

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten
Band: 98 (1991)
Heft: 1

Artikel: It's Cologne
Autor: Reims, Martina
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-677281>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.05.2025

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

It's Cologne

Die Männer sind hinter den Frauen her – so jedenfalls behaupteten Vertreter der Textilindustrie an der Pressekonferenz anlässlich der kommenden It's Cologne vom 15. und 16. Januar 1991. Zum ersten Mal überstieg der Umsatz der Industrie in Deutschland die 5 Mrd.-Mark-Grenze (+ 10 % zu 1989), wobei der Handel nach 1989 mit 21,7 Mrd. DM einen Zuwachs von ca. 9 % verbuchen konnte.

Doch nicht nur die äussere Hülle wurde gepflegt. In der Wäsche-Industrie wurden 1990 satte 25,8 % mehr umgesetzt, wobei die Hemden mit 22 % den Löwenanteil für sich verbuchten. Zurückzuführen sind die Supergeschäfte auch auf hohe Exportzuwachs-raten, wobei die Schweiz mit 129 Millionen DM (+ 5,4 %) nach den Benelux-ländern und Österreich an 3. Stelle liegt. Geschäfte in Ostdeutschland stek-ken dagegen noch in den Kinderschu-hen. Dass ein hoher Umsatz nicht im-mer mit einem hohen Gewinn verbun-den ist, führte der Geschäftsführer des Verbandes für Herrenindustrie, Thomas Rasch, auf gestiegene Produktionskosten im In- aber auch im Ausland sowie auf unerwartete Sonder-zahlungen wie erhöhtes Weihnachtsgeld und neue Feiertage zurück.

Ob um sich selbst zu gefallen oder den Frauen «denen sie hinterher sind», bleibt dahin gestellt. Fest steht, dass mittlerweile 73 % der Herren der Schöpfung ihre Kleidung für sehr wichtig empfinden und davon 77 % saloppe Kleidung bevorzugen. Um dem entgegenzukommen, hatten das Deutsche Institut für Herrenmode und die Köln-Messe einen Designerwettbewerb um den Anzug der 90er Jahre ausgeschrie-ben. 62 Vorschläge reichten 20 Frauen, 11 Männer und fünf Teams ein.

Den ersten Preis gewann Rogério Alves aus Lissabon mit einem hellen An-zug mit Schalkragen und Reissver-schluss sowie Knopflaschen an den Är-meln, welcher dem Wunsche des star-ken Geschlechts nach Saloppheit durchaus entgegenkommt.



1. Preis: DM 5'000.-, Designer-Modell von Rogério Alves, Lissabon.

Avantgardistischer Anzug im sportiven Look aus Wollweisser Schurwolle. Over-jacket im Raglanschnitt mit Schalkragen, Ärmelriegeln, grossen, aufgesetzten Pat- tentaschen. Bild: DIH, Köln

Den zweiten Platz teilten sich Birgitt Evers aus Bonn mit einer Kombination aus Schlupfblouson und Reissver-schlussaschen, welches nach schnit-technischen Aspekten nicht zu einem Anzug gehört – und einer schlichten Hose und Jörg Miedke mit einem zwei-farbigem 08/15 Sakko zu bundfaltenlo-ser Hose und Rollkragenpullover. Platz drei belegte ein Designerteam Cachine aus Berlin mit einem simplen Einrei-her-Tweed-Sakko zu Zigarettenhose und Strickweste.

Originellere und schnittechnisch aus-gefeiltere Ideen wie ein nachtblauer An-zug mit asymmetrischem Rücken-schlitz und Schliessfront zu einem raffi-nierten Westenmodell und Hose oder folkloristisches Oberteil zu Patchwork-hose sowie ein ideenreiches Chiffonen-semble blieben leider auf der Strecke.

Der siebte Designerwettbewerb, der nun folgend ausgeschrieben wird, ist durch das Thema «Sommerstrick 92» bestimmt.

Auf der It's – die in Zukunft wie die HMW vorgezogen wird – stellen nun 301 (+ 10 %) Unternehmen Mode für den Winter 91/92 aus. Das Farbthema Winterfaszination mit den Farbgrup-pen Laub, Winterrot, Reif und Winter-grün ist Leitfaden für die sich nicht grossartig ändernden Modelle. Die Stoffe sollen einen weichen Griff und ei-nen fließenden Fall aufweisen. Wichtig sind Materialien wie Cashmere, Woll-qualitäten, auch in Mischung mit Seide; Samt oder Cord und je nach Bereich Viskose sowie Mikrofaser. Neu sind at-traktive Garneffekte für grösseres Volu-men bei gleichbleibendem Gewicht.

Die Silhouette zeichnet sich durch Einfachheit mit natürlicher Körperli-nie aber starker Taillierung aus. Bei den Sakkos stehen Dreiknopf-Einreier im Vordergrund. Zweireier erhalten durch eine trapezförmige Knopfanord-nung ein modisches Lifting. Hosen blei-ben schlicht und ohne auffallende Merkmale. Für die junge Generation sind langgezogene Blazerformen mit hochangesetzten Taschen und neuen Reversformen zu fussengen Röhrenho-sen vorgesehen.

Einen Seitenblick auf die Damen werfen die Männer bei den Mänteln. Swingertypen sowie Dufflecoats und Longjackets im Muster- und Material-mix werden auch bei dem starken Ge-schlecht dominieren. Die Brust schmücken sie sich – wie gehabt – mit City-Hemden in den üblichen Mustern, neu sind angeblich verhaltene Karo-varianten, sowie Sportswearmodellen mit interessanten Überfärbertechniken und variantenreichen Pullovern im Stil der 50er Jahre, die endlich auch der Maschenindustrie wieder zu Höhen-flügen verhelfen sollen.

Martina Reims ■