Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1988)
Heft: 73

Artikel: Spectrum
Autor: R.Z. / H.B. / J.F.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-795059

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

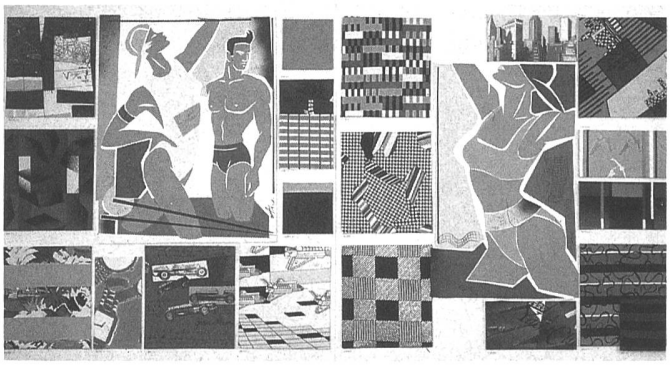
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 22.07.2025

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

LYCRA RENDEZ-VOUS
MIT BADEMODESTOFFEN 89

OBERFLÄCHENEFFEKTE BEHERRSCHEN DIE SZENE



Am Branchentreff der Bademode für 1989 in Monte Carlo galt das Besucherinteresse sowohl den sechs von Du Pont lancierten Druckthemen als auch den raffinierten Unistoffen. Perlmuttschimmer, feine, satinierte Optik und hochglänzende Stoffe mit Ciré-Ausrüstung knüpfen an den Glitzerlook an, zaubern Licht- und Schatteneffekte hervor. Neuer aber sind matte, stumpfe, auch gummierte Oberflächen, dazu raffinierte Moiré-Optiken und Bindungsspiele sowie Fantasieprägungen, auch mit Metalleffekt. Cloqués, Crincles und Plissées mischen weiterhin in der Bademode mit. Sie sind allerdings feiner und kleiner geworden, werden überfärbt und überdruckt und überzeugen durch wirkungsvolle Smok-Effekte. Auf Interesse stiessen in Monte Carlo Flockprints, Velours und Samteffekte, auch mit Knitteroptik. Zusätzlich zeigten fast alle Stretchtricot-Hersteller Reps- und Ottoman-Strukturen, Fischgrätmuster, unterbrochene Streifen und eingesetzte Rippen. Als Glanzlichter für den Badesommer suchten die Einkäufer vermehrt noble Stickerei, witzige Schnallen, Spangen, Schleifen, Röschen und Einzelmotive, etwa mit Paillettenstickerei, wie sie unter anderem von Schweizer Ausstellern gezeigt wurden. Farblich dominieren 1989 eindeutig die kräftigen Farbtöne bis hin zu Neonfarben. Fluoreszierendes mit Schwarz sorgt für Kontrastwirkung. Daneben behaupten sich aber auch die noblen, perlmuttartigen Pastells. Im Druck spielen sich Elektronikdessins und Graffitis in neuer Auffassung nach vorne, teilweise dreidimensional und farbenprächtig. Die reiche Tradition islamischer Ornamentalik in kühlen Farbstellungen, mitunter durch Goldstreifen aufgehellt, stellt einen weiteren Schwerpunkt der Dessinierung dar. Jung, dekorativ und witzig ist das Thema «Südliche Leidenschaft», wo Rosen die Favoriten sind. Sie werden durch elastische Spitzen, glitzernden Modeschmuck und raffinierten Mustermix ergänzt. Andere Dessins empfangen ihre Inspiration von Drucken der 50er Jahre, spielen virtuos mit Tupfen, stilisierten Fruchtmotiven oder interessanten Schwarz/Weiss-Kombinationen. Batik, Blatt- und Blumendrucke runden die Dessinpalette ab.

Im Styling dominieren verstärkt Schnittformen und Figurbetontes, teilweise auf Bügel gearbeitete Cups im Stil der 50er Jahre und konstruierte Decolletés. Eine Prise Sex mischt vor allem im jungen Bereich mit, während der klassische Badeanzug auf strenge, sachliche Formen setzt. R.Z.

Elektronik Graphics

MODE LEXIKALISCH ERFASST

Mode ist permanenter Wandel, und dieser Wandel muss auch dargestellt werden – in Worten zum Beispiel. Mode erfindet nicht nur neue Formen, sondern auch neue Begriffe, die mitunter nur kurz in Gebrauch sind. Daher ist das Vokabular der Mode nie vollständig à jour zu halten und lexikalisch ohne Lücken zu ordnen. Immerhin hat Ingrid Loschek, Modeexpertin und Kostüm- und Theaterwissenschaftlerin, recht gründliche Arbeit geleistet als Verfasserin eines umfangreichen Nachschlagewerkes: Reclams Mode- und Kostümlexikon (bei Philipp Reclam jun., Stuttgart, erschienen).

Den Hauptteil des illustrierten Lexikons bestreitet ein Sachwortregister mit rund 2000 Stichworten zur Kleidung in allen Details. Separat behandelt werden, ebenfalls in alphabetischer Reihenfolge, die Modemacher mit Kurzbiografien. Sinnvoll erscheint als Ergänzung der Nachschlage-Information eine Zusammenfassung der Geschichte von Kleidung und Mode von den frühen Kulturen bis ins 20. Jahrhundert. ■

WOLLSTOFF-ABC

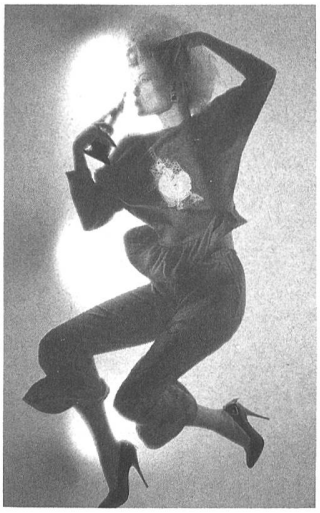
Als eine sehr nützliche Hilfestellung für alle mit Textilien Befassten in Industrie und Handel, aber auch für Modepresse und Modeschulen, hat das Internationale Woll-Sekretariat ein Wollsiegel-Lexikon in Angriff genommen. Geplant ist ein dreibändiges Nachschlagewerk zu den Themen: Stoffe, Maschenwaren und Schurwolle/Wollsiegel. Jetzt liegt der erste Band vor. Interessenten können ihn beim IWS Düsseldorf beziehen.

Das «Wollsiegel-Lexikon, Thema: Stoffe» umfasst zwei Teile. Das Kapitel «Webwaren» vermittelt anschaulich textiltechnische Grundkenntnisse, während das Kapitel «Stoff-ABC» modische Warenkunde in Wort und vor allem im Bild vor dem wissbegierigen Leser und Betrachter ausbreitet. Über 100 Stoffe sind in Farbe fotografisch abgebildet, zum Teil in Vergrösserung, damit Webart und Struktur deutlich sichtbar werden. Einige davon sind zusätzlich mit dem Original-Stoffmuster versehen – als Anregung auch, die übrigen Qualitäten mit Originalmustern zu ergänzen. Das Wollsiegel-Lexikon präsentiert sich in übersichtlicher und grosszügiger Darstellung. ■

VERJÜNGTES STYLING

In der Mode ist entschieden mehr Freiheit und Feminität gefragt. Auch die Vorliebe für Luxuriöses hält an, gepaart mit einer augenfälligen Verjüngung. Ein Modetrend, der in der Lingerie seine Spuren hinterlässt. Das zeigt sich in der neuen Kollektion der Sawaco AG, Winterthur, zum Herbst/Winter 1988, die kürzlich der internationalen Presse vorgestellt wurde. Ein Querschnitt durch das rund 150 Teile umfassende Tag- und Nachtwäsche-Programm machte deutlich, dass verjüngtes Styling hohes Qualitätsniveau nicht ausschliesst. Wie bisher wurden für die Nobelwäsche Naturfasern wie Baumwolle, Seide und Wolle sowie Mischungen aus Seide/Wolle verarbeitet.

Jünger, femininer, mit einer Prise Keckheit, ist vor allem der Baumwollbereich aufgefasst, für den Carol S. Bean, eine versierte Fashion-Designerin, verantwortlich zeichnet. Sie spielt mit Bicolor- und Diagonaleffekten und versäumt nicht, durch moderne bis witzige Stickerei-Motive oder Kontrastpaspel den Modellen einen sportlich-jungen Look zu verpassen. Feminin-verspielt wirken Wäschegarnituren mit Camisoles, die geschnürte und geknöpfte Stickerei-Einsätze zeigen. Ein wenig sexy hingegen treten Camisoles im Miederstil auf, zu denen es in gleicher Stylingauffassung ergänzende Nachtkleider und Bodies gibt. Hier bilden feine mercerisierte Jerseys aus Baumwollzwirn die Materialbasis. Jungen Pep signalisieren Bicolor-Effekte, zum Beispiel in Schwarz zu Türkis oder Schwarz zu Gelb gestellt, die einfachen Achselhemdchen und Slips ihre modische Belebung bringen. Carol Bean lässt in die Nachtwäsche aus leichten Baumwoll-Jerseys auch ein wenig Filmstar-Atmosphäre der 50er und 60er Jahre einfliessen. Pyjamas im Monroe-Stil kokettieren mit frischem Korallenrot, oder kniekurze Big-Shirts zeigen kecke Volants an Saum und Ärmeln. So wird der Mehrzweckfunktion im Lingeriebereich aufs neue entsprochen. Luxuriöses in Seide soll in elegant-femininem Styling auch zum Winter Modeappetit machen und reicht von Hemdchen und Camisoles, mit kostbarer Spitzen- und Stickereiausstattung, bis zu Nachthemden und Pyjamas im Hollywoodstil. Als Neuheit kommt in diesem Bereich ein gewebter Wolle/Seide-Jacquard italienischer Provenienz hinzu, der zu eleganten Sets verarbeitet worden ist. Auch hier wird durch kostbare Schnürlistickereien auf Tüll der Lust auf Luxus und Prestige stattgegeben: Mit dem Seide/Wolle-Programm entspricht die Sawaco AG den Forderungen des Marktes nach winterlichen Artikeln. Sie erfüllen durch ihre hervorragenden Trageeigenschaften, verbunden mit modischem Feeling, die Ansprüche einer eher konservativ denkenden Kundschaft. Interessant ist, dass Schwarz an Terrain gewinnt, wenngleich noch rund 70% in Ivory verkauft wird. Für den Sportwäschebereich wird die bewährte Dunova/Seide-Qualität weitergeführt, ebenso hat sich Leibwäsche aus Wildseide, vor allem in den Gesundheitsgeschäften, gut eingeführt.



Verjüngtes Styling in der Tag- und Nachtwäsche-Kollektion ist augenfällig zum Herbst/Winter 1988. Beispielhaft hierfür ist dieser Baumwoll-Pyjama à la Marilyn Monroe. Modell: Sawaco, Stickerei-Motiv: Nef-Nelo.

Farblich ist das Haus seiner Linie treu geblieben. Im Luxusgenre bleiben Weiss, Schwarz und Ivory führend. Im modischen Teil kommen Korallenrot, Türkis, Flieder und sanftes Gelb hinzu. H.B.

PITTI FILATI FIRENZE

INTERESSANTE FARBAUSSAGE

Die Italiener pflegen einen sehr bewussten Umgang mit Farbe. Sei es im Design oder in der Mode, sei es in sonstigen gestalterischen Bereichen – immer ist Farbe, auch Nicht-Farbe, wichtiger Bezugspunkt und primäres Ausdrucksmittel. Da Mode beim Garn anfängt, ist es nur folgerichtig, dass die bedeutende Garnmesse Pitti Filati in Florenz grosses Gewicht auf die Ausarbeitung der Trendfarbenkarte legt und dabei durchaus eigene Wege geht in einer sehr konsequenten, konzentrierten Aussage.

Die Farbstimmung des Sommers 89 lebt vom Kontrast explosiver und verhaltener Farbreihen. «Spirituelles Blau» fasst Lapislazuli, Violett und graustichige Blautöne zusammen, während mit «metaphysischen Neutrals» helle kühle Stein- und Hanftöne bezeichnet werden. «Rationelles Gelb» hat viel Leuchtkraft mit Chrom- und Safrangelb und der satten Farbe von van Goghs Sonnenblumen, und «leidenschaftliches Rot» schliesslich reicht von Indisch-Rosa über Buddha-Orange zu Nepal-Rot. Interessanterweise wird die zurückhaltende neutrale und blauviolette Gamme den Damen und die intensive gelbe und rote Palette den Herren zugeordnet. Die Praxis freilich hat ihre eigene Regel und mixt ausgiebig, zumal vielfarbige Musterung dem Trend zu grösserer Farbigkeit und der Lust auf dekorative Akzente entgegenkommt.

Garn- und Mustermix in der jungen Strickmode. Modell Vivienne Westwood für Pecci Garne.

Die Garne freilich verraten einen Hang zu glatter Optik und feinen Effekten, die dezent belebte Oberflächen ergeben. Glanz ist zurückgenommen, erscheint eher als Seidenschimmer oder als natürlicher Glanz von mercerisierter Baumwolle und Leinen, das aktuell bleibt. Cool Wool – oder «Lana fredda» – spielt eine wichtige, durch die IWS Promotion geschickt abgestützte Rolle. Moulinés, Frisés, Ondés, Crêpegarne, Nöppchen und Flammen und vor allem die Mischung von Garnen mit verschiedener Optik ergeben ein vielfältiges Spektrum, obgleich – im Zuge der modisch geforderten dezenten Wirkung – Fantasie im Zaum gehalten wird.

Fantasie liessen allerdings die jungen Designer walten, die aufgefordert waren, Maschenmode aus den neuen Garnen zu entwerfen. Sie griffen die gegensätzlichsten Themen auf, von kecker Sportlichkeit zu strengen Formen, von Transparenz zu Romantik. Manches geschah wohl mehr um des Effektes und weniger um der Mode willen . . .

J.F.

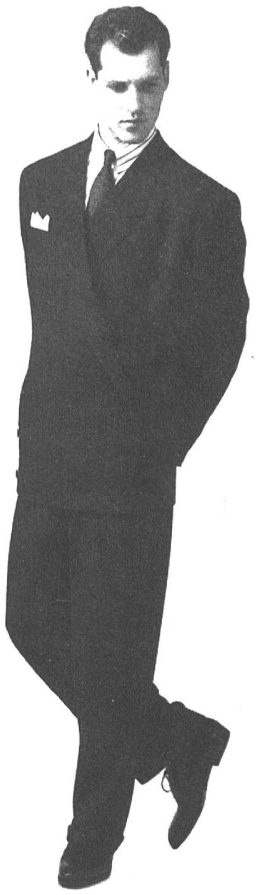
MÄNNERMODE AUS PARIS

DANDY LÄSST GRÜSSEN

Mit einer gewissen Abkehr von allzu perfektionistischer Prestige-Eleganz nimmt das Bedürfnis wieder zu, andere als konventionelle Formen der männlichen Bekleidung auszuprobieren. Das kam auf vielfältige Weise zum Ausdruck am SEHM, der grossen internationalen Herrenbekleidungsfachmesse in Paris, um die sich die individuellen Défilés der namhaften Couturiers und Designer gruppierten. Das Spektrum reichte von entspanntem Chic bis zu auffälliger Kostümierung.

Letztere, mit Lust betrieben von der Avantgarde, verrät eine Neigung zur Vergangenheit, die die Modemacher ungeniert heranziehen und mit modernen Elementen verbinden und vor allem aus modernen Materialien gestalten. Als besonders ergiebig erweist sich die Jahrhundertwende, doch führen die Zitate gelegentlich zurück bis ins Mittelalter. Jean-Paul Gaultier bittet zu König Artus' Tafelrunde: er steckt seine getreuen Ritter in Wams, beinenge Hosen und farbige Schnallenschuhe, dekoriert sie mit imposantem Federschmuck und glänzenden Emblemen und untermalt ihren Auftritt stilgerecht mit höfischer Musik. Comme des Garçons nimmt sich den Frack vor, Dominguez hüllt bleiche Männer in schmucklose, bis zum Hals geschlossene Anzüge wie in ein schmales Futteral. Mystisches mischt sich mit Prächtigem. Für die Künstlerateliers und Literatencafés des 19. Jahrhunderts gibt es mancherlei romantische Gewandungen mit Spitzenhemd und Lavallière, mit weichen fliessenden Silhouetten und der Farbe Violett. Es würde nicht erstaunen, wenn Oscar Wilde oder Marcel Proust sich zu den samtäugigen, lockigen Modemännern gesellten. Dandy lässt grüssen . . .

Diese ganzen Retro-Trends wollen auffallen. Von einem konträren Ansatzpunkt aus geht eine andere wichtige Tendenz, die Cerruti treffend «l'atmosphère des vêtements du 2e jour» nennt. Das ist der selbstverständliche Chic der Bekleidung, in der man sich wohl fühlt: komfortable Schnitte, weiche Verarbeitung, Stoffe mit diskreter Usato-Optik in etwas stumpfen warmen Farben wie Prune, Bordeaux, Senf, Moosgrün. Zu diesem Komfort gehören lange, füllige Mäntel mit ausladenden Revers oder Schalkragen, Anzüge mit neuen Details, worunter vor allem der Zweireiher auffällt, der sich sehr viele Knopfpaare leistet, denn zugeknöpft ist eine moderne Attitüde. Die sportliche Anzugversion aus geschmeidigen Tweeds und Shetlands ist häufig mit aufgesetzten Taschen und einem Stoffgürtel versehen. Jerseyanzüge und Jerseywesten sowie Rollkragenpullover von morgens bis abends komplettieren die aktuelle «easy elegance». J.F.



△
Sportlicher Shetlandanzug mit vier aufgesetzten Taschen und Stoffgürtel von Angelo Tarlazzi.

△ ▷
Zweireiher mit extrem weit auseinandergestellten Knopfpaaren aus Nadelstreifen-Flanell von Christian Dior.

«DÉ D'OR» ZUM ZWEITEN MAL FÜR LACROIX

Christian Lacroix ist der Gewinner des «Dé d'Or», mit der in jeder Saison die beste Haute Couture - Kollektion ausgezeichnet wird. Der Newcomer der Pariser Mode gewann die Trophäe mit 17 gegen 13 Stimmen vor Jean-Louis Scherrer. Für Lacroix ist es der zweite «Dé d'Or» innerhalb von nur zwei Jahren – eine Bestätigung seiner Karriere als Wunderknabe. Inzwischen hat ihm das amerikanische Nachrichtenmagazin «Time» eine Titelgeschichte gewidmet, eine Auszeichnung, die bislang nur wenigen Modemachern zuteil wurde.

Der Kosmetikkonzern Helena Rubinstein stiftet den «Dé d'Or». Links im Bild dessen Generaldirektor Gérard Ury, daneben Bernadette Chirac, Frau des französischen Premierministers und Bürgermeisters von Paris, und der glückliche Gewinner.

MÜLLER SEON MIT QUALITATIVER ENTWICKLUNG

Die Firma Müller Seon, Hersteller hochmodischer, feiner Baumwollgewebe für HAKA und DOB, steigerte 1987 ihren Gesamtumsatz auf 79,1 (77,3) Millionen Schweizer Franken. Der Auftragseingang für das laufende Geschäftsjahr entspricht den Erwartungen der Geschäftsleitung. Der Export hat sich auf 63,2 Millionen Schweizer Franken erhöht; damit beträgt der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz 80%.

PITTI UOMO ITALIA

DIE SENSIBLEN KOMMEN

Veränderung liegt in der Luft. Yuppie hat an Ansehen eingebüsst. Die Herrenmode, zumal die italienische, hat Eleganz im Stil und Luxus im Material auf die Spitze getrieben und männlichen Chic so perfektioniert, dass auf dieser Linie kein Spielraum für Entwicklung und Erneuerung geblieben ist. Der makellos durchgestylte Outfit hat sich, jedenfalls nach Ansicht der massgeblichen Trendsetter, in seiner unterkühlten Eleganz erschöpft. Der neue Mann bringt seine Gefühle in die Mode ein.

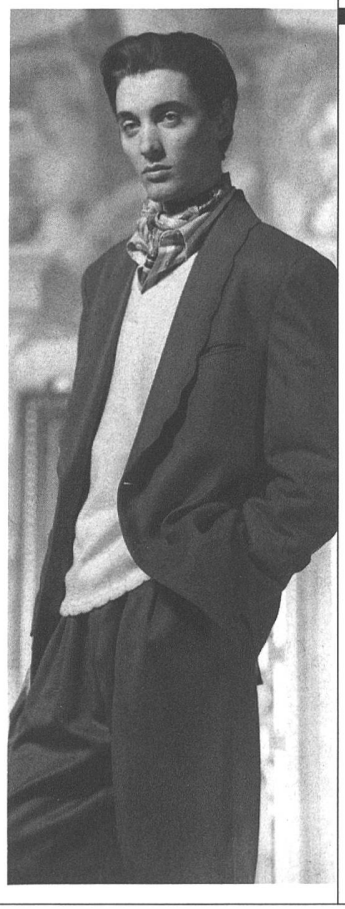
Dieser Sinneswandel manifestierte sich an der vom Centro Moda Firenze durchgeführten Fachmesse «Pitti Uomo Italia» in entschieden freiheitlicherer Auffassung. Natürlich ändert sich die Männermode auf den Winter 88/89 nicht radikal, doch ist eine gewisse Verjüngung nicht zu übersehen. Farbe bricht Dunkelfarbigkeit auf, Fantasie nährt sich aus vielen Quellen, Individualität kann sich entfalten. Improvisation – oder so tun, als ob der Zufall beim Kombinieren mitwirke – bereitet Spass. Ein spielerischer, lustvoller Umgang mit Kleidung wird geübt. Sinnlichkeit und Sensibilität sind zugelassen.

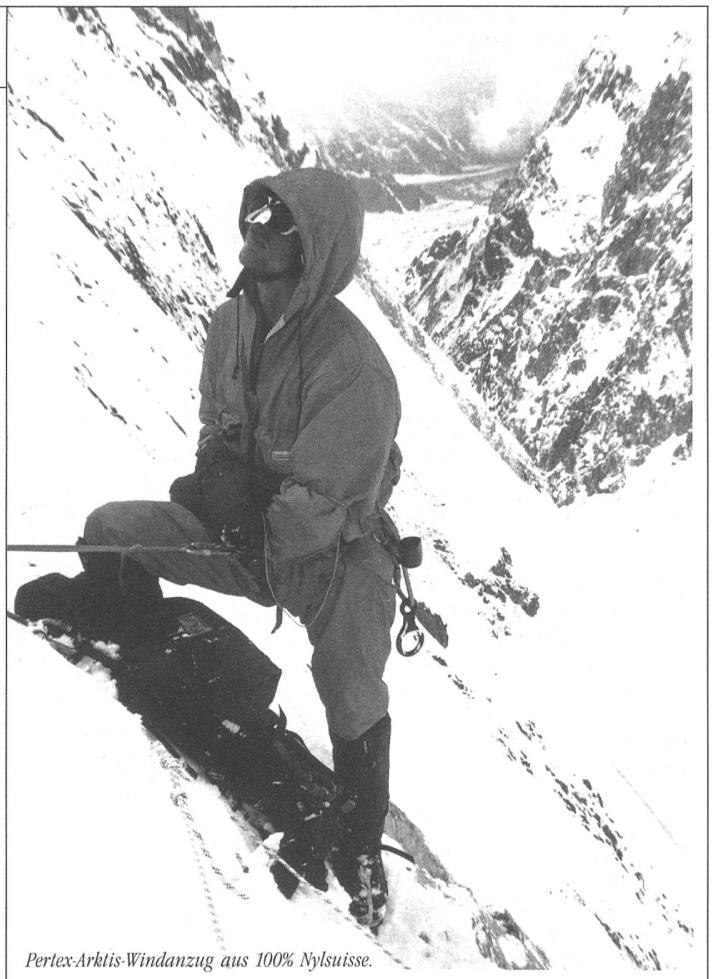
Vor allem profiliert sich eine einfallsreiche Avantgarde mit unkonventionellen Ideen, die hautenge Formen in Jersey und Stretchstoffen genau so einbeziehen wie Details alter Uniformen und romantische Elemente. Manchmal liegt auch ein Hauch von Melancholie über der Szene, wie sie die Modemacher mit nostalgischer Neigung inszenieren. Ihre Interpreten sind ein neuer sensibler Typ Mann. Feingliedrig, dunkellockig, bleich und mit sanftem Blick – so sieht Adam 88 aus. Der Dichter ist ihm näher als der Sportler.

Anderseits kommt durchaus auch Sportlichkeit zum Zug, kommt ein lässigerer, mitunter rustikaler Stil zum Ausdruck, der sich wieder mehr Farbe gestattet. Das können stumpfe Taupe-, Wein- und Violettnuancen sein, die auch untereinander gemixt werden, oder es kann sich um vielerlei Grünschattierungen und Messingtöne handeln. Leuchtendes Rot setzt auffallend häufig markante Akzente. Wichtig sind hier vor allem Stoffe, die eine künstlich gealterte Optik vorweisen. Angerauhte Baumwolle, verarbeitet zu Trenchcoats à la Humphrey Bogart, ganz leicht verfilzte Wollstoffe, weiche, mitunter fast ein wenig lappige Qualitäten wie Wollcrêpes und Viscosemischungen, lockere Bindungen an Shetlands, Tweeds und englischen Country-Karos sind charakteristisch für diesen «Gebraucht-Look», der natürlich nur «so tut als ob» und dabei sehr edel ist. Solche «Täuschungsmanöver» haben schliesslich Methode in der Mode.

J.F.

Romantik, diskret eingebracht: Festonabschluss am Schalkragen. Anzug von Samuele Mazza.





Pertex-Arktis-Windanzug aus 100% Nylsuisse.

SCHWEIZER GARNE AUF DEM DACH DER WELT

Im Frühjahr 1988 führt die britische Armee mit Angehörigen der Luftwaffe, Marine und der Landstreitkräfte eine Expedition auf den Mount Everest (8848 m) durch. Grosse Schwierigkeiten bereitet der Expeditionsleitung der eisige Wind, der im Himalaya-Gebiet mit Geschwindigkeiten bis zu 180 km/h bläst. Bei diesen extremen klimatischen Verhältnissen ist, abgesehen von der ausgezeichneten körperlichen Verfassung, die Bekleidung von herausragender Bedeutung.

Nachdem 1976 der Bergsteiger-Vereinigung der britischen Armee die Besteigung des Mount Everest über die konventionelle Südroute von Nepal her gelungen war, soll nun der höchste Berg der Welt über die schwierigere Nordroute in Angriff genommen werden. Sie führt von Tibet aus auf den Rongbuk-Gletscher, über den Lho La und auf der Westflanke zum Gipfel. Die Mannschaft besteht aus 36 äusserst streng ausgewählten Teilnehmern.

Bei den extrem harten Klimabedingungen kommt der Bekleidung grosse Schutzfunktion zu. Die wichtigsten Anforderungen sind klar definiert worden.

- Winddicht
- Leichtes Gewicht
- Wasserabweisend
- Wasserdampfdurchlässig
- Gutes Wärmerückhaltevermögen

Das Gewicht der Bekleidung ist entscheidend. Da alles Material getragen werden muss, sind Gewichtseinsparungen von grösster Wichtigkeit.

Verschiedene Stoffe, auch laminierte, wurden von der Expeditionsleitung unter schwersten Bedingungen getestet. Ausgewählt wurde Pertex 6 mit einem Gewicht von 84 g/m^2, eine Qualität der englischen Perseverance Mill, in Lancashire. Das Garnmaterial: feinfibrilige Nylsuisse-Filamentgarne der Viscosuisse. ■

MODEXPO ZÜRICH MIT NEUEM KONZEPT

Übersichtlicher und klarer präsentierte sich die Modexpo, die Internationale Modemesse in Zürich, die wieder gemeinsam mit der SAFT, Syndicate for Avantgarde Fashion Trends, und den Modetagen Zürich veranstaltet wurde. Rund 300 Aussteller mit über 700 Kollektionen boten den Einkäufern ein breites Spektrum. Modische Herbst/Winter-Ware dominierte klar und verwies das Sofortprogramm an den Rand des Messegeschehens. Wie auf allen internationalen Modemessen war auch in Zürich der Trend zur Firmenkonjunktur spürbar. Das Interesse der Einkäufer galt hochmodischer Ware mit schnittechnischen Details und raffinierten Ideen. Helle, freundliche Farben bis hin zum pastelligen Bereich lagen an der Spitze der Ordertätigkeit.

Mod. Aboaf

Das neue Messekonzept, das das Warenangebot in vier Sektoren einteilte, wurde von Ausstellern und Einkäufern gut angenommen, ermöglichte es doch eine bessere Übersicht und damit wertvolle Zeitersparnis. Im ersten Sektor – Fashion Club – lag das Schwergewicht auf modischen und kommerziellen Kollektionen, im zweiten Abschnitt – Casual Club – standen sportive Mode bis hin zu Freizeitlook, Young Fashion und Jeans im Vordergrund. Eine dritte Gruppe war den Accessoires vorbehalten. Hier erwarteten Modeschmuck, Taschen, Gürtel, Lederwaren, Hüte, Mützen, Schirme und Schuhe den Besucher, und der letzte Abschnitt – Deco Club – war auf Dekorationsmaterial, Ladeneinrichtungen, Verkaufshilfen und Verpakkungen spezialisiert.

Ein Gratis-Pendelbus verband Modexpo und SAFT auf dem ZÜSPA-Messegelände mit dem FCC, dem Fashion Center City, und dem TMC, dem Textil- und Mode Center. Dieser Service brachte erhöhte Ordereffizienz. Allerdings wurde bei den Modetagen Zürich eine zunehmende Tendenz zu Terminverlagerungen festgestellt. Die einzelnen Anbieter waren jedoch mit dem Ergebnis der Ordertätigkeit recht zufrieden. Auf der Modexpo wurden drei Modethemen lanciert: «Intellektuelle Neigungen», «Natürliche Lebensart» und «Barocke Allüren». Mit dem ersten Thema wurde die moderne Klassik in edlen Qualitäten in den Mittelpunkt gerückt. Der modische Aspekt liegt im Detail, in spannungsreichen Gegensätzen und in den verschobenen Proportionen. «Natürliche Lebensart» spiegelt die Sehnsucht nach Natürlichkeit wider. Rustikale Oberflächen, gerauhte und beschichtete Gewebe sowie Stretchstoffe interpretieren eine Mode, die an die sportlichen Pioniere erinnert, an Abenteuer, Romantik und Folklore.

«Barocke Allüren» sorgen mit warmen Farbtönen und viel Dekor für strahlende Abendmode, rücken weibliche Reize ins rechte Licht. Tagsüber zeigt sich diese Moderichtung in einer etwas gemilderten Form.

Sehr gute Stimmung herrschte bei den 15 Ausstellern der 22. SAFT, deren Kollektionen in Zürich grosse Beachtung fanden. Erstmals dabei waren fünf Jung-Designer, die durch raffinierte Schnittdetails Aufmerksamkeit erregten. In der Avantgarde-Mode dominierten nach wie vor die dunklen und gedeckten Farben. Die Ausflüge in den Bereich der kräftigeren Farbnuancen wurden von den Einkäufern wohlwollend beachtet, aber nur zögernd geordert. Ein gutes Orderergebnis brachten Hosen, die in vielen Formen angeboten wurden. Schmale Taille, betonte Hüften und couturemässige, schmale, nach unten schwingende Silhouetten waren neben hochwertigen Qualitäten und gepflegten Details Leitmotive der neuen Mode. Darüber hinaus überraschten einige SAFT-Designer mit Spezialitäten und sehr eigenwilligen Accessoires.

Die einzelnen Mitglieder der SAFT haben ein neues Basiskonzept für ihre Organisation erarbeitet und damit die unterschiedlichen Zielsetzungen auf einen gemeinsamen Nenner gebracht. Die SAFT wird als Verkaufsmesse weitergeführt, die Modenschau, an der vor allem die jungen Designer mitwirken, erneut im Rahmen des SAFT-Festes ausgerichtet. Im Herbst wird erstmals von der SAFT ein Designerpreis verliehen. R.Z.

SEITEN 36–45

Haute Couture Paris Frühjahr/Sommer 1988 Traumfabrik der Mode

Die Tourismusindustrie hat ihre Trauminseln und Traumreisen. Die Autobranche ihre Traumschlitten und die Textilindustrie ihre Traummode. Alles sind «objets de désir», die für die meisten Menschen Träume bleiben.

Die Hersteller der Traummode sitzen in Paris, in einigen Fällen auch noch in Rom. Es sind die Designer der Haute Couture, die sich im Zeitalter rationeller Massenproduktion den Luxus leisten, Illusionen aus Samt und Seide, aus Spitzen und Stickereien zu produzieren. Als die Traumfabrik Hollywood noch funktionierte und Leinwandepen über Liebe und Leidenschaft drehte, wurden Traumkleider auch in der amerikanischen Filmmetropole geschneidert. Es waren Kreationen, von denen sich heute noch so mancher junger Designer inspirieren lässt. Aber die Filmhelden der Gegenwart – Rambo und Genossen – brauchen keine Traumkleider, und Dallas und Denver trägt Boutiquemode.

Es gibt aber noch Frauen, die sich die Kreationen der Haute Couture leisten können – glücklicherweise. Denn sie halten den Verlust, den die Luxuskollektionen für die meisten Couture-Häuser bedeuten, in einem erträglichen Rahmen. Die junge amerikanische Milliardärs-Gattin Ivana Trump gehört zu den Glücklichen, die sich kostspielige Kleiderträume realisieren kann. Sie bestellte bei Chanel gleich mehrere Kostüme. Die Königin von Spanien orderte bei Yves Saint Laurent das Modell mit dem nachgestickten «Schwertlilien»-Bild von van Gogh. Dieser Traum ist bei weitem nicht so teuer wie das Original (49 Millionen Dollar), sondern «schon» für 285 000 FF zu haben!

Trotz neuer und junger Kundinnen wie Ivana Trump und Gloria von Thurn und Taxis war den Pariser Couturiers bis vor zwei Jahren das Träumen vergangen. Knallharte wirtschaftliche Realitäten und die Konkurrenz der Prêt-à-Porter-Designer erstickten die Illusionen.

Doch ein Newcomer hat die Zunft wieder zum Träumen gebracht. Er heisst Christian Lacroix, der den Laufsteg zur Bühne machte und mit geradezu hemmungsloser Fantasie