

# Schweizer Nouveautés auf Erfolgskurs

Autor(en): **Hüssy, Ruth**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): - **(1980)**

Heft 41

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795255>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# SCHWEIZER NOUVEAUTÉS AUF ERFOLGSKURS

D

Die jüngsten Pariser Couture-Schauen waren Beweis genug: rund 400 Modellen aus Schweizer Stoffen und Stickereien haben die Pariser Couturiers einmal mehr bekundet, dass sie echte Kreativität, edles Material und perfekte Ausführung zu schätzen wissen. Denn eines ist klar — nur wegen des guten Rufes der Schweizer Textilqualität allein lässt sich kein Modeschöpfer zu Käufen verlocken. Wer ankommen will, muss eine überzeugende Kollektion vorlegen, die — nicht nur luxuriös in der Optik — jenen hohen Stellenwert spontaner Inspiration enthält, wie er aus dem simultanen Modedenken von Stoffkreator und Couturier hervorgeht.

Die Traumkleider, die von weissen und farbigen Mannequins so siegesgewiss auf dem Laufsteg vorgeführt werden, sind das Resultat intensivster Arbeit. Die Realisation einer Couture-Stoff- und -Stickerei-Kollektion verlangt einen bedeutenden Einsatz nicht nur vom Designer-Team, sondern auch von den Textil-Technikern, die oft vor kaum lösbaren Aufgaben stehen, wenn es gilt, die Ausführung komplizierter, neuer Ideen zu bewerkstelligen. Ein hohes Know-how, der Stolz, auch uneinnehmbar scheinende technische Hürden zu überwinden, führen denn auch meist zum Sieg und zu erstaunlichen Stoffkreationen, von denen man überall in der Modewelt spricht.

Allerdings nehmen die sich auf der höchsten Ebene des Designs bewegenden Textilfirmen, um den Anforderungen der Couture zu entsprechen, grosse finanzielle Opfer auf sich. Eine Kollektion für die Haute Couture ist aber nicht nur eine kostspielige Angelegenheit, sondern deren Konfrontation mit den Couturiers stellt jedesmal eine Herausforderung dar, die mit Sieg oder Niederlage enden kann.

Der Erfolg muss auf jeden Fall Saison für Saison neu erkämpft werden. Persönliche Freundschaft oder langjährige Beziehungen sind keine Garantien für einen lukrativen Absatz der Produkte. Mit jeder neuen Kollektion muss der Nouveauté-Kreator den Couturier neu erobern, neu überzeugen können. Dabei spielen sehr viele — teils nicht voraus erkennbare — Fakten eine entscheidende Rolle. Es ist ein Vabanquespiel, dessen Ausgang nie gewiss ist. Aber vielleicht ist es gerade der Reiz des Ungewissen, dieser Tanz auf dem Seil, der zu Höchstleistungen anspornt und die Schleusen kreativer Schaffenskraft immer wieder optimal zu öffnen versteht.

Die mit den Couturiers der Weltmodezentren arbeitenden Schweizer Textil- und Stickereifirmen kennen ihre Verantwortung. Sie sind das Aushängeschild für die gesamte schweizerische Textilindustrie, denn die Publizität, die sie mit ihren Nouveautés weltweit erreichen, hat auch auf das Schaffen der andern Textilunternehmen einen stimulierenden Einfluss und eine nicht unwesentliche absatzfördernde Werbung. Ebenso finden Farben und Dessins der Couture-Stoffe in den kommerziellen Schweizer-Kollektionen ihren unverkennbaren Niederschlag, der aber nicht in Imitation ausartet; denn jede Kollektion zeigt die charakteristische Handschrift, die firmeneigene Interpretation der von den Leadern vorgeschlagenen Modetendenzen. Zudem müssen gerade hier recht unterschiedliche Geschmacksansprüche befriedigt werden, weil die Schweizer Textilindustrie — mit dem beschränkten Binnenabsatz — auf den weltweiten Export ihrer Spezialitäten angewiesen ist. Das Zitat: «Wer vieles bringt, wird manchem etwas bringen» hat bei den breitgefächerten Schweizer Kollektionen seine gute Berechtigung.

Ruth Hüsey



Yves Saint Laurent



ABRAHAM