

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]  
**Herausgeber:** Textilverband Schweiz  
**Band:** - (1988)  
**Heft:** 75

**Artikel:** Übersetzungen = Traductions = Translations  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-795084>

### **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:** 15.03.2025

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

*Haute Couture Paris  
Herbst/Winter 1988/89*

## Klassik im Zeitgeist

Das Pendel ist zurückgeschlagen. Aus der «Hot» – wurde wieder die Haute Couture. Auf die Extravaganzen folgt eine zeitangepasste Klassik. Geblieben ist der Kult des Luxus, die Opulenz der Stoffe und die Lust an Farben. Die Pariser Haute-Couture-Schauen haben nichts von ihrer Attraktivität eingebüsst. Sie sind ein Fest der Eleganz auf höchstem künstlerischem Niveau.

Bei der Premierschau von Nina Ricci sass in der ersten Reihe ein Mann, an dem die Paparazzis achtlos vorübergingen. Er hatte so gar nichts von der glamourösen Aura der VIP-Gäste, die zu den Pariser Couture-Schauen strömen und bei Fotografen sehr gefragt sind. Dennoch war der unauffällige Gast eine Sensation. Denn es war niemand anderes als der sozialistische Finanz- und Wirtschaftsminister Pierre Bérégovoy, einer der mächtigsten Männer Frankreichs. Soviel Interesse an der «leichtfertigen» Mode hat seit des Sonnenkönigs Finanzminister Colbert, der die Lyoner Seidenweber förderte, auch im Modeland Frankreich kein Wirtschaftspolitiker mehr bewiesen. Minister Bérégovoy war sehr angetan von dem Spektakel und erklärte dem «Figaro»: «Kollektionen wie diese, die von Künstlern gemacht werden, bekommen unserer Wirtschaft auszeichnet.»

Und ob. Seitdem sich Luxusfabrikannten wie Vuitton, Moët & Chandon und Dior (mit Lacroix und Givenchy im Gepäck) zu einem multinationalen Wirtschaftsgiganten zusammengeschlossen haben, seitdem sich schwergewichtige Industrieunternehmen wie Olivetti bei Yves Saint Laurent und Sanofi bei Nina Ricci eingekauft haben und die japanische Gruppe Yagi Limited das Modehaus Grès übernommen hat, wollte sich wohl auch der Wirtschaftsminister von dem Ernst und dem Marktwert einer Konsumsparte überzeugen, die nur allzugern als frivol und überflüssig abgetan wird.

## *Renaissance mit Glanz*

Die anderen berühmten Zuschauer genossen vor allem die Ästhetik des Produktes Mode, die in der Haute Couture ihre höchste Vollendung findet. Sie genossen auch die aufwendig inszenierten Schauen, die von Mal zu Mal spektakulärer werden. Stargast Liza Minelli, die mit wahrer Begeisterung ein halbes Dutzend Défilés absolvierte, äusserte sich erstaunt über den Show-business-Charakter dieser Veranstaltungen. Der Broadway-Star kennt die Pariser Haute Couture aus einer Zeit, in der die Kollektions-Premieren in den Salons liefen und nicht wie jetzt in Theatern, Museen und den Prunksälen der Nobelhotels. Interessant ist auch das Résumé der «Frankfurter Allgemeinen Zeitung», die von der «Renaissance der Haute Couture» berichtete. Weil ihre Berichterstatlerin in den letzten beiden Saisons nicht anwesend war, hat sie die Wiedergeburt der Luxusmode verpasst und auch den Aufstieg von Christian Lacroix nicht miterlebt, der mehr als jeder andere das Comeback ausgelöst hat.

## *Nach der Ekstase eine souveräne Klassik*

Die Renaissance hält an, ihr Stil hat sich jedoch grundlegend gewandelt. Nach der Ekstase und den Exzessen ist wieder Ruhe eingekehrt und auch Vernunft. Die «Hot-Couture» ist wieder Haute Couture: die hohe Schule der Eleganz und des perfekten Proportions- und Farbgefühls. Krinolinen, Puffs, Superminis und supersexy Kleider sind passé. «L'ouragan Lacroix n'aura duré qu'une saison: le temps d'un carnaval», berichtete der «Express». Das Pendel schlägt zurück in die Klassik – in eine neue moderne Klassik mit vereinfachten, aber weichen, fließenden Linien, die weiblichen Rundungen schmeicheln, sie aber nicht mehr exhibitionistisch zur Schau stellen. Mit moderierten Schulterbreiten, Ärmel- und Rockumfängen. Mit ausgeklügelten Drapierungen und Raffungen anstelle von üppigen Rüschen und Volants. Mit gemässigten Rocklängen, die wieder ans Knie gerutscht sind oder darüber (wie bei Saint Laurent). Die neue Wadenlänge wagte nur Karl Lagerfeld, der mit Midiröcken den Chanel-Kostümen eine neue Optik und eine neue Jugend gab. Wie bereits im Prêt-à-Porter sind auch in der Haute

Couture lange Hosen wieder in den Vordergrund gerückt, weil sie Längenprobleme elegant zu lösen verstehen.

## *Kostüme als Karriere-Symbol*

Die Ruhe nach dem durchaus kreativen Sturm rückt die Tagesmode wieder in den Vordergrund. Es ist vor allem das Kostüm, das auch als Hosenanzug von der neuen Klassik profitiert. Nicht zu sportlich und nicht zu kokett, ist es die ideale Uniform für eine moderne Frau, ganz gleich ob sie in den Salons der Society oder auf der Vorstands-Etage ihre Karriere macht. Das Kostüm mit unerschöpflichen Jacken-Variationen vom Bolero über Spencer und Blazer bis zur  $\frac{3}{4}$ -langen Redingoteform. Das Kostüm als Universalmodell vom Vormittag bis zum späten Abend – in feinem Tweedkaro und elegantem Grain-de-Poudre, in Leder oder Samt, in nachmittäglichen Satin-Doublefacs und Crêpe-Satins, in festlichen Brokaten, Matelassés und den bestickten und applizierten Samten. Auch der Mantel ist wieder in das Interesse der Luxusmode gerückt: als kindlicher Hänger aus Mohair, als federleichter Regenmantel aus Seidenfaille, als eleganter verschlussloser Überzieher in schwingender Glockenform, als jugendlicher Maxi im Redingote-Stil. Am Abend dominiert das Cape.

## *Luxus in Samt und Seide*

Geblieben ist der Kult des Luxus, ein Luxus, der sich gern an den historischen Hochkulturen, der späten Antike, Pompeji, Byzanz, an der Pracht der Medicis und der Shakespeare-Dramen anlehnt, aber auch die Mode-Klassiker wie Balenciaga und Madame Grès hofiert. Und Chanel sah man nicht nur bei Chanel. Der Luxus dokumentiert sich in den aufwendigen Pelzverbrämungen aus Nerz, Zobel und Chinchilla, in den ausladenden Pelzkragen und Pelzkrawatten, die dem Kaschmirschal Konkurrenz machen. Ungebrochen bleibt die Opulenz der Stoffe: schillernde Brokate und Matelassés, zarte Stickereien und schwere Seiden und changierende Taft. Die Stars der Winter-Saison sind jedoch Mousseline und Samt, die häufig zusammen verarbeitet werden. Ohne die Schweizer Stoffspezialisten könnte sich dieser Stoff-Luxus in Paris kaum noch

entfalten. Was haben die Sticker allein aus dem Samt gemacht: Guipures und Découpés, kunstvolle Applikationsstoffe und fantasievolle Matelassés.

Die Zeit des jugendlichen Übermutes ist vorbei, geblieben ist der Enthusiasmus und der Anreiz, die hohe Schneiderkunst in den Himmel der Kunst zu heben. Yves Saint Laurent, der vor einem halben Jahr mit seinen Braque-Kleidern einen Ausflug in die Kunst wagte, hat sich diesmal irdischen Genüssen verschrieben und Bacchus eine Hommage bereitet – mit Handstickereien in Form von plastischen Weintrauben und Weinlaubranken, die Cocktail- und Abendkleider zu museumsreifen Stücken machen. Er versäumte jedoch nicht, als Gegensatz zu dieser sinnesfreudigen Opulenz klassische Smokingkleider zu präsentieren, die als Beispiel für Perfektion in die Kostümgeschichte eingehen werden. Saint Laurent erhielt Ovationen, wie sie Paris schon seit langem nicht mehr erlebt hat. Der Meister wurde damit erneut als «King of Fashion» bestätigt. Er bewies seinen Prinzen, dass man dem Zeitgeist nicht unbedingt gerecht wird, indem man alte Kostümeperioden plündert. Saint Laurent, dem es immer wieder gelingt, sich selbst zu erneuern, schöpft moderne Klassik aus sich selbst. Dazu gehört nicht nur Genius, sondern auch Können und Erfahrung.

## A. Naef AG, Flawil

Für die eleganten Nachmittags- und Cocktail-Kostüme hat der Haute Couture-Spezialist sowohl seidige als auch wollige Matelassés entwickelt. Auch die schwereren Seiden-Satins und Satin-Duchesses, in Uni oder als Stickerei, wurden von den Couturiers zu festlichen Zweiteilern aufgemacht. Der Samt-Trend wird mit Lurex-Stickereien (Arabesquen und Blüten) sowie mit Découpés interpretiert, die Blumen- und Blattmotive haben. Für die Abendmode sind kostbare Tüllstickereien, Guipures und Galons vertreten, die an den Bustiers der Ballroben zum Einsatz kamen. Die Farbpalette wird beherrscht von Schwarz, Maronen- oder Schokobraun, Feuerrot, Goldgelb und Fuchsia.

# ÜBERSETZUNGEN

SEITEN 48 – 59

## Jakob Schlaepfer + Co. AG, St. Gallen

Luxus für die Avantgarde sind Schlaepfers neueste Métallique-Kreationen: hauchfeine Tülle, mal zart bedruckt, mal mit goldenen Plisséebändern garniert, als Seidengewebe mit echten Goldfäden und bedruckt mit bunten Blüten und Bouquets oder mit rassigen Leopardenfell- oder Schlangenhautmustern. Im Métallique-Trend liegen auch die Spezialitäten: Broderie de paillettes argent hologramm sur stretch. Die Samtmode wird variiert mit origineller Broderie bouillonnée auf Organza-Satin mit Applikationen von Samtschleifen und Fellspitzen, ausserdem mit Pailletensamten, mit Samtbändchen-Applikationen auf Tüll, mit Broderie Anglaise und Stickereien auf Seidenvelours,

mit einer Guipure und von Hand ausgeschnittener Samtblüten-Applikation. Für die neue Kostümmode eignen sich schwarze Kaschmirstoffe mit glänzenden Jet-Streifen als moderne Interpretationen des klassischen Nadelstreifens.

SEITEN 60 – 67

## Abraham AG, Zürich

Für das Comeback des Haute Couture-Kostüms hat die Zürcher Seidenfirma Schwergewichte bis zu 230 g entwickelt, als Satin-Double-face, als Satin-Duchesse aufgemacht. In der breitgefächerten Farbskala dieser neuen Qualitäten sind tiefe Weintöne, Kupfer, Entenblau, Grau, Gold und Smaragd richtungsweisende Nuancen. Im Trend liegt Abraham mit seinen festlichen Matelassés, als Ottomane, als Brokat oder Lamé vari-

iert. Für Yves Saint Laurent wurde als Exklusivität ein Matelassé-Lamé entwickelt, für den echte Goldfäden verwebt wurden. Der Samt-Welle folgt Abraham mit Panne-Lamés und Panne-Imprimés.

Eine weitere Nouveauté sind Imprimé-Failles für Kostüme, als Spezialität kommen Taft-Façonnés mit Tupfen in verschiedenen Grössen, bedruckte Mousseline-Façonnés und Crêpe-de-Chine-Façonnés, mit Blumen-Bouquets bedruckt, zum Zug.

SEITEN 68 – 80

## Forster Willi + Co. AG, St. Gallen

Der Modestoff Samt ist in den Mittelpunkt der Haute Couture-Stickereikollektion gerückt und hat mit

künstlerischem Gespür dem Trend neue Impulse gegeben. Matelassé-Samte sind, mit bunten Woll- sowie Lurexstickereien oder mit Satinblüten-Applikationen veredelt. Glatte Samte sind mit Paisleymustern oder Blütenmotiven in matt und glänzend bestickt. Stickereisamte haben Spitzenapplikationen. Auch Stickerei-Guirlanden sind aus Samt, und reich wirkt die Spachtelspitze auf Velours-Frappé. Als Klassiker offeriert der Sticker festliche Tülle mit Diamantstrass besetzt, barocke Spachtelspitze in Schwarz sowie Bordeaux mit Goldumrandung. Verspielt feminin wirkt die schwarze Tüllspitze mit Stickereiguirlanden und applizierten kleinen Blütenbouquets.



**Novelties for ladies' fashion outerwear,  
plain and jacquard woven, printed.  
Cloqués.**

**Jersey-Fabrics, plain and fancy,  
in natural, rayon and synthetic-yarns.**

**Sportswear-, skiwear- and rainwear-fabrics.**

**Technical weaves.**

**Fancy yarns, fancy twists, crêpes.**



SWISS FABRIC

**Robt. Schwarzenbach & Co. AG**  
CH-8800 Thalwil/Zürich  
Seestrasse 185  
Tel. 01/720 04 03  
Telex 826 883  
Telegramm Landis  
Telefax 01/721 15 02

Robt. Schwarzenbach & Co. GmbH  
D-7858 Weil am Rhein

F.lli Schwarzenbach & Co. s.p.a.  
I-20030 Seveso/Milano

Schwarzenbach Sud-Italia s.p.a.  
I-02100 Rieti

Moulinages Schwarzenbach S.A.R.L.  
F-38110 La Tour-du-Pin

PAGES 81-85

*Tissus hiver 1989/90*

## Peintures d'ambiances

Il n'y a pas longtemps, une nouvelle expression clé apparaissait dans les milieux de la mode: le groupe cible. Tout le monde recherchait le bonheur dans les groupes cibles. On tentait avec une application quasi scientifique de cerner le client, cet être inconnu sur lequel se concentrent tous les efforts de la mode de près ou de loin et qui semble choisir au hasard dans la masse des propositions, déterminant ainsi le succès ou l'échec d'une tendance. On fit des études sur le comportement en matière d'habillement et les résultats concordants, obtenus d'abord uniquement parmi les consommatrices, révélèrent les signes distinctifs des différents groupes cibles. On les différencie par catégories: conventionnelle, avant-garde, âgée et jeune, sportive et habillée, naïve et romantique, taille idéale et ligne à problèmes, tempérament et pouvoir d'achat. Et l'on commit parallèlement une fondamentale erreur de raisonnement en situant chaque type dans une case précise, comme si les caractéristiques et conditions correspondantes étaient seules à déterminer, une fois pour toutes, le comportement, c'est-à-dire la manière de s'habiller. Le traitement des données et son interprétation logique n'ont pas permis jusqu'ici d'influer sur l'évolution de la mode et sur la consommation. Les surprises sont toujours possibles.

Ce sont justement l'intuition et l'improvisation de la part des créateurs et piliers de la mode qui rendent la profession si passionnante. On a découvert, depuis, une autre façon de détecter et de traduire les désirs des acheteuses et les convoitises en matière de mode. Les nouveaux mots clés sont «Life style» et «ambiances». Ils favorisent une approche sentimentale de la mode qui prend une importance accrue — pour les hommes également — à mesure qu'ailleurs il est de bon ton de réprimer ses sentiments. En dépit du fait que l'on peut définir et classer le comportement des consommateurs, leur humeur varie parfois. Il

est normal que certains besoins, certains états d'âme se traduisent également dans l'habillement, que l'on s'affirme fondamentalement sportif ou puriste, que l'on souhaite occasionnellement un peu de mystère ou exprimer une humeur romantique ou mélancolique. Rien n'empêche d'avoir soudainement envie de briller en rouge vif, plutôt que de se complaire dans la discrétion du gris. La mode est un moyen optique d'exprimer sa personnalité. Elle permet aussi de jouer un personnage, de changer de rôle, de donner libre cours à des ambiances changeantes. La peinture d'ambiance représente actuellement une valeur émotionnelle importante dans l'approche de la mode et dans son interprétation différenciée. Les teintes et les dessins sont les premiers facteurs d'ambiance, intervenant en force ou avec subtilité ou encore en associations contrastantes. L'offre textile suisse pour l'hiver 89/90 montre de manière expressive et des plus variées les directions dans lesquelles s'engagent ces tendances.

Les trois tendances les plus importantes, dont les pages suivantes proposent des exemples, illustrent certaines lignes fondamentales: visages de la mode qui changent de maquillage sans perdre leur rayonnement. «Hunting» est l'expression générale et noble d'une ambiance sport et rustique avec des teintes chaleureuses et une grande diversité de dessins. «Calvinist» est introverti, dépouillé mais expressif, économe en ce qui concerne les dessins et les accents colorés. «Mystic» plonge dans les coloris de toiles anciennes, crée une ambiance mystérieuse, se drape dans les splendeurs dignes des palais d'antan.

Ces ambiances se reflètent soit à l'état pur, soit interrompues, transposées, confrontées à plusieurs, au même titre que les coloris qui opposent une belle humeur colorée à satiété à une tendance, expressive elle aussi, à une propension aux doux dégradés en camaïeu.

PAGES 108/109

## Wild Textil SA, St. Margrethen

Élégance discrète, classicisme d'inspiration britannique et actualité

fonctionnelle sont les idées maîtresses de cette collection de jersey très soignée. Matières de base: la laine de tonte et des mélanges. Les coordonnées vont de l'uni au jacquard, du jersey stretch au jersey double et permettent d'innombrables variations mode. L'élégance d'une silhouette bien dessinée se concrétise avec des cloqués soyeux, des ottomans, des jerseys à fines rayures ou des mélanges en triacétate/polyamide. Paisleys, feuilles, plumes et fleurs stylisées font le charme du jersey-laine en faux camaïeu avec des surfaces bouclées ou côtelées.

Paysage d'automne et ambiance campagnarde ont inspiré des jerseys genre tweed, des dessins classiques, pieds-de-poule, glenchecks ou chevrons. Les jerseys doubles et des double-face se mettent au goût du jour, poilus ou en tons contrastants — bleu/gris, violet/vert ou brun/noir — ainsi que par leurs petits dessins actuels. Ces derniers jouent de motifs géométriques semés çà et là, de rayures de flanelle classique et de mini-pois, ce qui leur ouvre également le marché destiné aux jeunes.

## Nouvelle orientation du marché de la mode

Le fabricant de jersey Wild Textil SA, St. Margrethen, prend un nouvel élan pour s'imposer sur le marché de la mode. L'entreprise fondée en 1927 et dirigée par Alwin Wild a été vendue l'année dernière. Le nouveau propriétaire, H.U. Gantenbein, a recruté une nouvelle équipe de direction composée des responsables suivants: Dieter Zoppoth, à la tête, Adelheid Wilceck, vente, Karl Sternad, chef d'exploitation et échantillonnage, et Krimhild Baur, gestion et personnel. Les objectifs sont: créativité, qualité, souplesse.

L'équipe dirigeante a pour tâche d'adapter l'entreprise un peu désuète aux exigences du marché actuel et aux principes de l'économie d'entreprise moderne. Les prémisses sont favorables, un vaste parc de machines mais, et surtout, d'excellents spécialistes font la force de l'entreprise. Ces conditions permettent une réaction rapide face aux nouvelles tendances — essentielle actuellement — et assurée qualité et fiabilité dans les livraisons.

Le tricot et le finissage de produits bruts ou finis ainsi que l'élaboration de collections de jersey destinées au marché de la mode sont les activités traditionnelles de Wild Textil SA, qui crée également des tissus exclusifs avec des convertisseurs renommés. Il est prévu de développer cette collaboration.

En ce qui concerne la collection de l'entreprise, le but est de se distancer nettement de la concurrence étrangère meilleur marché. La gamme s'étend des jerseys fins destinés à la lingerie fine de jour et de nuit, à un vaste programme de vêtements d'intérieur, aux tissus pour les vêtements de loisirs et de sport pratiques, ainsi qu'à une nouvelle collection de confection féminine, objet d'une attention toute spéciale.

La maison Wild Textil SA occupe 80 collaborateurs; le chiffre d'affaires atteint 14 millions de francs. Actuellement on tricote 50 tonnes de tissus par mois, le but étant d'atteindre 60 tonnes. La nouvelle direction a pour objectif une efficacité accrue qui nécessite certains investissements. Outre la modernisation de la teinturerie et du finissage, les investissements seront affectés essentiellement au domaine informatique. Finances et production sont déjà informatisées, d'autres départements vont suivre. Actuellement, l'utilisation d'ordinateurs ouvre de nouvelles possibilités dans les dessins. Les machines à tricoter sont pourvues d'accessoires qui les portent à un niveau technique d'avant-garde, l'acquisition de nouvelles machines est programmée. D'autre part, des investissements sont aussi prévus pour les immeubles. Tous les efforts conjugués visent une augmentation des parts du marché et l'occupation de nouveaux créneaux dans les pays européens avoisinants.

PAGES 110/111

*Christian Fischbacher Co. AG,  
St. Gallen*

## Transparence raffinée

La nouvelle collection de foulards de Christian Fischbacher se distingue par des associations de couleurs caractéristiques, délicatement nuancées, alliées à une transparence raffinée. Le chapitre classique pro-

pose des pois, rayures ou pieds-de-coq imprimés dans le style d'un patchwork, voisinant avec des dessins typiques de soieries. Quelle virtuosité dans la manière d'associer les dessins floraux et les motifs romantiques, les éléments des mers du Sud et les accents pop! Les inspirations rustiques ou ethniques sont réalisées avec finesse et les «fichus de voyage» font rêver d'aventures et rappellent souvent des sujets d'affiches. Les tissus de fond et la coloration sont en parfaite harmonie. Chiffon et rayures satin, jacquards et crêpe-de-Chine soulignent discrètement les dessins. Un châle en tulle de pur coton et broderie, deux parés et un foulard transparent uni mettent la dernière touche à la collection.

Un nouveau groupe réalisé dans une soierie lourde présente des éléments de la Belle Epoque. Les splendides teintes soutenues contrastent avec les tendres nuances pastel. Fischbacher propose en outre un riche assortiment de petits mouchoirs, allant des dessins classiques aux taffetas ourlés main et décorés de motifs d'angles en strass.

PAGES 114 – 133

*Lingerie 89*

## **Douceur féminine ou nouvelle sobriété**

La Haute Couture a donné le signal. Après les fastes et le luxe elle se souvient de l'existence de la cliente classique. La féminité nous revient. Une féminité dont les lignes épurées et la sobre élégance répondent à l'esprit actuel. Une féminité tendrement sensuelle qu'exprime le dessin des courbes, du buste, de la taille, des hanches. Elle fait face à l'aspect fonctionnel d'une mode plus raisonnable. Les fabricants de lingerie ont concrétisé ces tendances dans leurs collections. Ils savent comment exprimer le — ou les — charmes dans la lingerie.

Les tissus et la maille s'assouplissent, le jersey et les tissus extensibles ont gagné du terrain. Les broderies rivalisent d'imagination, souvent en stretch elles révèlent une haute

maîtrise technique. Un domaine où les brodeurs suisses excellent. Dorénavant ils sont partenaires à part entière des fabricants de lingerie. Un spécialiste affirmait récemment que, sans les broderies de la région saint-galloise, la lingerie de jour et de nuit ainsi que les dessous en général perdraient une grande part de leur attrait.

La lingerie de jour a pris de l'essor. L'été 89 la verra soit empreinte d'un charme romantique soit du genre sport-fonctionnel. Les ensembles composés d'une chemisette assortie du slip dans les réalisations les plus variées seront en tête. Les bustiers reviennent maintenant à la mode et en force, accompagnés de slips correspondants ou de «french-knickers» insolents. Les tops romantiques style chemisette subissent non seulement l'influence de la mode vestimentaire, mais le choix des tissus brodés, des dentelles, rubans, fronces et frous-frous leur apportent le charme rétro de la lingerie de grand-mère. Les ensembles classiques chemisette/slip sont valorisés par des empiècements brodés et des motifs divers d'un dessin généralement plus généreux qu'auparavant. Les applications de broderies florales et les broderies au cordonnet sur du tulle donnent à la lingerie un aspect luxueux, un luxe qui se retrouve dans les sets habillés noir ou marine. Les broderies dorées ou Lurex ainsi que d'autres, ombrées ou soyeuses, prouvent une fois de plus que les limites s'estompent et que la lingerie de jour va au-delà d'un aspect purement fonctionnel.

Les sets de lingerie proposent du fonctionnel avec une touche sport et des coupes plus près du corps. La mode suit la redécouverte des courbes, la mise en valeur retrouvée de la ligne et des formes. Le bustier revient, moulant comme une seconde peau. Les tops et les slips du genre sport présentent des coupes pratiques, fonctionnelles et vont du mini-slip aux «jazz-pants» échancrés très haut. Ils sont réalisés dans des tissus extensibles — coton/Lycra, jerseys fins coton ou synthétique, tissus à côtes ou smocks. Les bordures élastiques des tops et des pantiers, les bandes avec textes ou les mini-motifs brodés qui les égalaient sont un «must» de la mode actuelle. Les passepoils contrastés soulignent

le nouvel aspect fonctionnel, alors que les rubans, petits nœuds et broderies chimiques des tops et des slips sont le contraste féminin/romantique de la simplicité.

Les bodies répondent au goût des usages multiples, leur vogue demeure. La nouvelle saison les verra sous forme de sets — soutien-gorge/slip — ou shorties, ils formeront un tout dans la vitrine, les teintes, matières et garnitures brodées étant assorties entre elles.

La nouvelle approche des formes, la silhouette mode près du corps devraient encourager la renaissance de la corsetterie, plus légère, plus «lingerie». Le soutien-gorge à armature intéressant de nouveau les jeunes prêtes à imiter les idoles hollywoodiennes des années cinquante et soixante. Il est rare de trouver le soutien-gorge isolé, il s'accompagne du slip, le set est rehaussé de précieuses broderies. On remarque que de nombreux spécialistes en lingerie s'intéressent à la corsetterie et vice-versa. Dans ce monde des dessous les fabricants accordent une importance plus grande aux matières légères, extensibles et absorbantes. Les brodeurs suisses se sont adaptés à cette nouvelle tendance et proposent des broderies élastiques sur du tulle, du jersey, du satin.

La lingerie de nuit est soit d'un charme tout à fait romantique style «grand-mère», soit d'une élégance rappelant les années vingt ou trente avec des tissus fluides et des coupes sveltes. Les robes de nuit en charmeuse de soie, en tissus façonnés ou jersey fin et léger arborent des fronces et des corsages qui flattent la gorge, rappelant des modèles grecs, des incrustations de dentelle et broderie en sont les détails les plus captivants. Tant les modèles à la cheville que les «big shirts» destinés aux jeunes présentent de longues fentes latérales. Ici, le jersey single triomphe. Les shirts à usages multiples sont insolents et amusants par le choix de leurs broderies, comme par exemple les thèmes sportifs. Pour les jeunes toujours, les spécialistes proposent des pyjamas courts, fortement influencés par la mode vestimentaire, avec des bustiers boutonnés assortis de pantiers à fronces ou des tops kimono dégageant le nombril et assortis à de courtes jupettes clochées cousues à même un mini-slip

(cela s'appelle slip-skirt). Les fonctions multiples de ce genre de modèles permettent aussi de les porter hors de la maison. Les dessins «mix-and-match», mini-fleurs-pois-rayures constituent des nouveautés estivales.

Lors du choix des coloris également, une douce féminité s'oppose au fonctionnel renouvelé. Tons pastel et blanc classique rivalisent avec du noir extravagant. Pour animer tout cela — dans les gammes jeunes — des teintes «gelati», de vanille à framboise, ou d'un bleu éclatant à un vert aloès.

## **Les broderies suisses ont la cote**

Les brodeurs suisses doivent leur réputation mondiale à la qualité, à un service impeccable, à leur créativité et leur sens du renouvellement. On ne saurait concevoir de la lingerie mode sans le charme de la broderie. Le désir d'acheter est souvent en relation directe avec les dernières créations brodées, incrustations charmantes, motifs romantiques, rubans et volants qui apportent la note féminine aux pièces même les plus simples. Les broderies demeurent féminines et charmantes dans les plus récentes collections de l'automne/hiver 1989/90. Les modèles les plus dépouillés de la tendance actuelle en proposent également. Le luxe garde ses adeptes, il se traduit d'abord dans les associations savantes de divers fonds et les techniques de broderie les plus élaborées. Les collections actuelles présentent toujours quantité de dessins floraux, alors que la saison à venir proposera plus souvent des motifs inspirés de broderies anciennes. La tradition est vivifiée par la technique moderne.

Les fabricants de lingerie sont devenus des partenaires à part entière lors de la création de nouvelles broderies. Souvent, les nouveautés sont le résultat d'une étroite collaboration, puisqu'elles exigent une technique de plus en plus perfectionnée. Les Suisses ont donc élaboré, entre autres, des broderies élastiques, car la mode plus moulante exige des matières confortables, légères et souples.

On fait un grand pas en avant dans le perfectionnement des matières extensibles pour la saison automne/

hiver 89/90. L'offre comporte non seulement des rubans brodés élastiques, mais des broderies élastiques sur des qualités de tulle extensible sont proposées en allover, répondant de manière optimale aux exigences de confort et de liberté de mouvements.

Les brodeurs suisses se montrent également inventifs lorsqu'il s'agit d'allier les avantages de la fibre naturelle et ceux des synthétiques. De nouvelles techniques de finissage confèrent dorénavant aux tissus synthétiques une meilleure absorption de l'humidité tout en les rendant antistatiques. De plus en plus, les tissus traités ainsi sont utilisés comme fonds pour les allovers, les rubans et les motifs les plus divers. Rajeunissement aussi dans les broderies de la lingerie sport nonchalante «leisure-style» dont la demande ne cesse de croître sur le marché des produits jeunes. De petits motifs multicolores — insignes de club ou scènes sportives — se prêtent à merveille à la confection avec les tissus stretch. Autre nouveauté destinée aux jeunes, les insignes brodés de fils lumineux ou les motifs à surimpressions en couleurs fluorescentes. Leur coloration violente rappelle les toiles d'Andy Warhol et les années cinquante en Amérique.

Les mines satisfaites des brodeurs laissent supposer qu'il n'y a pas lieu de se plaindre actuellement du secteur lingerie. On compte sur une évolution favorable pour l'automne/hiver, la lingerie brodée — même de jour — jouissant d'une réelle faveur, qu'il s'agisse de garnitures chemisette/slip ou de sets plus complets qui incluent des dessous légers. Les broderies florales demeurent. Elles sont escortées de travaux fins au petit point, dont l'effet est très juvénile/romantique. Apparition inédite: les petits plastrons brodés de gobelins ou au cordonnet sur voile de coton. Rubans de satin, petits nœuds appliqués ou roses miniatures rappellent l'armoire à linge de grand-mère.

Succédant aux roses tant aimées, voici des orchidées et des lis brodés, rehaussés parfois d'applications de satin. Les dessins du genre découpages reviennent. Les traditionnelles broderies sur tulle, avec leurs motifs floraux et leurs arabesques, sont remplacées de plus en plus souvent par des dessins de plumes. Les fils

multicolores qui les composent permettent des associations de nuances raffinées et élégantes, par exemple dans des tons mode violets et rouges sur fond noir. Très actuels, le tulle à surimpression métallisée et dessins marbrés qui rappellent les beaux motifs des reliures d'antan, ou encore des broderies à surimpressions d'un motif pied-de-poule, dans des nuances pastel sur du blanc. La Haute Couture ouvre la voie aux dentelles chimiques, plus fréquentes dans les collections actuelles — en pur coton ou rayonne. On les rencontre sous forme d'empèchements et de rubans, mais encore dans des dessins fins et filigranés en allovers destinés aux bodies et à la corsetterie en général. Une tendre sensualité s'insinuant aussi dans la mode masculine, les brodeurs prennent certaines libertés avec les chemises. Motifs discrets sur voile de coton et batiste, sur les tissus mercerisés, inspirés de l'ambiance sports et club; adresses et noms propres sur des étiquettes. On songe à la «multifonction» des boxer-shorts et de la lingerie du sportif.

La transparence de la lingerie féminine demeure actuelle, les fonds sont en tulle, georgette et voile, avec une prédilection pour le georgette. Les nouveaux tissus extensibles sont également brodés. Très aérées, les applications et broderies sur de la marquisette. Pour satisfaire au goût du luxe les fonds brodés seront en coton, soie façonnée et divers satins fantaisie. Les imprimés sont rebrodés, les broderies surimprimées, souvent avec des effets métallisés. D'autres effets optiques très raffinés sont dus aux fils spéciaux introduits çà et là, associés à diverses techniques révélant une extrême maîtrise technique. Outre des fils brillants en rayonne, un peu de Lurex et du multicolore, on verra aussi cet hiver des fils de laine. Une mention spéciale va aux soutaches sur du tulle, d'une allure un peu rétro et rappelant les années trente.

# AETEC

SALONS A NEW YORK

## 88/89

POUR MODE, TEXTILE ET DECORATION

NEW YORK  
**PRÊT**  
COUTURE  
FORUM

Le salon leader du prêt-à-porter féminin avec sections accessoires, sportswear et couture.

17-19 SEPTEMBRE 1988  
5-7 MARS 1989

Le salon du cuir pour la mode et la marroquinerie.

17-19 SEPTEMBRE 1988  
5-7 MARS 1989

NYLEX

NEW YORK

La source américaine du textile de la mode.

FABRIC

**NOUVELLES DATES!**

SHOW

17-19 OCTOBRE 1988  
29-31 MARS 1989

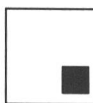
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER  
NEW YORK CITY

Le salon international de la décoration intérieure.

deco  
**88**  
tex

**NOUVELLES DATES!**

Parallele avec  
Fall Market/  
Designer's Saturday au IDONY  
6-8 OCTOBRE 1988



POUR TOUT RENSEIGNEMENTS CONTACTEZ AETEC

AMERICAN EUROPEAN TRADE & EXHIBITION CENTER CORP.  
225 WEST 34th STREET, SUITE 906, NEW YORK, NY 10122  
Tel: (212) 563-5350 Telex: 6973242 euroamf Fax: (212) 736-0027

PAGES 134/135

*Hanro AG, Liestal*

## La lingerie au grand jour

Les limites se sont estompées. Les nuances entre la lingerie de jour, la lingerie de nuit et la mode des loisirs se sont amenuisées. La lingerie se met en évidence. A l'intérieur comme à l'extérieur. La tendance veut des fonctions multiples. Et c'est surtout la mode jeune qui préconise une utilisation plus variée. De plus, la nouvelle conception fonctionnelle correspond à la silhouette revalorisée. Cela exige des qualités plus élastiques, plus souples aussi. Les éléments jeunes s'accompagnent de détails charmants et romantiques. Cette nouvelle formule est traduite souverainement dans la nouvelle collection Hanro pour le printemps/été 1989. Dans de légers T-shirts, des bermudas rayés, des jump-suits courts ou des ensembles de «petits marins» on se sentira aussi à l'aise dans son lit qu'au grand air. Le groupe «sport» – shorties, big-shirts, tops à bretelles, bustiers et pantalons bouffants – plaira autant par le choix des matières que des dessins. De l'interlock et du jersey single légers en coton 100%, rayés en long et en travers, à pois et à dessins fantaisie se présentent de manière plaisante dans des teintes soutenues, jaune, rouge, vert, bleu, pour accompagner le blanc ou l'écru. Souvent l'accent mode est exprimé par des passepoils contrastants et des dentelles extensibles – par exemple en noir pour le set chemisette/slip jaune à pois noirs. Cette gamme est complétée par de courts manteaux portefeuille assortis.

C'est à la femme active que Hanro destine la série «business» avec ses chemises de nuit aériennes à la coupe nonchalante, ses big-shirts de style masculin, ses pyjamas et peignoirs assortis. Tout cela dans de légères cotonnades ou des mélanges coton/viscose, agrémentés de rayures classiques verticales ou de petites roses jacquard.

Juveniles et coquettes, les chemises de nuit – généralement sobres et blanches – se parent de fines broderies ornant les décolletés en V,

plastrons, passepoils ou la bordure des manches.

La nouvelle ligne fonctionnelle marque aussi la lingerie près du corps d'allure sport. Jerseys et tissus extensibles fins, bordures généreuses et bretelles en ruban élastique sont autant d'éléments qui assurent la tenue parfaite des bodies et des sets deux-pièces. Des ensembles de lingerie en vichy et jersey à pois font revivre les années cinquante. Des tops à courtes manches bouffantes, des bustiers au décolleté carré ou en forme de cœur, qu'accompagnent généralement des mini-slips ou des tangas, se prêtent admirablement à être portés avec des jeans, par exemple. Pour parfaire la collection, Hanro propose des ensembles de lingerie pour le jour classiques et élégants dans du jersey single en coton très fin, de la soie à carreaux et des rayures tissées en gris/blanc, rose/blanc, vert/blanc ou bleu/blanc.

PAGES 136/137

*Union AG, St. Gallen*

## Broderie-Perfection

L'évolution de la mode lingerie repose sur une nouvelle interprétation des formes. Courbes et formes reprennent de la valeur. L'aspect mode va de pair avec la perfection technique et les points forts de la nouvelle collection d'hiver 1989 de Union SA à St-Gall apparaissent dans les thèmes ornementaux inédits des broderies. Autant d'éléments axés sur le produit et se prêtant de manière idéale à la confection d'empiecements, applications, motifs et rubans. Aucun effort n'est de trop lorsqu'il s'agit de diversifier les techniques, d'utiliser de nouveaux types de fils à broder et d'associer diverses matières. Les exigences du marché de la lingerie ont augmenté tant sur le plan de la mode qu'en ce qui concerne la perfection technique.

Les broderies aux effets brillants et fils spéciaux sur fonds transparents s'agrémentent d'applications de velours, de garnitures de perles et petites pierreries afin de satisfaire au caractère luxueux de la mode ac-

tuelle dans la lingerie et la corsetterie. Des détails empruntés à l'Extrême-Orient enchantent par la finesse de leurs coloris et de leurs broderies. Les soutaches représentent une nouveauté, où les fils utilisés recréent une ambiance quelque peu rétro. Des motifs destinés à décorer les épaules proposent des fleurs, des nœuds et des dessins fantaisie. Les broderies extensibles sur fonds élastiques englobent les dessous et la corsetterie et les motifs fantaisie dans des teintes fluorescentes sont destinés particulièrement à un marché jeune. L'entreprise saint-galloise propose une autre nouveauté: des motifs brodés destinés à la lingerie masculine de jour ou de nuit et composés d'insignes de clubs ou de motifs sportifs sur des fonds clairs ou foncés.

PAGES 138-143

*La relève berlinoise et les textiles suisses*

## Tissus et fantaisie

A Berlin, la Maison des Beaux-Arts accueille également les «proches», les arts appliqués par exemple, la mode. Environ une centaine d'étudiants et étudiantes (une minorité de quelque 10% seulement) suivent actuellement les semestres d'études de stylistes. Les 26 élèves de la classe terminale du 6<sup>e</sup> semestre ont été appelés à démontrer d'une manière assez originale leurs talents respectifs. Au seuil de la vie sérieuse dans la réalité économique de la mode, les épreuves proposées accordaient plus d'importance à l'imagination créatrice et à la libre réalisation d'idées personnelles qu'à une utilisation rationnelle. Ce projet, confié à Wolfgang Joop, titulaire d'un poste d'enseignant à l'Académie des Beaux-Arts, a été inspiré et soutenu par le Centre publicitaire de Textiles Suisses qui en a facilité la réalisation, étant de longue date intéressé à la promotion des jeunes de la relève. «Etablir aujourd'hui le contact avec les créateurs de demain» était la devise – un contact qui comprend également la connaissance des tissus suisses. Cette fois-ci, 18 fabricants de textiles

suisses avaient mis à disposition des tissus mode tirés de la collection d'été 89, afin de créer 52 modèles exigeant pour leur réalisation l'utilisation de diverses matières, le sens de la mode et une belle maîtrise professionnelle. Le résultat donna lieu à un happening considérable et haut en couleur, présenté dans le cadre de l'Académie sous le patronage de Monika Diepgen – l'épouse du maire de Berlin – à un public d'invités composé de spécialistes et d'invités d'honneur. Werner Kobel, président du Centre publicitaire de Textiles Suisses, rappela dans son discours de bienvenue les liens existant de longue date entre la confection berlinoise et l'industrie textile suisse et releva à cette occasion que Berlin, outre ses maisons de couture réputées, compte actuellement un nombre appréciable de jeunes créateurs de talent dans le secteur de la mode.

Il s'agissait de réaliser une collection estivale à partir de tissus suisses de divers genres et provenances, du projet à la réalisation – du patron à la finition. Il fallait donc, selon Joop, trouver un thème apte à illustrer la diversité et les particularités des matières. Parallèlement, il convenait de préserver les conceptions personnelles des étudiants, tout en les unissant dans un même thème. La solution – ou la gageure – était libellée ainsi: créer des vêtements inspirés de costumes folkloriques suisses, de la garde-robe de la noblesse et de la bourgeoisie à l'époque de Frédéric le Grand, évoquer un style, une époque, tout en s'affirmant dans l'actualité. La référence historique se révéla la plus séduisante.

Le voisinage audacieux du folklore helvétique et du rococo prussien libérait de manière évidente la fantaisie et l'imagination, incitait au romantisme, au pathos et à l'ironie, mais peu à l'actualité. Par-ci par-là un coup de chapeau à Lacroix... le plaisir du déguisement primant la référence à la réalité. Amusement, jeu, imagination débordante dans la mode n'ont que rarement libre cours, dégagés du frein des réflexions que dicte la raison. Les jeunes talents usèrent généreusement de la liberté ainsi accordée.

Bergère par amour et chevalier à la rose, livrée et crinoline voisinaient avec la mini-jupe et le fourreau, les

«coupoles» nettes et les lignes fluides apparaissaient tour à tour. Corsets lacés et faux-culs, drapés, frous-frous et jupes doubles savamment construites prouvèrent souvent par leur coupe très sophistiquée une belle maîtrise artisanale. Mais, et surtout, jaillissait de toute part la joie de travailler les tissus, une réelle jouissance à mêler teintes, dessins et matières, à réaliser des effets spectaculaires, étonnants, très peu orthodoxes parfois et souvent obtenus par de généreux métrages. Si la mode, comme l'affirme Joop, est, plus que l'art, le reflet de l'esprit d'une époque, les choryphées de la mode future nous laissèrent en tout cas augurer de temps voués au décor et aux textiles...

PAGES 144/145

## Berlin salue Zurich

Les ambassadrices (et quelques ambassadeurs) venues des bords de la Spree aux rives de la Limmat ont apporté un bouquet fleuri et coloré de «Fashion Flowers». Berlin se présenta au public spécialisé invité pour la circonstance sous son aspect le plus attrayant et le plus «habillé», la «Berliner Mode-Messe GmbH» œuvrant efficacement et avec fantaisie afin d'imposer son «image». Le gala de mode présenté sous le patronage de Monika Diepgen, épouse du maire actuel de Berlin, avait pour but de rappeler l'importance de ce centre traditionnel de la confection, de souligner les échanges et les bonnes relations commerciales avec les acheteurs suisses. Inversement, le courant va également de la Suisse à Berlin, car les confectionneurs berlinois apprécient les tissus suisses. «Fashion Flowers» en a été une preuve multiple.

Ce titre fleuri coiffait la présentation pour l'été 89 d'un groupe de quinze maisons représentant l'éventail de l'industrie de la confection berlinoise, ou du moins un échantillonnage représentatif, puisque la branche compte plus de cinquante entreprises établies sur le marché, outre un

secteur de la mode jeune, dynamique et en plein essor. On put donc admirer des créations classiques et des toilettes décoratives pour le soir dans un style de confection de haut niveau à côté de modèles fantaisie ou dépouillés et puristes d'une génération montante de stylistes. Des interprétations de «casuals» et des modèles masculins inconvencionnels traversèrent l'estrade, ainsi que des oppositions en noir et blanc et des couleurs luminescentes. «Swiss Flowers», fleurs brodées pour la robe de mariée, fermaient la ronde – une révérence en quelque sorte et le message de Berlin à ses hôtes suisses.

PAGES 152/153

*Les dix ans du TMC à Zurich*

## Toute la mode sous le même toit

16 août 1988 – dixième anniversaire du Centre de Mode et Textiles (TMC) à Zurich. Durant cette courte période, ce centre d'achats pour le commerce spécialisé s'est solidement établi comme organisme qui polarise l'offre suisse et étrangère dans le secteur de l'habillement. Bénéficiant d'une situation centrale au point de vue économique et d'un accès aisé, la maison offre des espaces d'exposition pouvant abriter plus de 350 entreprises. Elle est devenue une institution essentielle, adaptée aux nouvelles habitudes d'achat dans le secteur de la mode.

L'idée d'une maison vouée aux textiles est née dans les années soixante. Les premiers pourparlers datent de 1967 déjà. 1970 marque la constitution d'une société coopérative et le début d'une phase importante dans la planification. En 1975, ce fut le premier coup de pelle et, après trois ans que dura la construction, l'inauguration du TMC eut lieu en août 1978.

Peu après l'inauguration, le conseil d'administration envisageait déjà une première extension. Le TMC 2 fut créé entre 1979 et 1981. 1984/85 marque la troisième étape et l'inauguration de TMC 3. Peu de temps

„ Menschen  
tragen  
Etikette. „

Dieser Trend zum «Herzeigen» setzt sich fort.

Bally Band macht auch  
Ihren Namen oder Ihre Marke attraktiv sichtbar.

Gewobene und gedruckte Etiketten.  
Transflock-, Leder- und Kunststoff-Etiketten.

Textile Bänder  
für den technischen- und den Dekor-Be darf.



**Bally Band AG, CH-5012 Schönenwerd,**

Telefon 064 / 41 35 35, Telex 981 549, Telefax 064 / 41 40 72

avant l'anniversaire de 1988, une surface en réserve de 370 mètres carrés au rez-de-chaussée fut libérée afin d'aménager 7 nouvelles salles d'exposition pouvant abriter 7 nouvelles entreprises.

Cette évolution illustre le dynamisme du TMC qui dépasse les prévisions les plus optimistes de l'époque. Le rôle économique du TMC a considérablement augmenté car, même si l'on ne peut conjecturer les chiffres d'affaires réalisés, ceux-ci devraient atteindre le milliard.



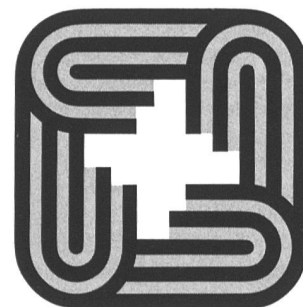
Name	Interstoff Frankfurt a.M. 25.-27.10.1988	Name	Interstoff Frankfurt a.M. 25.-27.10.1988
Aare AG, Schinznach-Bad	3.1B48	A. Naef AG, Flawil	4.1D54
Abraham AG, Zürich	4.1E07	Nef & Co. AG, St. Gallen	6.0C06
Albrecht & Morgen AG, Herisau	4.1F75	J.G. Nef-Nelo AG, Herisau	4.1F95
Alfatextil AG, Zürich/Althäusern	6.2C45	Niederer & Co. AG, Lichtensteig	6.0C06
Alfatrend AG, Horn	4.0G13		
Altoco AG, St. Gallen	4.1F41	Okutex AG, St. Gallen	4.1D41
Bäumlin AG, Thal	6.0C06	Reichenbach & Co. AG, St. Gallen	4.1D55
Bischoff Textil AG, St. Gallen	4.1H54	Riba Seiden AG, Zürich	4.1C44
Bleiche AG, Zofingen	4.1D81/6.0C06	Jacob Rohner AG, Rebstein	4.1D97
F. Blumer & Cie, Schwanden	6.0C06	Rotofil AG, Zürich	6.0C06
Brandenburger & Guggenheim, Zürich	4.1C44	E. Ruoss-Kistler AG, Buttikon	6.0C06
Bromatex AG, Sevelen	4.1A47		
Ernst Brunner AG, St. Gallen	6.0C06	Jakob Schlaepfer & Co. AG, St. Gallen	4.1E07 4.1E54
Camenzind & Co., Gersau	6.0C06	Schoeller Textil AG, Derendingen	6.0C06
Cuttex AG, St. Gallen	4.0H65	E. Schubiger & Cie AG, Uznach	4.1J46
CWC Textil AG, Zürich	6.0C06	Schule für Gestaltung, Luzern	4.0J22
EBS Ed. Bühler Spinnereien, Winterthur	6.0C06	Robt. Schwarzenbach & Co. AG, Thalwil	4.1H95/6.0C06
Elmer AG, Wald	6.0C06	Schweiz. Gesellschaft für	
H. Ernst & Cie AG, Aarwangen	6.0C06	Tüllindustrie AG, Münchwilen	6.0C06
Chr. Eschler AG, Bühler	6.2C64	Spinnerei am Uznaberg, Uznach	6.0C06
Eugster & Huber Textil AG, Gossau	4.1F45	Spinnerei an der Lorze, Baar	6.0C06
Henry Ferber AG, St. Gallen	4.1A47	Spinnerei Streiff AG, Aathal	6.0C06
Filtex AG, St. Gallen	4.1H46	Spinnerei & Weberei Dietfurt AG, Bütschwil	6.0C06
Chr. Fischbacher Co. AG, St. Gallen	4.1C95	Stabio Tessitura di Stabio SA, St. Gallen	6.0C06
Forster Willi & Co. AG, St. Gallen	4.1E46	Stehli Seiden AG, Obfelden	4.1F53/6.0C06
Peter M. Gmür AG, Wil	4.1F33	Stotz & Co. AG, Zürich	6.0C06
Grüneta Textil AG, Grüneck	4.1F37	Studio M + M Design, St. Gallen	4.0A59
Gugelmann & Cie AG, Roggwil	6.0C06	Stünzi Textil AG, Obfelden	4.1F63/6.0C06
HGC - H. Gut & Co. AG, Zürich	4.1E97	Swiss Fabric Export Group, Zürich	6.0C06
Habis Textil AG, Flawil	6.2B69/6.0C06	Taco AG, Glattbrugg	4.1E82
Hasler Textil AG, Berneck	4.1F37	TCI AG, Buchs	3.1C58
Hausammann & Moos AG, Weisslingen	4.1H75/6.0C06	Trend News Christiane Baur, Zürich	4.0E45
F. Hefti & Co. AG, Hätzingen	6.0C06	Trümpler & Söhne AG, Uster	6.0C06
Jaquenoud AG, St. Gallen	4.1F33	Union AG, St. Gallen	4.1F55
Fritz & Caspar Jenny AG, Ziegelbrücke	6.0C06	VSP Textil AG, Pfyn	6.0C06
Keller + Co. AG Wald, Gibswil	6.0C06	Weber & Cie AG, Aarburg	6.0C06
W. Klingler AG, Gossau	6.1B64	Weberei Tösstal AG, Bauma	4.1F95/6.0C06
Lang & Cie, Reiden	6.0C06	Weberei Walenstadt, Walenstadt	6.0C06
Lastiss AG, Zürich	6.2C64	Weberei Wängi AG, Wängi	6.0C06
Linea L, Chiasso	4.0F21	Weisbrod-Zürcher AG, Hausen a.A.	4.1E95/6.0C06
Lior SA, Rancate	4.1J52	Wetter & Co. AG, Herisau	4.1E52
Mettler & Co. AG, St. Gallen	4.1D50	Wetuwa AG, St. Gallen	6.0C06
Müller Seon, Seon	4.1E52	Wild Textil AG, St. Margrethen	6.2B46
		Wiprächtiger AG, Glattbrugg	6.1C60
		Zellweger Uster AG, Uster	4.0G63
		Zieglertex, Zürich	6.0C06

Schweizer Firmen an der

# interstoff

Frankfurt

25.-27. Oktober 1988



PAGES 36-43

*Haute couture Paris  
Autumn/Winter 1988/89***Classic in the spirit of the times**

The pendulum has come full swing. From "hot couture" back to haute couture. On the heels of the extravaganza comes an up-dated classic. The cult of luxury, the opulence of the fabrics and the thirst for colour are perennial constants. The Parisian haute couture shows have lost nothing of their irresistible allure. They are a feast of elegance raised to its highest artistic pitch.

At Nina Ricci's première show, the paparazzi blithely ignored a man seated in the front row. He certainly had nothing of the glamorous aura of the VIP guests who flock to the Paris couture showings and are lionized by the photographers. Nonetheless, the inconspicuous visitor was a sensation. For he was none other than Pierre Bérégovoy, socialist Minister for Finance and Economy and one of France's most powerful men. No economist since the time of Colbert, Minister of Finance to the Sun King and patron of the silk weavers of Lyons, has shown as much interest in "fickle" fashion. Minister Bérégovoy was very taken with the spectacle and told "Figaro", "Collections like these, that are made by artists, are just what our economy needs."

And how! Since luxury manufacturers like Vuitton, Moët & Chandon and Dior (along with Lacroix and Givenchy) have banded together in a gigantic multinational consortium, since major industrial firms like Olivetti and Sanofi have been bought out by Yves Saint Laurent and Nina Ricci, respectively, and since the Japanese Yagi Limited Group has taken over the Grès fashion house, even the Minister for the Economy is convinced of the seriousness and market value of a consumer segment that is all too readily dubbed as frivolous and superfluous.

*Dazzling renaissance*

The other famous spectators' chief delight was the aesthetic appeal of the product, namely fashion, that is

raised to the pinnacle of perfection in haute couture. They also revelled in the lavishly stage-managed shows, which from time to time were nothing short of spectacular. Star guest Liza Minelli, who polished off half a dozen parades with genuine enthusiasm, expressed her astonishment at the show business nature of these events. The Broadway star's acquaintance with Parisian haute couture dates from the days when the collection premières were held in the salons and not, as nowadays, in theatres, museums, and the magnificent banqueting rooms of top-flight hotels. Interesting too the article in the Frankfurter Allgemeinen Zeitung on the "Renaissance of haute couture". As its journalist was not present at the last two seasons, she missed out on the rebirth of luxury fashion and the advent of Christian Lacroix, who more than any one is responsible for the comeback.

*After ecstasy, a sovereign classic*

The Renaissance is standing its ground, but its style has radically changed. After the ecstasy and the excesses, calm has been restored and common sense with it. "Hot couture" is haute couture once more: the haute école of elegance and perfect feel for proportions and colour. Crinolines, puffs, superminis, and supersexy dresses are out. "The Lacroix tornado only lasted a season: just long enough for a carnival," reported the Express. The pendulum has swung back to classic, to a new, modern classic with simpler but nonetheless soft flowing lines, that flatter feminine curves, but are no longer exhibitionist. With moderate shoulder widths and sleeve and skirt circumferences. With skilfully contrived drapes and ruffles instead of luxuriant ruches and frills. With moderate skirt lengths that either skim or just cover the knees (like Yves Saint Laurent). Only Karl Lagerfeld ventured into the new calf-length hemlines in midskirts that infused new life and new looks into the Chanel costumes. Both here and in prêt à porter, pants have moved to the foreground, because they provide elegant solutions to length problems.

*Costumes are career symbol*

The lull after the thoroughly creative storm has propelled day fashions

back to centre stage. Chief beneficiary of the new classic look is the costume, which includes the pant suit. Not too sporty and not too pretty, it is the ideal uniform for the modern woman, irrespective of whether she pursues her career in society salons or directors' boardrooms. The costume with innumerable jacket variations from the bolero through the spencer and blazer to the 3/4 fitted coat. The costume as a universal model from pre-noon to late evening – in fine tweed checks and elegant grain de poudre, in leather or velvet, in reversible satins and crêpe satins for afternoon, in festive brocades, matelassés and embroidered and appliquéd velvets.

The coat too is back in favour with luxury fashion: as childlike loose fitting model in mohair, feather-weight raincoat in silk faille, elegant swirling buttonless wrapover, and youthful fitted maxi. Capes dominate in the evening.

*Luxury in velvet and silk*

The cult of luxury has persisted, a luxury that takes its cue from the principal historic cultures, from late antiquity, from Pompeii and Byzantium, from the magnificence of the Medicis and Shakespearean dramas. But which also pays homage to the fashion classicists like Balenciaga and Madame Grès. Luxury reveals itself in the costly mink, sable and chinchilla trimmings, in the luxuriant fur collars and fur cravats that rival the cashmere shawl. Fabrics are as opulent as ever – gleaming brocades and matelassés, delicate embroideries, heavy satins and shot taffetas. But the stars of the winter season are muslin and velvet, often made up together. And this fabric luxury in Paris would be impossible if it were not for the Swiss fabric specialists. Witness, for example, what the embroiderers alone have made from velvet: guipures and cut-outs, tasteful application fabrics and fanciful matelassés.

Youthful exuberance has had its day, enthusiasm and charm remain to elevate the high art of tailoring to the firmament of art. Six months ago, Yves Saint Laurent ventured on an excursion into this art with his Braque dresses. Now he's prescribing earthy pleasures and paying homage to Bacchus with hand embroi-

deries in the form of three-dimensional grapes and vine wreaths, that transform cocktail dresses into museum pieces. As a contrast to this sensual opulence, however, he proposes the classic smoking dress, which will go down in the annals of costume history as a model of perfection. Yves Saint Laurent received ovations that Paris had not seen for many a long day. The master was reconfirmed as "King of Fashion". He showed off his princes, who were not necessarily in keeping with the time, by plundering old costume pockets. Saint Laurent, with his gift for self-renewal, creates modern classics out of thin air. This calls not only for genius but also for skill and experience.

PAGES 81-85

*Fabrics for Winter 89/90***Mood painting**

Not so long ago, a new buzzword was on everyone's lips in fashion circles: the target group. Everyone pinned their hopes to target groups. Attempts were made with quasi-scientific ardour to identify the client, that unknown quantity on whom fashion concentrated all its efforts and whose apparently random choices from the welter of proposals determined whether a trend would be a hit or a flop. Research was conducted into behaviour in matters of dress and the concordant results, generally obtained exclusively from women consumers, revealed the distinctive features of the various target groups. They were classified into categories: conventional, avant-garde, elderly and young, sporty and well-groomed, naive and romantic, ideal height and problem figure, temperament and purchasing power. And therein lay the fatal flaw in the reasoning. Each type was neatly pigeonholed, as though the corresponding characteristics and conditions were the sole factors which

determined clothing styles once and for all. So far, data processing and analysis have not made it possible to influence the evolution or consumption of fashion. Surprises are always possible.

In fact, it is precisely the intuition and improvisation of the creators and pillars of fashion that makes the profession such an exciting one. In the meantime, a new way of detecting and translating buyers wishes and yearnings in matters of dress has been discovered. The new buzzwords are "life style" and "ambiances". They foster a sentimental approach to fashion which is gathering tempo – for men too – the more so as it is now the done thing to repress one's feelings. While it is true that consumers' behaviour can be defined and classified, their mood nevertheless varies at times. It is normal that certain needs and certain moods are reflected in dress, and that people assert themselves as basically sporty or purist, occasionally shroud themselves in an aura of mystery, or strike a romantic or melancholy pose. There's nothing to prevent anyone having a sudden yen to dazzle in bright red rather than cutting a low profile in discreet grey. Fashion is an optical way of expressing one's personality. It also provides a pretext for roleplaying, for a change of scene. And for giving free rein to changing moods.

Mood painting is an emotional word in the current approach to fashion and in the interpretation of its subtle distinctions. Colours and patterns are the primary factors in the creation of moods, and are used to make a marked or subtle impact or in contrasting combinations. The Swiss textile range for Winter 89/90 shows, in the most expressive and varied ways, the new paths being mapped out by these moods.

The three most important trends, examples of which are shown on the following pages, illustrate certain basic orientations: faces of fashion that change their make up without losing any of their radiance. "Hunting" is the generous and noble expression of a sporty and rustic mood with warm tints and a vast choice of designs. "Calvinist" is introverted, austere but expressive, and sparing in the use of pattern and coloured accents. "Mystic" delves

into the hues of old canvases, creates a mysterious mood, and drapes itself in splendours worthy of old-time palaces.

These moods are reflected either in the pure state, or broken, transposed, or blended. So too are the colours, which span the whole gamut from a gay colour-drenched statement to an equally expressive propensity to soft shot shadings.

---

PAGES 108/109

### Wild Textil AG, St. Margrethen

Quiet chic, English-inspired classic and modern functionalism are the all-pervading themes of this beautifully made jersey collection. Ground qualities are pure wool and blends. Co-ordinates ranging from plain-coloureds to jacquards and from stretch to double jersey work well together in smart mixes. Graceful body contours are readily sculpted by silky cloqués and ottomans and pin-striped and mélange jerseys in triacetate/polyamide. Paisley, leaf, feather, and freely adapted floral patterns are set off to great effect on shot wool jerseys with crumpled or ribbed textures. Autumn landscapes and a country atmosphere are captured in a host of tweedy jerseys featuring classic pied de Poule, tartan and herringbone patterns.

Double jerseys and reversible knitteds convey a strong fashion message through their stippled effects and colour contrasts such as blue/green, violet/green or brown/black as well as through their small contemporary designs. The interplay of these patterns with scattered geometric motifs, functional flannel stripes and minidots are certain to appeal to the young market.

### Blazing fresh trails in the fashion market

Jersey manufacturer Wild Textil AG in St. Margrethen is poised to make a fresh impact on the fashion market. Founded in 1927 by Alwin Wild, who ran it until 1987, the company was sold last year to H. U. Gantenbein. The new owner has appointed a brand new management. Headed by Managing Director Dieter Zoppoth, the team includes Sales Manager

Adelheid Wilcek, Works Manager and Head of Designing Karl Sternad, and Head of Administration and Personnel Krimhild Baur. Objective number one is creativeness, quality and flexibility.

The task assigned to the new team is to update the company to meet the demands of a quality-conscious market and to operate it in keeping with the principles of modern industrial management. Conditions are favorable, because the company's key assets – an extensive range of machines and equipment and a highly qualified staff – enable it to react swiftly to fashion trends, ensure quality, and guarantee rapid delivery. Traditionally, Wild Textil AG has specialized in the knitting and finishing of raw and manufactured goods and the production of jersey collections for the fashion market. Exclusive fabric novelties are also developed in conjunction with leading converters. The new management plans to expand its collaboration with clients. A further objective is to produce a collection that stands out from the cheaper foreign competition. The product line comprises fine jerseys for day and night intimate apparel, a comprehensive homewear programme, fabrics for leisure and practical sports wear, and a new, meticulously designed ladies outerwear collection.

Wild Textil AG has a staff of 80 and an annual turnover of 14 million francs. The current monthly production is 50 tons of knitted fabrics; the target figure is 60 tons. Because the new management team is determined to make a greater impact in the future, and that presupposes investments. Modernization of the dyeing and finishing plants and computer technology will account for the heaviest investments. Finance and production control are already computerized, and other departments are due to follow. Computer-aided design has opened up vast new perspectives. The knitting machines are being upgraded to state of the art standard by the addition of accessories, and new machines are to be purchased. Other investments will include extensions to the premises.

Efforts will be directed to increasing the present market share and carving out new niches in neighbouring European countries.

---

PAGES 110/111

*Christian Fischbacher Co. AG,  
St. Gallen*

### Sheer smartness

Unusual and beautifully nuanced colourings combined with sheer smartness are the hallmarks of Christian Fischbacher's new foulard collection. The classic theme is represented by dots, stripes and houndstooth patterns combined in patchwork fashion with typical silk designs. Floral patterns and romantic motifs, spiced with a whiff of the South Seas and a snatch of Pop, are handled with virtuosity. Rustic and ethnic designs and poster-like "travel scarves" that conjure up high adventure are meticulously executed. The background colouring for these is sensitively treated. Chiffon with satin stripes, jacquards and crêpe de Chine softly underscore the designs. A pure cotton tulle shawl with matching embroidery, two pareos, nikkis and a transparent plain-coloured scarf round off the range.

In a small group of Art nouveau newcomers, made up in a heavy silk quality, rich colours strike a vivid contrast with soft pastel tones. Fischbacher is also marketing an extensive palette of pocket handkerchiefs which includes classic articles and hand-rolled taffeta squares with rhinestone motifs in the corners.

---

PAGES 114-133

*Lingerie 89*

### Soft femininity versus new functionalism

Haute couture gave the cue. After wallowing in luxury, its thoughts have has turned once more to the conventional client. Femininity is back. A femininity with definite lines and simplified elegance in tune with the spirit of the times. A femininity

enhanced by soft sensuality with bosom, hip and waist emphasis, in sharp contrast to the new functionalism of a more sensible daywear style. These trends were borne in mind by the lingerie manufacturers when designing their new collections. Their lovely lingerie captures these attributes to a tee.

Wovens and knitteds have a softer appeal, with jerseys and elasticated fabrics gaining ground. Fanciful embroideries, some with stretch comfort, reveal a high degree of technical know-how. This is a field in which the Swiss embroidery houses are virtuosos. They have forged true partnerships with the lingerie manufacturers. Neither day and evening lingerie nor the underwear range, which is gaining in interest, would be half as attractive without the highly imaginative embroideries from the St. Gall region, as one specialist said recently.

The day lingerie range has been smartened up. For summer 89, it is dainty and romantic or sporty and functional. Best sellers in this range are singlet and panty sets. Long-line strapless bras with matching briefs or pert French knickers figure prominently in the high-fashion range. Romantic singlet-style tops reveal the influence of ladies outerwear while the choice of embroideries, laces with draw-through ribbons and embroidery frills conjure up Grandma's lingerie cupboard. Embroidery inserts and motifs, generally in large-scale designs, add a creative flourish to the classic camisole/brief sets. Corded silk floral application embroideries on tulle cater for the luxury look currently in demand. So too do elegant lingerie sets in black or dark navy. Gold, lurex, two-tone silk and ombré silk embroideries prove that in day lingerie too the boundaries have become more blurred and extend beyond the purely utilitarian.

A new fashionable functionalism with a whiff of sportswear appeal is introduced by figure-skimming lingerie sets in step with the rediscovered body consciousness. Figure and form may be shown again. So long-line strapless bras are occasionally marketed in skin-tight versions. Sporty functionally cut models in tops and panties, ranging from minibriefs to high-cut jazz pants, set

the tone. These are made up in elastic qualities, including cotton/Lycra, fine cotton and synthetic jerseys, and ribbed and smocked fabrics. Elastic edgings on tops and pants, sometimes with labelled ribbons or more attractive small embroidery motifs, are a fashionable "must". Contrasting inserts cater for the new functionalism, while bows and discharge embroidery motifs on tops and pants strike a romantically feminine contrast to the simplicity of the cuts.

The multipurpose trend is addressed with the ever-popular bodies. These make attractive window displays in sets, with matching bras and briefs, and shorties, some with identical colouring, material and lace trimming.

Corsetry should be given a boost by the new figure concept, expressed by a skin-tight fashion silhouette. This is lighter and more washable. Wired bras now enable the young consumer to imitate the figure-conscious Hollywood idols of the fifties and sixties. Bras, however, seldom fly solo, but are complemented by briefs in sets with costly and captivating embroidery trimming. An astonishing number of lingerie specialists have struck up a friendship with corsetry and vice versa. In the underwear range, for instance, manufacturers are now laying greater stress on light, elastic, moisture-absorbent materials. The Swiss embroiderers have tuned in to this trend and are addressing the demand with elastic embroideries on tulle, jerseys and satins.

Night lingerie is daintily romantic à la Grand-mère or revives the elegance of the twenties and thirties with flowing fabrics and slim cuts. Nightdresses in silk charmeuse, figured or light fine jerseys are based on Greek models with gathers and bust-enhancing waistlines and lace and embroidery incrustations as eye-catchers. High side slits are as common in ankle-length models as in youthful big shorts. Here, single jersey is scoring genuine triumphs. Multipurpose shirts are trimmed with pert and amusing embroidery motifs, for example from the club and sports scene. For the young market, the lingerie specialists are proposing shorty pyjamas, with buttoned tops and ruched pants or above-the-*navel* kimono tops and panty-skirts

(a short flared skirt attached to a minibrief) that reveal the powerful impact of ladies outerwear. These multipurpose models can be worn outside the four walls of the bedroom. In this range, mix-and-match designs, featuring miniflowers, dots and bows, are summery novelties.

Lingerie colours also reflect the soft femininity versus new functionalism. In the elegant feminine range, pastel hues as well as classic white and extravagant black are perennial favorites. And as a pick me up for young programmes, there are gelati colours, including vanilla, raspberry, vivid blue and aloe green.

### Swiss embroiderers geared to success

Uniformly high quality, combined with reliable service, creativeness and innovation have forged a world-wide reputation for the Swiss embroidery firms. High-fashion lingerie would be inconceivable without the charm of the embroideries. Often, customers are only tempted to buy by the dainty romantic embroidery inserts, motifs, ribbons and frills, that confer a feminine aura on ordinary day lingerie. And the embroideries in the latest collections for Autumn/Winter 1989/90 remain daintily feminine. Even the trend to simple models in the young range can't escape this fact. The preference for luxury persists, with foreground emphasis on the refined interplay of different ground qualities and various embroidery techniques.

While the current collections revolve around floral designs, the new season often delves into old embroidery swatch books for new ideas. In this way, the traditional cultural heritage is freshly interpreted by modern technology.

Many of the novelties in the embroidery collections are the result of a joint effort between embroidery designers and lingerie manufacturers, and call for an increasingly high level of technical innovation. Swiss developments which cater for the latest trend include elastic embroideries, because the rediscovered body consciousness has created a demand for comfortable, lightweight, elastic materials.

Elastic articles for Autumn/Winter 1989/90 are vastly improved. Many

feature elastic embroidered ribbons and elastic allover embroideries on elastic tulle, which allow complete freedom of movement.

The Swiss embroiderers have been equally innovative in combining the advantages of natural fibres with the appeal of synthetics. New finishing processes make synthetic knitteds more moisture absorbent and anti-static. Ground fabrics treated in this way are being used increasingly for allover, ribbons and motifs. New directions are being mapped out in embroideries for light sporty casual lingerie to keep pace with the constantly rising demand from the young market. These include small multicoloured club and sports motifs suitable for making up with stretch fabrics. Other youthful novelties are emblems in vividly coloured yarn embroidery or with neon-coloured overprinted motifs. Their garish colours are evocative of Andy Warhol paintings and the America of the fifties.

The satisfied expression on the embroiderers' faces is an indication that for the moment the lingerie range has nothing to complain about. A positive development is expected for autumn/winter, but day lingerie continues to show a preference for embroidery decoration, both in singlet/brief sets and in lingerie sets, including light-weight undies. Floral embroidery designs are still used. In addition there are delicately coloured petit point embroideries with a romantic girlish effect. Novelties include bib shapes with Gobelin or corded silk embroidery on cotton voiles. Draw-through ribbons on satin, appliquéd bows or mini-roses bring Grandmother's lingerie cupboard to mind.

Successors to the beloved roses are embroidered orchids and lilies, sometimes highlighted with satin applications. In addition to the traditional tulle embroideries with floral and ornamental patterns, feathers are becoming more prominent, and are worked in beautifully graduated multicoloured yarns, for example fashionable violet and red nuances on black grounds. Metallic overprinted tulle with marble designs that evoke old bookbinding patterns and sporty overprinted embroideries with houndstooth in pastel colours teamed with white are very trendy. As

a trailblazer, haute couture is giving greater prominence to discharge embroideries that crop up more often in the collections in pure cotton or artificial silk. These are available as inserts and ribbons for day lingerie and in tracery patterns as allovers for bodies and corsetry. Because soft sensuality is big news in men's fashions, many embroiderers now see a great potential in men's lingerie as well. Small motifs on cotton voiles and lawns and on knitted fabrics are modeled on club and sports life, and make it possible for names and addresses to feature on labels. Boxer shorts and sporty lingerie are multipurpose.

Embroideries for ladies lingerie are generally executed on sheer grounds, mostly on tulle, georgette and voile, with increasing emphasis on georgette. The new elastic wovens and knitteds are also embroidered. Embroideries and applications on marquise are flimsy. Embroidered figured cottons and silks and fancy satins offer luxury appeal. Prints too are overembroidered and embroideries overprinted, often with metallic effects. Refined effects are achieved by the use novelty yarns in combination with various embroidery techniques that reveal a high degree of technical expertise. Apart from rayon lustre yarns, some Lurex and multi-coloured yarns, woollen yarns are also being used for winter. And there are hauntingly beautiful soutache embroideries on tulle that conjure up the atmosphere of the thirties.

---

PAGES 134/135

*Hanro AG, Liestal*

### Lingerie goes public

Boundaries are blurred. Day and night lingerie is spilling over into leisure wear. Lingerie is clamouring to be seen. Indoors and outdoors. Multipurpose articles are asserting themselves. The young range in particular offers broader scope for day and night lingerie. A new functionalism is catering for a new

figure consciousness as well and calls for softer, more elastic qualities. Youthful elements are combined with dainty romantic details. All these ingredients are incorporated very persuasively into the new Hanro collection for Spring/Summer 1989. Light T-shirts paired off with striped bermudas, short jumpsuits or navy-style sets are not only comfortable in bed, they are also fit to be worn in public. This sporty group, which includes youthful combinations such as shorties, big shirts, strappy tops, strapless tops and pump pants, derives its appeal from the choice of attractive materials and designs. Lovely light interlock and single jersey qualities in pure cotton are available as plain-coloureds, or with lengthwise or transverse stripes, dots and fancy designs in vivid yellows, reds, greens, and blues, teamed with white or *écru*. Often, contrasting piping and elastic laces set fashionable accents, for example the yellow/black spotted singlet/panty set with black trimming. This group is rounded out with a summery short wrap-over coat in the same material.

For the career woman, Hanro is offering the Business series in flimsy, skimpy nightdresses, menswear-style big shirts, pyjamas and matching loose morning coats. All in light cotton wovens or cotton/viscose blends, with classic lengthwise stripes or small jacquard roses. Delicate embroideries trim V necklines, yokes, dickey fronts or armholes and lend a dainty girlish air to the otherwise simple nightdresses, mainly in white.

The new functionalism is echoed in the shapely sporty-style lingerie. Jerseys and fine elastics, together with broad elastic ribbon edgings and straps, ensure that bodies and two-piecers sit perfectly. Young lingerie sets in gingham checks or spotted jerseys revive the fifties. Puffed sleeve tops, waist-length corsages and strapless tops with rectangular and heart-shaped necklines are ideal partners for jeans and are always accompanied by mini and tanga briefs.

The collection is rounded off with stylish classic day lingerie sets in the finest of cotton single jerseys and checked and striped woven silks in grey/white, pink/white, green/white or blue/white.

---

PAGES 136-137

*Union AG, St. Gallen*

### Embroidery perfection

The change in lingerie fashion is the outcome of a freshly discovered body consciousness. Figure and form are in. Fashion appeal goes hand in hand with technical perfection in highly imaginative design themes in the highlights of the Winter 1989 collection of lingerie embroideries from Union AG in St. Gall. Product-related design elements, which are suitable for making up, are persuasively combined in inserts, applications, motifs and ribbons. No effort has been spared in the use of varied embroidery techniques, new embroidery yarns, and material mixes. For the lingerie market demands a strong fashion statement as well as technical exploits.

Lustre and novelty yarn embroideries on sheer grounds with velvet applications or decorative pearls and artificial gemstones cater for the demand for luxury in lingerie and corsetry fashions. Far Eastern elements derive their bewitching charm from the colours and embroidery techniques used. Novelties include lovely nostalgic soutache embroideries worked in novelty yarns. Embroidery motifs for the shoulder region include blossoms, bows and fancy designs. Elastic embroideries on elastic grounds extend into the undies and corsetry range while fancy motifs in neon colours are specially beamed at the young market.

Another of the firm's novelties for fashion-conscious men is a range of embroidery motifs and club and sports emblems on light or dark grounds.

---

PAGES 138/143

*Berlin's budding stylists and Swiss textiles*

### Romancing with fabrics

Berlin's Fine Arts School is also host to related, namely applied arts — for instance fashion. This semester,

some hundred students of both sexes (the men are a tiny 10 % minority) are following the course on Fashion Design. The 26 final-year students in the 6th semester graduation class were asked to furnish a very unusual proof of their talents. Shortly before taking the plunge into the workaday world of commercial fashion, they were given *carte blanche* to let their creative fantasy loose and express their own highly personal ideas untrammelled by purely practical considerations. The project was supervised by Wolfgang Joop, a lecturer at the Fine Arts School. It was masterminded and promoted by the Publicity Centre for Swiss Textiles, which for years has been encouraging up and coming generations of fashion designers. "Contacting tomorrow's designers today", their pithy motto, also embraces hands-on experience with Swiss textiles. This time round, 18 Swiss textile firms donated fashion fabrics from their Summer 89 collections for 52 models, in which the students were called on to show the wide range of fabrics, as well as their own fashion flair and styling expertise, in their best light.

The result was a lavish, colourful fashion happening in mid-September under the patronage of Monika Diepgen, wife of the mayor of Berlin, staged in the Fine Arts School to an audience of guests from the professional world and celebrities. In his welcoming address, Werner Kobel, President of the Publicity Centre for Swiss Textiles, recalled the links forged in the distant past between Berlin's ready-to-wear clothing industry and the Swiss textile industry, and pointed out that Berlin is home not only to a number of renowned fashion houses but also to a young and promising generation of fashion talents.

A vast array of Swiss fabrics of various origins was to be styled, cut and made up into a smart summer collection. Therefore, in Joop's opinion, a theme had to be found that pointed up the diversity and uniqueness of the materials. At the same time, the students' own styling ambitions should be respected while pivoting around the theme. The solution: dresses inspired by Swiss national costumes and by the upper and middle class wardrobes of Fre-

derick the Great's time, in which possibility, styles and epochs could be cited and hence confirm the spirit of our own times. The historical citation proved overwhelmingly enticing. The audacious connection between helvetic folk customs and prussian rococo obviously unleashed fantasy and fantasies, enlivened by romanticism, pathos and irony, and somewhat less by modernity. Intimations of Lacroix abounded ... A penchant for costume was more important than practical manufacturing considerations. After all, it's not every day that designers can indulge freely in playful flights of fancy unhampered by the dictates of common sense. The young talents made the most of the opportunity.

Rosenkavalier shepherdesses, livery and crinolines mingled with minidresses and slinky sheaths, and severe cupola silhouettes alternated with soft, flowing lines. Lace-up bodices and cul de Paris, voluminous drapes and swirling double skirts often revealed complicated styling and considerable practical skill. But above all, the students were visibly delighted to work with the fabrics, and the sensual relish with which they mixed colour, pattern and material, mostly in totally unorthodox ways and often in combination with lashings of fabric, produced stunning effects.

If fashion, as Joop said, symbolizes the spirit of the times more eloquently than art, then we are headed for decorative and textile-friendly times with these future fashion setters.

Mode-Messe GmbH. The fashion gala under the patronage of Monika Diepgen, the mayor of Berlin's wife, underscored the city's importance as a long-established ready-to-wear clothing centre and fostered its good business relations with Swiss clients. But of course it's a two-way affair, because Swiss fabrics are highly prized by Berlin fashion setters, as "Fashion Flowers" amply demonstrated.

Under the floral motto, the joint show presented Summer 89 fashion from fifteen fashion houses, the entire gamut of Berlin's ready-made clothing industry. Or rather it made the attempt, because there are over fifty well-established firms in the market, alongside a burgeoning, bustling young fashion scene brimful of creative ideas. So classic designs and decorative evening dresses in ready-made model style as well as fanciful or puristic models by a new designer generation glided over the catwalk, and casual ideas and unconventional men's models, black-white contrasts and electric colours were much in evidence. "Swiss Flowers", embroiderer flowers for bridal gowns, wound up the show, with a slight curtsy to the recipients of the greetings from Berlin.

PAGES 152/153

*TMC Zurich celebrates its 10th anniversary*

### Multiple fashion branches under one roof

On the 16th of August 1988, the Textile & Mode Center (TMC) in Zurich celebrated its 10th anniversary. During its short lifetime, this conveniently located shopping centre for the retail trade, which houses showrooms for 350 firms, has become firmly established as a focal point for domestic and foreign clothing ranges. It has grown into an important institution which caters for the changed buying habits in the clothing branch.

PAGES 144/145

### Berlin greets Zurich

The ambassadors (and several ambassadors as well) brought a colourful posy from the Spree to the Limmat, a nosegay of so-called "Fashion Flowers". Berlin showed the professional guests its "dressier" side, the public image cultivated with imagination and vigour by the Berlin

Modische Feingewebe und Stickereien;  
Spezialist für Abendhemden

---

Tissus fins et broderies mode;  
le spécialiste pour chemises de gala

---

Fashionable fine fabrics and embroideries;  
specialists in evening shirts

---

**EUGSTER +  
HUBER TEXTIL AG**

Mooswiesstrasse 68  
CH-9202 Gossau/St. Gallen  
Schweiz  
Telefon 071/85 85 81  
Telex 883 833 eht ch  
Telefax 071/85 71 70

The idea of a textile house was first mooted in the mid-sixties. Discussions began in 1967, and blueprints were drawn up. In 1975, the first sod was turned. The Centre took three years to build and was inaugurated in August 1978.

No sooner was it opened than the Board of Directors started planning extensions. TMC 2 was built between 1979 and 1981. A third extension stage in 1984/85 culminated in the opening of TMC 3. Shortly before the 10th anniversary in 1988, a further 370 m<sup>2</sup> of reserve space was released and showrooms for 7 additional firms were opened on the ground floor. TMC's history has exceeded the wildest expectations.

TMC is a flourishing financial concern, and while the turnovers remain a matter for speculation, they must be in the multimillion frank range.