

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1989)
Heft: 77

Artikel: Spectrum
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-795165>

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: 06.05.2025

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

PITTI IMMAGINE FILATI RAFFINIERTE FARBIGKEIT

Leicht, luftig, weich, transparent – das sind die häufigsten Adjektive, die zur Charakterisierung der Modetrends zum Sommer 90 herangezogen werden. Auch die Masche ordnet sich solch' allgemeiner Marschrichtung unter, was bedeutet, dass schon die Garne für die gefragte Geschmeidigkeit und Feinheit die Fährten auslegen müssen. Pitti Immagine Filati, nunmehr in das neue Florentiner Messekonzept eingebunden, spiegelt diese Tendenzen denn auch deutlich im vielfältigen Garnangebot wider und lieferte dazu, wie man das von dieser impulsgebenden Fachmesse gewohnt ist, die entsprechenden Farbstimmungen und Modelbilder, die von massgebenden Stilisten ausgearbeitet und von prominenten Modemachern bereichert worden sind. Letztere haben wohl auch mit den Maschenmode-Ideen für ihre Winterkollektionen 89/90 dazu beigetragen, dass Gestricktem



wieder grössere Chancen eingeräumt werden, obgleich die Handstrick-Passion noch nicht wirklich wieder angefacht ist. Den Reiz der neuen Masche macht vor allen Dingen ein raffiniertes Wechselspiel von ethnischen und nostalgischen Elementen aus.

Vier Farb- und Stylingthemen propagiert Pitti Immagine Filati. Auf Nuancen von Scharlach, Purpur und Amethyst, auf Hippie-Einflüsse und Orientalismen stützt sich der Trend «Artigianale Orientale» mit warmen dissonanten Farbkombi-

nationen, wie sie auch in der Malerei der Popkultur vorkommen. Matt/Glanz-Effekte – Baumwolle mit Synthetic –, bedruckte Garne und Streifen mit «Handweb»-Optik sind typisch. «Etnico Primitivo» huldigt der Natürlichkeit mit den Naturfasern Leinen, Baumwolle, Seide, auch mit Viscosemischungen, mit Mineralblau, Ocker, Khaki, mit reliefbetonten Strukturen und einfachen, ethnisch beeinflussten Mustern. Von berückender, sinnlich zarter Farbigkeit ist das Thema «Esotico Creolo» mit

Palmengrün, Bambusbeige und Perlweiss. Crêpegarne und Cablés eignen sich vorzüglich für A-jour- und Spitzeneffekte, für nostalgische Lochstrickdessins und feine Reliefstrukturen, Kaviar- und Bienenwabenmuster. Ein Hauch von Exotik und Nostalgie prägt den Trend.

«Chic Balneare» schliesslich setzt einen sportlichen Kontrapunkt, der nicht auf Raffinement verzichtet. Tintenblau gesellt sich zu Mahagoni und Kupfer, wandelt damit die klassischen Marine-Kombinationen und Yachtfarben ab. Motive aus diesem Umfeld klingen an, werden aber kombiniert und verfremdet.

J. F.

Maschenmodetendenzen – Marine-Stil, angelehnt an die 30er Jahre (1) und Folklore-Impressionen mit südlich exotischer Note (2).

HOMMAGE À LA RUSSIE

Yves Saint Laurents Leidenschaft für «Mütterchen Russland» ist Legende. Kein zweiter Modemacher ist russischer Kleiderkultur so zugehen wie Frankreichs berühmtester Couturier. Er hat sich bis heute immer wieder von historischen slawischen Kostümen inspirieren lassen, was seinem Stil Charme und auch seine unverwechselbare Note gibt. Unvergesslich geblieben ist seine Kollektion «Les Ballets Russes», mit der er bereits 1976, also lange vor Gorbatschow und dessen Perestroika, den Westen mit dem Osten versöhnte – zwar nur modisch, aber dafür gründlich. Denn nie wieder ist seitdem ein Trend so zügellos nachgeahmt worden wie Saint Laurents «Russen-Look». Ein neues Kapitel von Saint Laurents russischer Passion ist noch bis zum 31. Mai 1989 im Pariser Museum Jacquemart-André zu bewundern. Diesmal handelt es sich jedoch nicht um Kreationen des Pariser Modemachers, sondern um Originale aus dem alten Russland. Das weltberühmte Ermi-



P. N. Orlov. Portrait d'une dame d'honneur.
1835 – Musée de l'Ermitage.

tage-Museum in Leningrad hat aus seinem reichen Kleiderfundus 200 Kostüme ausgeliehen, um die Pariser Ausstellung «Costumes Historiques Russes 1700–1914» zu bestücken. Mit dieser einmaligen russischen Kleiderschau, die Yves Saint Laurent organisierte und finanzierte, will sich der Franzose bei der Sowjetunion bedanken, die ihm im Februar 1987 das Ermitage-Museum für eine Retrospektive geöffnet hatte. Die opulente Pariser Kostümschau zeigt einen Querschnitt durch alle sozialen Schichten des zaristischen Russlands. Zu bewundern sind nicht nur die opulenten Prunkkleider der Herrscher und des Adels, sondern auch die reichbestickten Kirchengewänder orthodoxer Priester, farbenprächtige Militäruniformen und die fröhlich-bunten Folkloregevänder russischer Bauern. Unter den luxuriösen Gesellschaftsroben finden sich nicht nur Modellkleider aus den Pariser Couture-Häusern (Paul Poiret), sondern auch Schöpfungen einheimischer Modesalons, in denen Russlands schönste Frauen ihren Modebe-

darf deckten. Die spektakulärsten Stücke dieser einmaligen Kostümausstellung sind jedoch Uniformen, Mäntel, Hausröcke, Schuhe und Hüte, die Peter dem Grossen gehörten, dessen Garderobe fast komplett erhalten geblieben ist. Auch Kleider aus dem Besitz Katharinas der Grossen sind in Paris zu bestaunen, darunter Parade-Uniformen, die der Herrscherin einen zeitgemässen androgynen Look geben. Die Kostüm-Ausstellung wird ergänzt durch 50 Gemälde, vorzugsweise Porträts russischer Herrscher und Adliger, die zum grössten Teil noch nie im Westen gezeigt wurden. Es ist anzunehmen, dass diese Ausstellung nicht ohne Einfluss auf die Pariser Mode der nächsten Zukunft bleiben wird. Am 4. April 1989 beginnt im Pariser Kulturzentrum Georges Pompidou eine grosse Fotoausstellung, die Yves Saint Laurents Modeschaffen mit Aufnahmen von den grössten Modefotografen unserer Epoche dokumentiert.

U. H.

LYCRA-RENDEZ-VOUS: KONTAKTBÖRSE MIT GROSSZÜGIGEM ANGEBOT

Der von Du Pont organisierte Branchentreff der Bademode 1990 in Monte Carlo ist Kontaktbörse und Informationsquelle zugleich. In konzentrierter Form werden die Themen und Farben vorgestellt, wird nach aktuellen Nachmusterungen und Spezialitäten gesucht. Im Mittelpunkt des Besucherinteresses standen diesmal ganze Stoffpakete – vom Stretch für die Bademode bis zum leichten Wollmousseline für die dazugehörige Sportswear- und Strandmode. Dafür waren vor allem die beiden Schweizer Anbieter, die Lastiss AG in Zürich und Jakob Schlaepfer Gamma in St. Gallen, bestens gerüstet. Ganz im Zeichen des neuen Trends präsentierten sie Dessin- und Materialpakete in Natur- und Polyesterqualitäten sowie interessante Mischungen. Beide Unternehmen konstatierten noch ein Interesse an Neontönen, setzten aber bereits auf die neueren fluoreszierenden Farben und kräftige Kolorierung. Matte Oberflächen, Le-

derimitate und dekorative Aufbügelmotive stiessen auf ein starkes Echo und bestätigten die neue Richtung.

Kräftige Farben bis hin zu dunklen, fluoreszierenden Akzenten und irisierendem Perlmuttschimmer bei den Pastellen zeigen ganz allgemein die Bandbreite der Farbskala auf. Das Schwerpunktinteresse gilt jedoch den Qualitäten. Fantasievoll werden Effekte eingesetzt, miteinander kombiniert. Die Bademode nimmt weiter Kurs auf belebte Oberflächen – nicht nur im Unibereich. Stahlglanz und technisch wirkende Qualitäten sowie samtige Aspekte à la Velours und Wildleder bringen eine neue Note ins Modenspiel. Auch matte Optiken mit Rippenstrukturen, neue Changeants, Moirés und cellophanisierte Materialien liegen – so zeigte sich in Monte Carlo – hoch in der Käufergunst, ebenso elastifizierte, transparente Quali-

täten. Dekorative Stoffideen mit Pannesamt, Spitze, Tüll und seidigen Repsen finden starke Konkurrenz bei Cloqués in allen Spielarten, von winzigen Blasen und kompakten Wellen bis hin zu grosszügiger Struktur. Prägelook, Satinglanz und gummierte Oberflächen bilden einen raffinierten Fond für die neuen Druckideen. Hier stehen Mustermix, Geometrie mit Floralem und witzige, leicht surrealistische Motive à la Dali und Magritte im Mittelpunkt. Elemente aus der Natur werden mit raffinierten Details kombiniert: Fossilien, Mineralien, Steine, Muscheln, Schmetterlinge und Fischschuppen – durchs Mikroskop betrachtet – werden zu Ideenlieferanten. Für den jungen Bereich wird die Zeit der 60er und 70er Jahre mit Carnaby Street und Beatles heraufbeschworen oder Streifen, Nummern und Buchstaben in Bademodedrucke umgesetzt. Harlekin-Motive und grafi-

sche Dessins sowie lustig-freche Inspirationen aus der Theaterwelt mit frivolen Frou-Frou-Szenen setzen den Schlussakkord unter ein Thema mit vielen Variationen. Im Styling versucht die Bademode 1990 einen Balanceakt zwischen sportiven und femininen Elementen, wobei den Details vermehrt Augenmerk geschenkt wird. Grafische Formen und klare Schnittführung mit Kurvenbetonung sind dem sportlicheren Bereich vorbehalten, während Drapierungen und Wickeleffekte die etwas legerere Form symbolisieren. Nobél und feminin sind Modelle mit neo-griechischem Anklang oder in supereleganter Manier. Transparent/Opaque-Kontraste, Halter-necks und gekreuzte Träger betonen den aparten Stil, während naïv-verspielte Lolitas oder Beach Babies schulterfreie Modelle, echte Corsagen und Schösscheneffekte bevorzugen. Um dem Handel seine Aufgabe zu erleichtern, lanciert Du Pont ein Aktionsprogramm, das vom Schweizer Fachhandel bereits positiv aufgenommen wurde. Neben einem Informationspaket gibt ein Trainingsbüchlein praktische Verkaufs- und Präsentationstips.

R. Z.

Du Pont Bademodetrend «Nature-Scope»



Gustav Zumsteg



Dr. Thomas Navratil

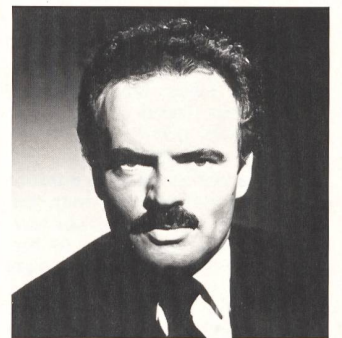
ABRAHAM: KONTINUITÄT GESICHERT

Gustav Zumsteg, dessen Name untrennbar mit trendsetzenden Nouveauté-Seidenstoffen und mit dem Brückenschlag von der schweizerischen Textilindustrie zur Pariser Haute Couture, namentlich zu Yves Saint Laurent, verbunden ist, hat seine Nachfolge geregelt. Eine Pressemitteilung fasst die neuen Strukturen der Abraham-Gruppe zusammen.

Am 27. Dezember 1988 wurde die neue Abraham AG gegründet. Dieselbe übernahm rückwirkend per 1. Juli 1988 die gesamten geschäftlichen Aktivitäten der bisherigen Abraham AG. Gleichzeitig wurde diese in Abraham Holding AG umfirmiert. Die neue Abraham AG hält die Aktien der Vertriebsgesellschaft Abraham Inc., New York, sowie der in der Kreation und im Vertrieb von Dekorationsstoffen tätigen Zumsteg AG, Zürich. Dr. Thomas Navratil wurde Aktionär und übernahm am 1. Januar

1989 die Funktion des Präsidenten und des Delegierten des Verwaltungsrates der Abraham AG. Manfred Görgemanns, der an der neuen Gesellschaft beteiligt ist, ist für die Kreation der Kollektionen verantwortlich. Der Zweck der Abraham Holding AG ist die Verwaltung ihrer Vermögenswerte wie Immobilien, Beteiligungen, u.a. der Mehrheitsbeteiligung an der neu gegründeten Abraham AG. Verwaltungsratspräsident derselben ist Gustav Zumsteg, Vizepräsident Dr. Fritz Leutwiler und weiteres Mitglied Dr. Peter Beglinger. Arthur Lichtlen wurde zum geschäftsführenden Direktor der Abraham Holding AG ernannt. Als Besitzer des gesamten Aktienkapitals der Abraham S.A., Paris/Lyon, wird die Abraham Holding AG deren Tätigkeit betreuen. Gustav Zumsteg bleibt als P.D.G. unverändert für deren Geschäftsführung verant-

wortlich und wird bis auf weiteres die in Frankreich produzierten Kollektionen stilisieren. Dieselben bilden mit dem in der Schweiz konzipierten Teil das Gesamtangebot der Abraham-Gruppe. Mit diesen Massnahmen ist der entscheidende Schritt getan, um die Zukunft des erfolgreichen Unternehmens zu sichern und die Kontinuität desselben zu wahren.



Manfred Görgemanns

NEUER AKTIONÄR UND NAMENSÄNDERUNG: NELO AG

Die J. G. Nef-Nelo AG, Herisau – mit ihren beiden Tochtergesellschaften Weberei Tösstal AG, Bauma, und Automatenstickerei Birnbäumen AG, St. Gallen, sowie einer Beteiligung an der Uniweb AG, Walenstadt – ist auf Grund eines Beschlusses der Familie Nef am 1. Januar 1989 in neue Hände übergegangen. Das gesamte Aktienkapital von 5 Mio. Franken wurde vom Gesamtleiter Dr. Max Künzli von den bisherigen Familienaktionären zu einem nicht genannten Preis übernommen. Die J. G. Nef-Nelo AG beschäftigt derzeit 120 Personen sowie ca. 50 Personen in Heimarbeit und erzielt einen Jahresumsatz von gegen 60 Mio. Franken, davon gehen rund 80 Prozent in den Export, vornehmlich in EG-Länder und nach Mittel- und Fernost. Das Unternehmen ist in folgenden Produktbereichen tätig: Bekleidungs- und Einrichtungsgewebe uni, bunt, bedruckt; Stickereien (für Damenoberbekleidung und

-wäsche) sowie im Rohgewebe-Handel.

Die Arbeitsplätze werden durch diese Veränderungen nicht berührt. Hingegen wird die J. G. Nef-Nelo AG auf Nelo AG umfirmiert, äusseres Zeichen dafür, dass sich die Gründerfamilie aus allen Firmenaktivitäten zurückzieht. Dazu die scheidende VR-Präsidentin, Frau Anita Nef: «Da unsererseits keine Nachkommen vorhanden sind, schätzen wir uns glücklich, dass Herr Dr. Künzli die Kontinuität des Unternehmens wahren will und dadurch die Firma dem Kanton Appenzell-Ausser Rhoden und der Gemeinde Herisau mit ihren Arbeitsplätzen erhalten bleibt.» Der Verwaltungsrat des umfirmierten Unternehmens setzt sich aus den bisherigen Verwaltungsräten H. W. Schmid und E. Brauchlin sowie neu M. Künzli zusammen. Die Personalvorsorgeeinrichtungen der J. G. Nef-Nelo AG werden weiterhin von F. Koller Präsidentiert. Im weiteren wurde eine Dachholdinggesellschaft gegründet, denn, so Dr. Max Künzli: «Wir wollten auch die erforderlichen unternehmensstrukturellen Voraussetzungen schaffen, um auf die Veränderungen am Markt und wechselnden Rahmenbedingungen mit der nötigen Flexibilität reagieren zu können. Ziel aller unserer Operationen ist, den vielfältigen Wünschen und Bedürfnissen unserer weltweiten Abnehmerchaft mit einer sehr hohen Leistungsfähigkeit zu entsprechen.»

NEUES KURSBUCH TEXTIL

Die 2. Ausgabe dieses jährlich erscheinenden Fahrplans für textilwirtschaftliche und -kulturelle Veranstaltungen enthält diesmal eine stark erweiterte Übersicht über berufliche Fortbildungsveranstaltungen für Angehörige der Textil- und Bekleidungsindustrie, des Handels, Design und Kunsthandwerk, Ausbildung und Museen, sowie fachübergreifende Seminare für Management und Marketing (insgesamt 420 Termine). Weiterhin sind alle wichtigen internationalen Messen, Wettbewerbe/Preise/Stipendien und textilkulturellen Ausstellungen aufgeführt. Das Kursbuch verzeichnet ausserdem 327 Buch- und Katalogneuerscheinungen von 1987 bis 1988/89. Erstmals wird im redaktionellen Teil das neue Forum Kunst+Industrie mit dem soeben angelaufenen Pilotprojekt «Förderung der Textildesign-Reserven im Nachwuchs» vorgestellt und Basisinformationen für die Gestalterberufe gegeben.

In einer Zeit zunehmender Bedeutung der Produktgestaltung als Wirtschaftsfaktor und des fühlbaren Anstiegs des binneneuropäischen Wettbewerbs auf diesem Gebiet wird das Kursbuch (erschieden im Textilwerkstatt-Verlag, Postfach 5944, D-3000 Hannover) zu einem nützlichen Wegbegleiter in der Textil- und Bekleidungsbranche.

VOM REIZ DES VERSTECKTEN

«... weil ich seit meiner Jugendzeit von Kleidung fasziniert war, die der Verehrung der Weiblichkeit dient...» war Grund genug für den Franzosen Cécil Saint-Laurent, Autor manchen Bestsellers und Experte auf dem Gebiet der Damenmode, unter dem Titel «Drunter – Eine Kultur- und Phantasiegeschichte der weiblichen Dessous» zu verfassen (Christian Brandstätter Verlag & Edition GmbH, Wien). Der mit fast 400 Abbildungen sorgfältig illustrierte Band dokumentiert die Geschichte jener weiblichen Kleidungsstücke, die im Alltag banal als Unterwäsche bezeichnet werden. Sie setzt ein, als sich vor fast 5000 Jahren die besser gestellten Ägypter und Sumerer vom rechtlosen Sklaven abhoben, indem sie ihren sozialen Status durch das Tragen von Unterkleidern betonten, begleitet durch die Antike und das Mittelalter, widmet sich eingehend dem Reifrock, der Krinolone, dem Gesässpolster und dem einengenden viktorianischen Korsett, den Tanzkostümen, Badeanzügen sowie den heutigen leichten Gebilden aus Spitzen und Satin, die Frauen in unseren Tagen tragen. Was da aber im Verlauf der Jahrhunderte – je nach herrschender Sexualmoral – die Frauenkörper verhüllte oder betonte, entzündete nicht nur erotische Männerphantasien, sondern illustriert gleichzeitig die soziale Stellung der Frau im Wandel der Zeit: ihre Macht über die Männer – oder ihre eigene Unterwerfung. Cécil Saint-Laurent unterhält witzig mit manchem Detail und belegt einige provokante Aussagen. Sein Buch enthält zudem interessante Aufnahmen der Modefotografie, natürlich zum Thema Dessous.

E. C.

«ATELIER VERSACE»

Die Modeszene auf Designer-Ebene gerät zusehends in Bewegung. Immer mehr prominente Kreative entwickeln neue Projekte, die Mode in ein anderes Umfeld betten. Gianni Versace führt mehrere Initiativen zusammen unter dem Dach des neugeschaffenen «Atelier», das er als ein Versuchslabor versteht, in dem sich seine Arbeit spiegelt nicht nur als Modemacher, son-

dern auch in den vielgestaltigen Bezügen zur Kunst – zu Theater, Tanz, Kino. Das «Atelier» wurde jüngst im Pariser Museum Gare d'Orsay vorgestellt mit dem Film «La fortuna dell'amicizia», der die jahrelange Freundschaft und Zusammenarbeit mit dem berühmten Choreographen Maurice Béjart dokumentiert, für dessen Ballette Versace mehrfach die Kostüme geschaffen hat.



◁ Gare d'Orsay: Gianni Versace (links) mit M^{me} Mitterrand und Maurice Béjart.



SEIDENDRUCKEREI MITLÖDI AG: ZUSAMMENARBEIT GEFESTIGT

Die jahrelange, freie Zusammenarbeit zwischen den beiden Textil-Unternehmen Seidenstoffweberei Gessner AG und Seidendruckerei Mitlödi AG wird weiter verstärkt und entscheidend verbreitert. Die Seidenstoffweberei Gessner AG, Wädenswil, und die

Hofmann & Co. AG, Textilveredlung, Uznach, haben von der Seidendruckerei Mitlödi AG, Mitlödi, je eine Minderheitsbeteiligung erworben. Damit werden wichtige Voraussetzungen für eine weiterhin erfolgreiche Tätigkeit und innovative Zusammenarbeit der drei erfolgreichen Unternehmen auch im Hinblick auf die EG 1992 geschaffen. Diese ausschliesslich mittelgrossen Familienbetriebe mit insgesamt 420 Mitarbeitern haben dank Einfallsreichtum und Flexibilität während der letzten zehn Jahre ihre Stellung auf europäischen und überseeischen Märkten nicht nur behaupten, sondern beharrlich ausbauen können. Die drei Firmen behalten weiterhin ihre Eigenständigkeit und gegenseitige volle Unabhängigkeit am Markt. Ihre kreative Zusammenarbeit bleibt auch in Zukunft ausschliesslich auf den Grosshandel begrenzt und vornehmlich auf den Bereich der Dekorationsstoffe ausgerichtet. An der bisherigen bewährten Geschäftspolitik werden in keiner Unternehmung Änderungen getroffen.

GOLDENER FINGERHUT FÜR GUY LAROCHE

Guy Laroche ist der Gewinner des Dé d'Or, mit dem wie in jeder Saison die kreativste und schönste Kollektion der Pariser Haute Couture prämiert wurde. Diese Trophäe wird vom Kosmetikkonzern Helena Rubinstein gesponsert, eine internationale Modejournalisten-Jury wählt den Gewinner. Für Guy Laroche, der 1957 sein Modehaus eröffnete, ist es bereits der zweite Dé d'Or. Seinen ersten erhielt der Liebblingsschneider von Bernadette Chirac im Juli 1985. Nun ist diese Anerkennung der modeschöpferischen Ar-

beit zur letzten Ehrung für Guy Laroche geworden: er starb gerade drei Wochen nach der festlichen Preisverleihung im Alter von 66 Jahren in Paris.



Madame Bernadette Chirac überreicht Guy Laroche den Goldenen Fingerhut.

WOLLSIEGEL-DESIGNERSCHAU MIT PINK FLAMINGO



Ruth Grüninger für Pink Flamingo.

Während der Défilés des Créateurs in Paris lädt das IWS-Frankreich zum zweiten Mal in die Zelte des Cour du Louvre zur Wollsiegel-Designerschau. Aufgrund des allgemeinen starken Interesses an neuen Talenten und des hervorragenden Presse-Echos hat sich das IWS, als weltweit operierende Marketingorganisation, dazu entschlossen, sich weiterhin für die Förderung junger Designer, die mit der reinen Schurwolle arbeiten, einzusetzen. Das Hauptbüro des IWS in Düsseldorf, das den deutschsprachigen Raum in Deutschland, Österreich und der Schweiz verwaltet, hat für die

zweite Designer-Präsentation in Paris Pink Flamingo aus Zürich vorgeschlagen. Die sechs weiteren Teilnehmer stammen aus Belgien, Frankreich, Spanien, Italien, Schweden und England.

Hinter Pink Flamingo steht ein Designer-Team, das Damen- und Herrenmode, aber auch Schuhe und Accessoires kreiert. Ruth Grüninger zeichnet verantwortlich für den Entwurf der DOB-Kollektion und ihr Bruder, Rolf Aschwanden, für die Haka-Kollektion. Aus beiden Kollektionen werden auch Modelle in der Wollsiegel-Trendschau anlässlich der Herrenmode-Woche in Köln gezeigt.

«Der Stoff bestimmt oft die Silhouette und den Schnitt eines Kleidungsstückes»: Aus guten Stoffen wird bei Pink Flamingo ein intelligenter und häufig eigenwilliger Modestil. Schlichte Raffinesse und der Verzicht auf unnützes Beiwerk ist typisch für diese Handschrift, die man inzwischen selbst bei Saks und Bloomingdale's in New York kennt. Der grosse Auftritt in Paris ist eine internationale Anerkennung der Zürcher Modemacher.

Ü B E R S E T Z U N G E N

Seiten 36-43

HAUTE COUTURE PARIS
PRINTEMPS – ÉTÉ 89

FÉMINISME À LA FRANÇAISE

Auf einer Woge von Mousseline und Organza, mit zarten Farben und fliessenden Formen, mit subtiler Transparenz und romantischen Blumenmustern bekennen sich die Pariser

Haute Couture zu einer sanften Weiblichkeit und natürlichen Eleganz.

In keiner anderen europäischen Hauptstadt wird derzeit so eifrig und dabei so aufwendig gebaut wie in Paris. Die Pyramide im Hof des Louvre, die Oper an der Bastille, La Grande Arche an der Défense, das sind die neuen Architektur-Monumente, die die Landesgrenzen sprengen. Die Franzosen scheuen weder Aufwand noch Geld, weil sie

Paris zum Mittelpunkt eines vereinten Europas herausputzen möchten. Die wirtschaftliche Führungsrolle muss die Grande Nation wohl oder übel den Deutschen überlassen, die bekanntlich nur eine provisorische und dazu sehr provinziale Hauptstadt haben. Da bietet sich die 11-Millionen-Stadt an der Seine als kultureller Mittelpunkt Europas geradezu an. In der Mode hat Paris seit langem einen Vorsprung, den weder Mailand noch Lon-

don und schon gar nicht München oder Düsseldorf einholen werden.

Es war die Haute Couture, die ihr diesen Vorsprung einbrachte und die ihn immer noch erfolgreich verteidigt. So gut, dass sogar Italiens berühmtester Couturier – Valentino – erstmals seine Alta Moda-Kollektion in Paris vorführen liess. Angeblich beging er dieses Sakrileg, um der internationalen Presse, die um Rom einen grossen Bogen macht,