarne produziert, ist ebenfalls in die Umstrukturierungsmassnahmen im Sektor Fasern und Polymere mit einbezogen. Sie wird sich sukzes-

sive auf die Herstellung von Industriegarnen, Monofilamenten und Polyester-Textilgarnen spezialisieren:

Der Platz Emmenbrücke, seit dem 1. Januar 1990 Hauptsitz weltweit des Departementes Industriegarne und Monofilamente, konzentriert sich auf die Forschung, die Produktion und den Verkauf von Industriegarnen und Monofilamenten.

Der Platz Widnau, seit dem 1. Januar 1994 Hauptsitz weltweit des Departementes Polyester-Textilgarne, wird sich künftig ausschliesslich auf die Produktion und den Verkauf von Polyester-Textilgarnen ausrichten.

Die Produktion der Polyamid-Textilgarne in Emmenbrücke wird sukzessive den Gesellschaften der Nylstar (seit dem 1. Januar 1994 Joint-Venture Rhône-Poulenc/Snia im Bereich Polyamid-Textilgarne) abgetreten. Andererseits wird die Produktion der Industriegarne der Polyester-Textilgarne der europäischen Werke der Rhône-Poulenc an die RP Viscosuisse übertragen. Die damit zusammenhängenden Produktionsverlagerungen dauern 3 Jahre und sollen bis Ende 1996 abgeschlossen sein.

PREISGEKRÖNTER MODENACHWUCHS

Erstmals hat der Detailhandel in der Schweiz die Initiative zur Schaffung eines Modepreises für junge einheimische Talente ergriffen. In Zusammenarbeit mit dem Musée des Arts Décoratifs der Stadt Lausanne wurde von den Grands Magasins Innovation SA der "Grand Prix Innovation des Créateurs de Mode" gegründet und vor kurzem anlässlich einer Vernissage im Museum an die Zürcherin Stefania Samadelli verliehen. Der Spezialpreis für Modestudenten ging gleichfalls nach Zürich, obgleich von den 61 Kandidatinnen und Kandidaten gut zwei Drittel aus der französischen Schweiz stammten. Eine kompetente internationale Jury hatte je zwei Entwürfe zum Thema "Kleidung als Wunschobjekt" zu begutachten. Dass die Wünsche der jungen Designer in völlig verschiedene Richtungen zielten, liegt auf der Hand bei dem in der Mode allenthalben angestrebten Individualismus.



Grand Prix Innovation des Créateurs de Mode für die beiden Entwürfe von Stefania Samadelli.

Foto: Laurent Guiraud.

INTERFILIÈRE PARIS PREIS FÜR GREUTER-JERSEY

An der Textilfachmesse "Interfilière" zeigten 170 Aussteller aus 12 Ländern Materialien für die Wäschemode 1995. Dazu gehörte auch das Ostschweizer Textilunternehmen Greuter. Im Produktionsbereich feinfädiger modischer Jerseys – vornehmlich für Damen- und Herrenunterwäsche – nimmt diese 1933 gegründete Firma nicht nur in der Schweiz, sondern auch europaweit eine Spitzenstellung ein.

Zum fünftenmal zeichnete die "Interfilière" je eine Ausstellerfirma in den Bereichen Spitzen, Stikereien, Gewebe und Jersey für besonders kreative Leistungen aus. 1994 ging der Preis für den originellsten Jersey, zusammen mit einer Ehrenurkunde, an Greuter-Jersey AG in Sulgen. Ausgezeichnet wurde ein auf einer elektronisch gesteuerten Strickmaschine hergestellter Jacquard-Singlejersey aus 97% Baumwolle und 3% Lycra. Das Produkt besticht durch einen angenehmen "Griff" und im Design

durch einen interessanten Rhythmus der Relieupartien und durch ungewöhnliche Rippen.

Der Jury 1994, präsiert von Micheline Alland, früher Fashion Director der Première Vision, gehörten 20 massgebende französische Fachleute der gesamten Textilkette von der Produktion, dem Styling bis zum Detailhandel an. Micheline Alland führte aus: "Kreativität existiert überall. Als wirklich innovativ kann aber nur ein Produkt bezeichnet werden, wenn es für die Konsumentin erreichbar und erschwinglich ist." Für die Preisverleihung war ausschlaggebend, dass die Produkte den Erwartungen des Marktes entsprachen, Impulse für die Wäschemode geben und gleichzeitig das Ansehen der Lingerie-Branche steigern.

MODEFOTOGRAFIE VANITÉS

"La conquête du superflu donne une excitation spirituelle plus grande que la conquête du nécessaire". Dieses Bonmot steht als Zwischentitel im Katalog der Ausstellung "Vanités" im Centre photographique von Paris. Es hängt gewissermassen über den Hunderten abgelichteter Modelfrauen, die als puppenhafte Abstraktionen von Kokotten, Schauspielerinnen und Aristokratinnen der Zeit Napoleon III. ihre Karriere begonnen haben und heute wieder abstrahiert wirken, weil Mode und Frau sich bevorzugt in Körper, Kontur, Konzept des Designers oder Fotografen ausdrücken.

Die Liste der vertretenen Kamera-Asse ist gross, wenn auch Namen wie Horst, Beaton, Avedon fehlen. Dennoch mehr als genug, um vergangene Auffassungen, Ästhetik und Idole aufleben zu lassen, um die Perfektionierung von Technik und den Aufstieg des Medienkultes zu verfolgen.

Handkamera und erste Illustrierte machten die frühen Mode-



*Irving Penn «Harem Dress»
von Balenciaga 1950*

reportagen der Frères Seeberger oder von Lartigue möglich, faszinierende Zeugnisse von den Treffpunkten der Eleganz Anfang des Jahrhunderts. Die Verbesserung von Film, Beleuchtung und professioneller Ausbildung schufen jene anmutig-ätherischen und zugleich natürlichen Posen eines Adolphe de Meyer oder Edward Steichen in den Society-Blättern der Zwanziger-Jahre. Hoyningen-Huenés Modelle wirken wie antike Göttinnen in den Badeanzügen oder

Couture-Kleidern der Dreissiger. Kleid und Körper werden gleichrangig.

Die berühmte Blumenfeld-Fotografie "Lisa auf dem Eiffelturm" von 1939 ist zugleich typisch für die immer wichtigere Einbeziehung der Umgebung der "Zeitkulisse". Heraus aus dem Studio, ohne auf gewissenhafte Regie und zunächst auf präzise Darstellung der Mode zu verzichten. Von den Sechzigern an, prägen immer perfektere Technik, Farbfilm und ver-

lockende Werbeaufträge eine neue Generation von Tabu-brechenden, Profil-pflegenden Fotografen. Expressionistische Tendenzen bei Peter Lindbergh. Mode plus Sex plus Perversion bei Helmut Newton. Experimente mit Farbe und Graphism bei Nick Knight. Storytelling, Surprise, visuelle Schockwirkung, um im Blätterwald des letzten Jahrzehnts aufzufallen. L'art pour l'art! Und zum Nimbus des Blattes und des "Auslösers" gesellt sich der des Models, des hochbezahlten Hochglanz-Stars. Oder der weltweit bekannten Marke, für die das Foto wirbt. Wie etwa Guy Bourdin eng mit der ungewöhnlichen Pilot-Publicité von "Jourdan" verbunden ist.

Mode-Fotografie – eine Partnerschaft, die schon manchmal einer Feindschaft ähneln kann, weil jede die Oberhand gewinnen möchte.

Das **Etikett**
wird
zur **Etikette**

**BALLY
LABELS**

Bally Labels AG
Etikettenfabrik
Schachenstrasse 24
CH-5012 Schönenwerd
Telefon 064/40 37 40
Telefax 064/41 40 72