Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1989)
Heft: 78

Artikel: Modemacher von morgen = Rencontre suisse du jeune talent
Autor: Harbrecht, Ursula
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-795173

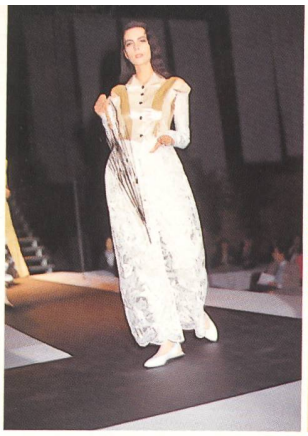
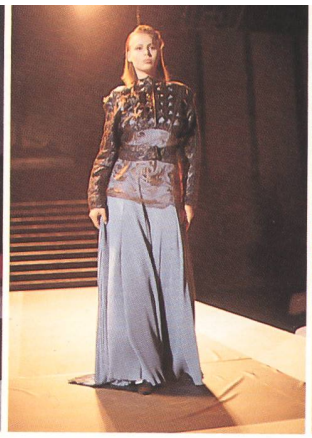
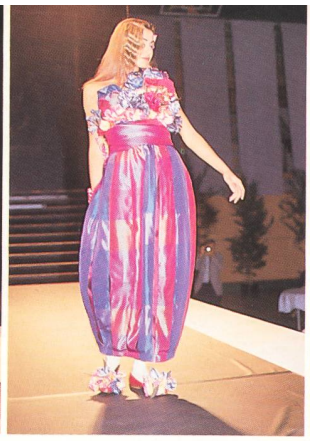
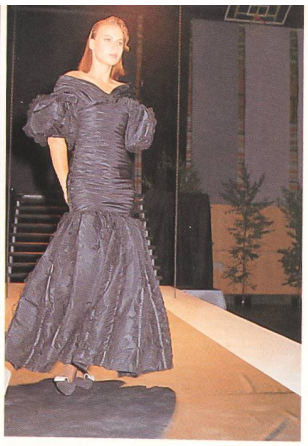
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

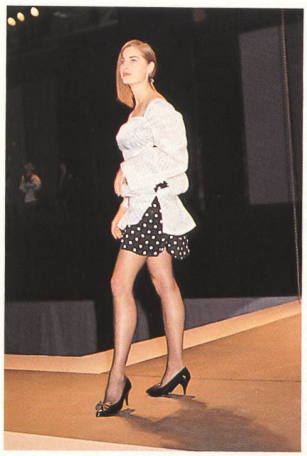
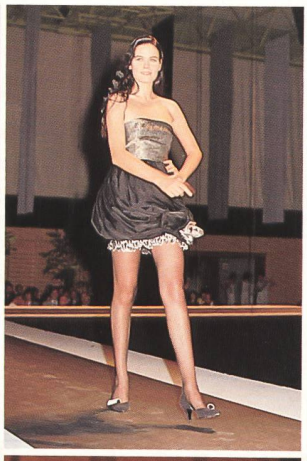
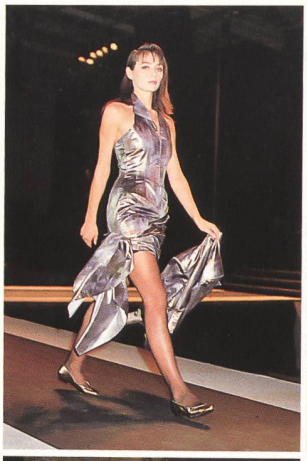
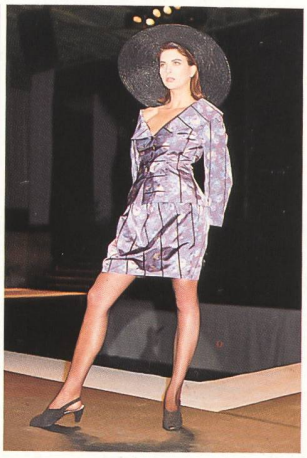
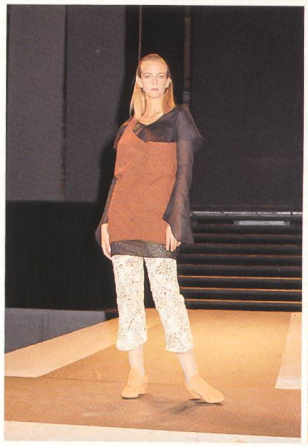
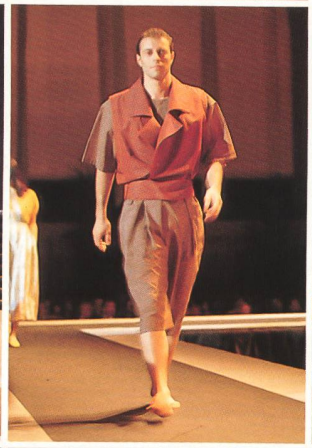
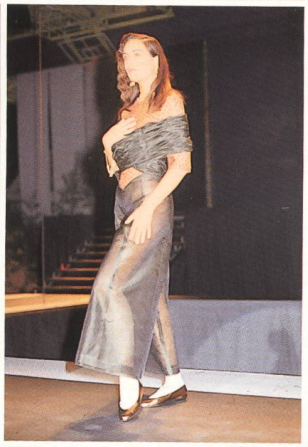
Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on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

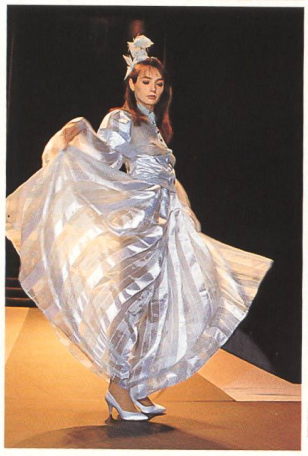
Download PDF: 17.07.2025

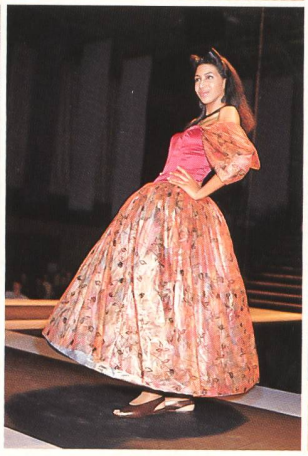
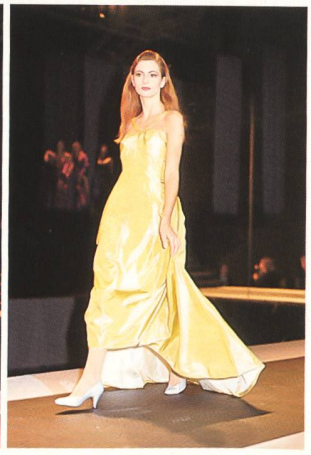
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

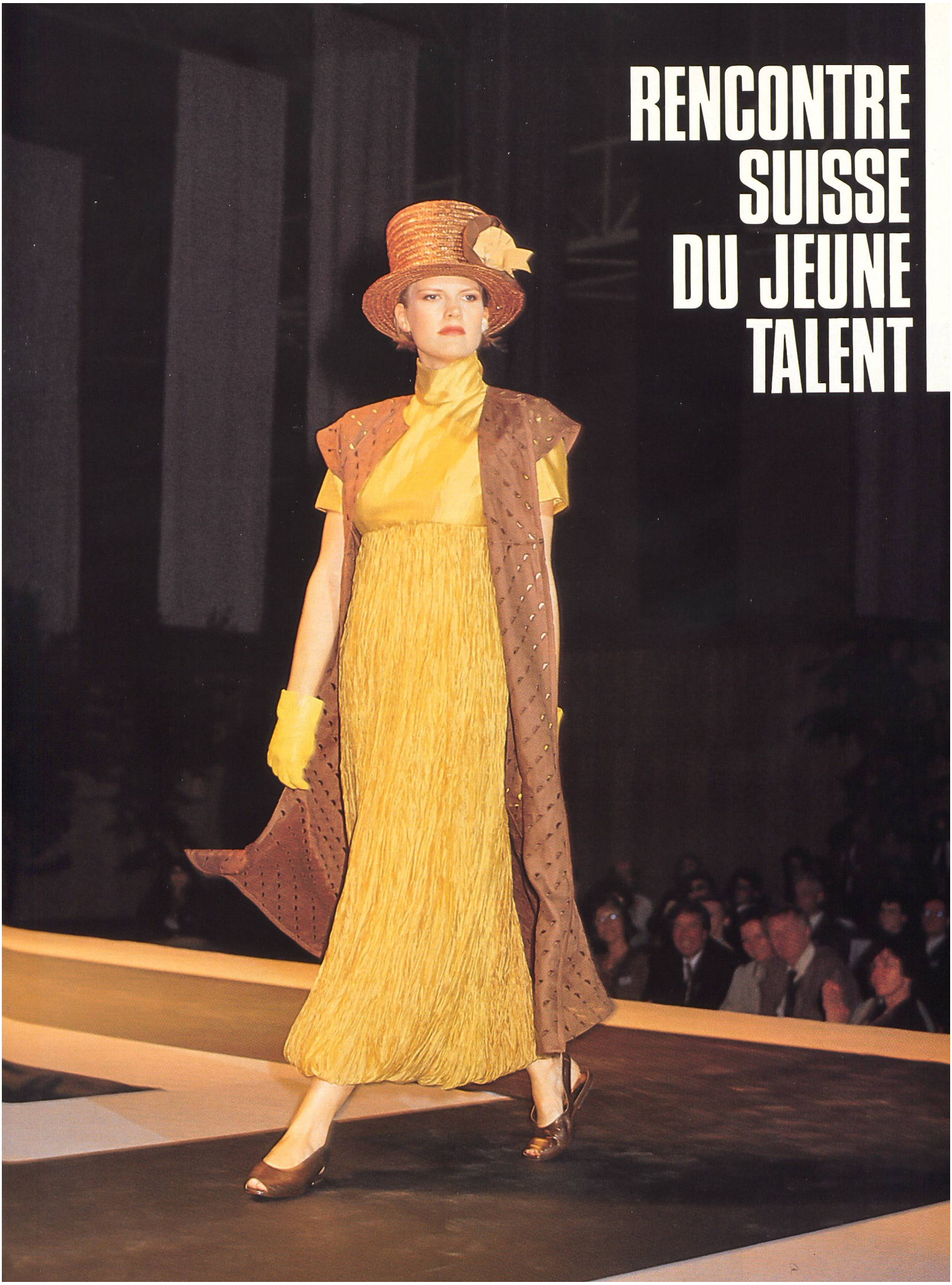





MODEMACHER VON MORGEN





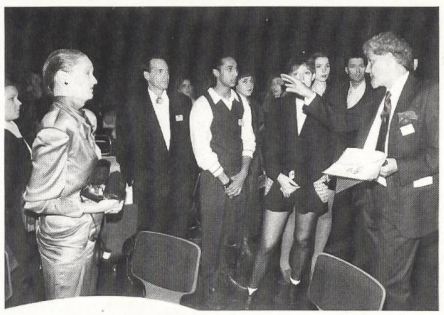
RENCONTRE SUISSE DU JEUNE TALENT

BONJOUR JEUNESSE

KONZEPT: JOLE FONTANA
TEXT: URSULA HARBRECHT
FOTOS: EGBERT KRUPP (FARBIG)
CHRISTOF SONDEREGGER
(SCHWARZ/WEISS)

1

2



3

4

1 BUNDESRAT PROF. DR. ARNOLD KOLLER, ERICA KOLLER, WERNER KOBEL, PRÄSIDENT EXPORTWERBUNG FÜR SCHWEIZER TEXTILIEN; ALFRED BRAUN, JACOB ROHNER AG (V.L.N.R.)
2 HANSJÖRG RAU, GESCHÄFTSFÜHRER DER EXPORTWERBUNG FÜR SCHWEIZER TEXTILIEN MIT STUDENTEN
3 ERICA KOLLER, VICTOR WIDMER, ROBERT J. SCHLÄPFER, LISBETH SCHLÄPFER (V.L.N.R.)
4 CHIE KOIKE, PRÄSIDENTIN BUNKA FASHION COLLEGE TOKIO, UND CHRISTIAN LACROIX MIT JAPANISCHEN STUDENTEN

Die junge, modisch-kreative Generation aus verschiedenen Erdteilen mit Schweizer Textilien vertraut zu machen, soll Ausdruck für den ungebrochenen Zukunftsglauben unserer traditionsreichen Industrie sein.» Mit diesem Bekenntnis eröffnete Werner Kobel, Präsident der Exportwerbung für Schweizer Textilien, das 16. «Rencontre Suisse du Jeune Talent», das am 2./3. Juni 1989 in der Ostschweizer Textilmetropole St. Gallen im Beisein des Bundesvizepräsidenten Prof. Dr. Arnold Koller durchgeführt wurde. Zu dieser prestigiösen Veranstaltung hatten 16 Modeschulen aus 10 Ländern ihre besten Studenten geschickt. Zum ersten Mal war auch eine Modeschule aus der Volksrepublik China dabei, eine Sensation, die durch die politischen Ereignisse in Peking besondere Brisanz erhielt.

Das «Rencontre» ist eine Talentbörse, die ihresgleichen sucht. Sie gibt den Modemachern von morgen die Chance, sich in den hochwertigen Schweizer Stoffen, die sonst nur den grossen Couturiers und berühmten Designern vorbehalten bleiben, auszudrücken. Sie kann aber auch zu einem Sprungbrett für eine internationale Karriere werden. Zu der Veranstaltung, die längst zu einer Institution geworden ist, kommen nicht nur zahlreiche Journalisten, sondern auch Führungskräfte europäischer Textil- und Bekleidungshersteller.

Die Leistungsschau der Nachwuchs-Designer, die der Pariser Modestar Christian Lacroix als «meine Konkurrenten von morgen» bezeichnete, bewies, dass Mode eine Weltsprache geworden ist, die auf allen Kontinenten verstanden wird. Dafür sorgen moderne Kommunikationsmittel, die neue Trends und Tendenzen nicht nur blitzschnell, sondern auch flächendeckend über den ganzen Erdball verbreiten. «Wir brauchen aber nicht mehr Informationen, sondern mehr Kreation», sagte Professor Dr. Johannes Anderegg, Rektor der Hochschule St. Gallen, der für den fachlichen Teil der Tagung grosszügig die neue Aula zur Verfügung gestellt hatte.

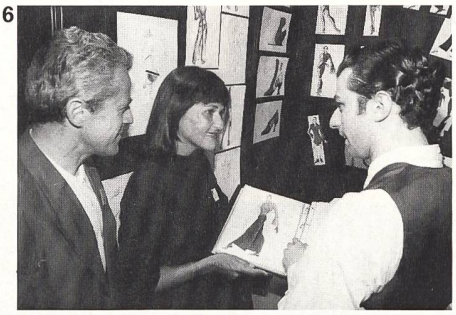
Das 16. «Rencontre Suisse du Jeune Talent» war ein Beweis dafür, dass die Schweizer Textilindustrie an die Kreation glaubt und in sie investiert.

5 EVA MARIA SCHICK, VOGUE DEUTSCHLAND; REIMER CLAUSSEN
6 RENÉ UND RUTH GRÜNINGER, DIMODA S.A. MIT ITALIENISCHEM STUDENTEN
7 LILO FINK, MANFRED GÖRGEMANNS, ABRAHAM AG
8 WALTER P. BACHMANN, PRÄSIDENT FEINWEBERSEKTION INDUSTRIEVERBAND TEXTIL; ALBERT UND UTE KRIEMLER, AKRIS AG
9 BEAT STEHLI MIT ITALIENISCHER STUDENTIN

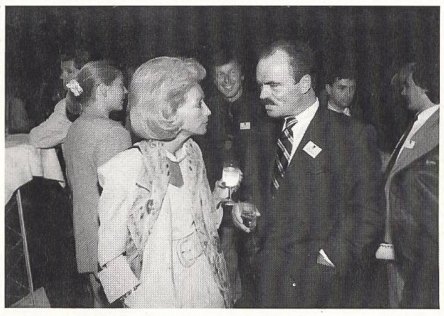
● "Our steadfast belief in the future of the industry with its wealth of tradition should be expressed by familiarising the young, fashionably creative generation from all over the world with Swiss textiles."
This statement by Werner Kobel, chairman of the export publicity campaign for Swiss Textiles, inaugurated the 16th "Rencontre Suisse du Jeune Talent". The event was held on 2nd and 3rd June 1989 in the town of St. Gall textile centre of Eastern Switzerland, in the presence of the Federal Vice President Prof. Dr. Arnold Koller. Sixteen fashion schools from 10 countries sent their best students to this prestigious gathering, including for the first time a fashion school from the Peoples' Republic of China – causing quite a sensation, in the light of the political events in Beijing.
The "Rencontre" is an incomparable talent exchange: It provides the fashion designers of tomorrow with opportunity to express themselves in the high-quality Swiss fabrics normally reserved for leading couturiers and famous designers. It can be a springboard to launching an international career. This event, which has long been regarded as an institution, is attended not only by a large number of journalists, but also by management from European textile businesses and clothing manufacturers.
The performance put on by the rising generation of designers, described by the Paris fashion star Christian Lacroix as "my future competitors", proved how fashion has become an international language understood in all continents. Modern communication methods guarantee the spread of new trends and tendencies around the globe, not only at lightning speed, but also into every corner. "We need more creation rather than more information" said Professer Dr. Johannes Anderegg, Rector of the University at St. Gall, which had generously lent their new assembly hall for the specialist part of the conference. The 16th "Recontre Suisse du Jeune Talent" provided evidence that the Swiss textile industry believes in creation and is prepared to invest in it.

5

6



7



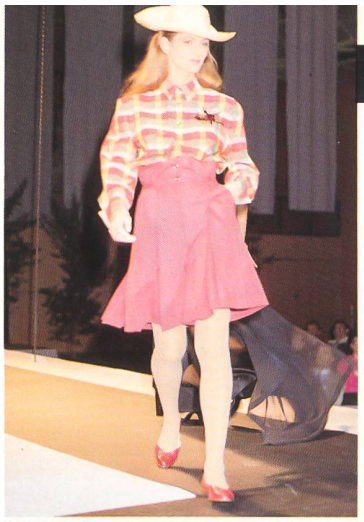
8

9

Der Stoff ist für den Modemacher so wichtig wie die Leinwand für den Maler. Wenn der Stoff nicht stimmt, kann auch der Begabteste daraus nichts machen.» Das sagte John B. Fairchild, Herausgeber der «Women's Wear Daily» in seinem vielbeachteten Referat. Die Nachwuchs-Designer haben bewiesen, dass die Stoffe, die ihnen die Schweizer Hersteller grosszügig zur Verfügung stellten, stimmten. Denn die Mode, die sie daraus schneiderten, war fantasievoll, unbekümmert fröhlich und voller neuer Ideen. Angeregt von der Schönheit und Kostbarkeit der Spitzen und Stickereien, der Satins und Lamés, der Imprimés und Brokate, der Mousselines und Matelassés haben sie sich vor allem zu festlichen Kleidern anregen lassen, die jugendlicher Lust am Dekor den grössten Spielraum lässt.

● According to John B. Fairchild, editor of "Women's Wear Daily", in his highly acclaimed talk, fabrics are as important for the fashion designer as the canvas for painters. If the fabric is not right, even the most talented practitioner cannot make anything of it. The next generation of designers has proved the suitability of the materials generously provided by the Swiss manufacturers. The fashions which they cut from them were imaginative, lighthearted, gay and full of new ideas. Stimulated by beautiful, lavish lace and embroidery, satins and lamés, printed fabrics and brocades, muslins and matelassés they were particularly inspired to design clothes for special occasions, which provide most scope for the youthful enthusiasm for decorativeness.

• HOCHSCHULE DER KÜNSTE BERLIN

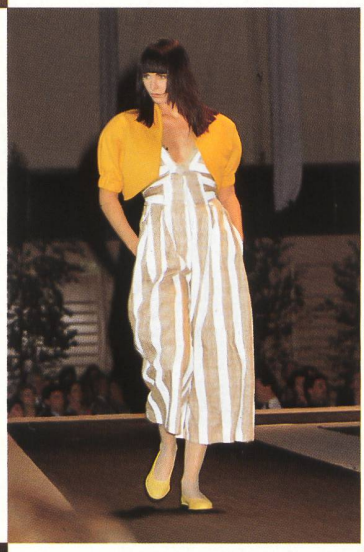


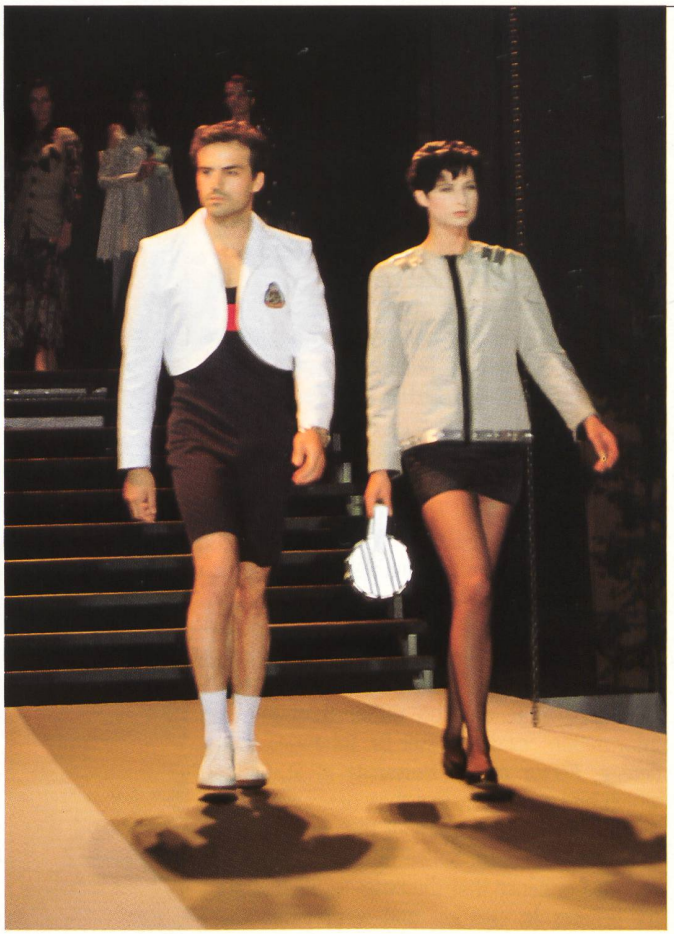
Der Stoff als kreatives Element gibt klaren, sachlichen Silhouetten durch Kombinationen unterschiedlichster Muster und Materialien Spannung. In Falten gelegte Hosenröcke – in allen Längen – als Weiterentwicklung der erfolgreichen Bermudas.

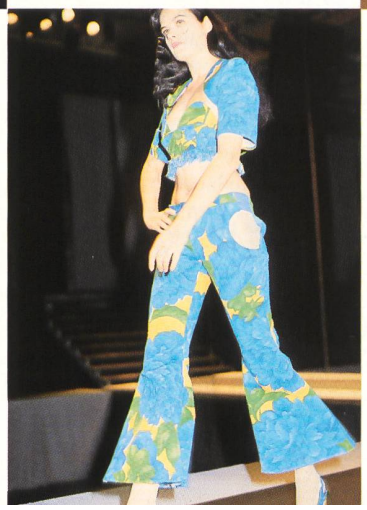
● Fabric as a creative element provides clear, practical silhouettes by combining very varied patterns and the use of materials. Pleated culottes, in all lengths, followed as a further development of the successful Bermudas.

• FACHHOCHSCHULE RHEINLAND-PFALZ, TRIER

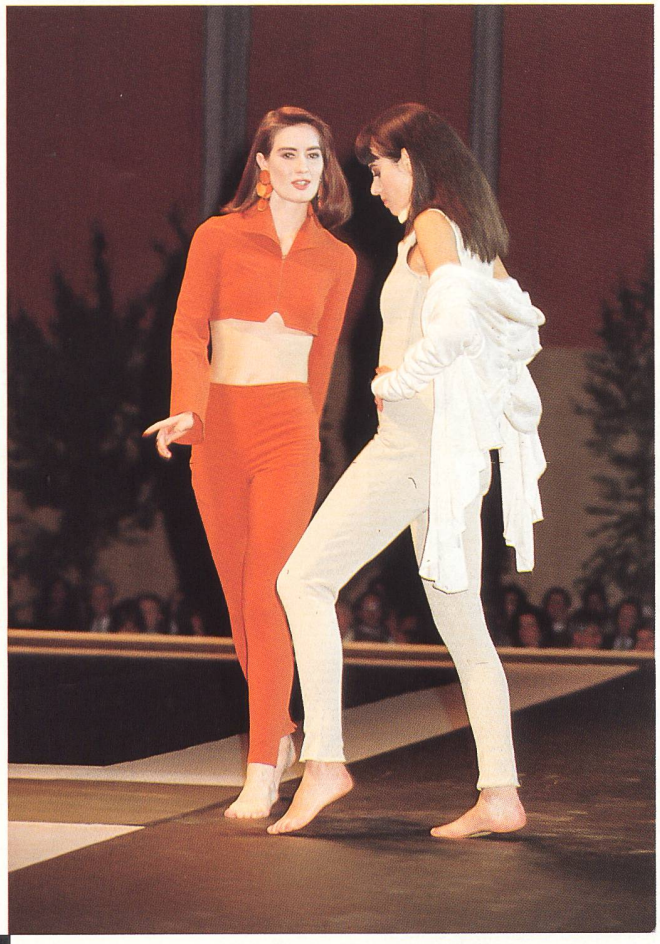
Die revolutionären 60er Jahre und die Flower-Power-Hippie-Zeit der 70er Jahre sind für Fashion-Youngster Modehistorie, aus der sie sich viele Anregungen holen. Das Bolero ist die neue Jackenform für beide Geschlechter.

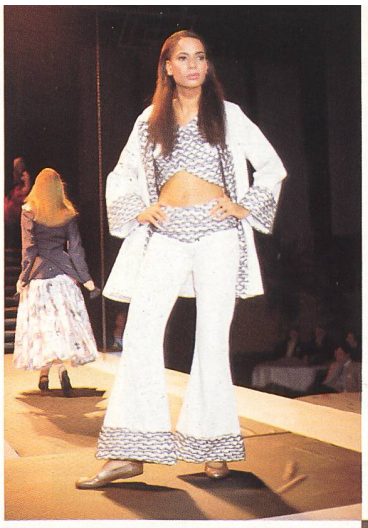






● For today's young designers the revolutionary 60's and flower power hippy era in the 70's are fashion history from which they derive a number of stimuli. The bolero is the new shape of jacket for both sexes.

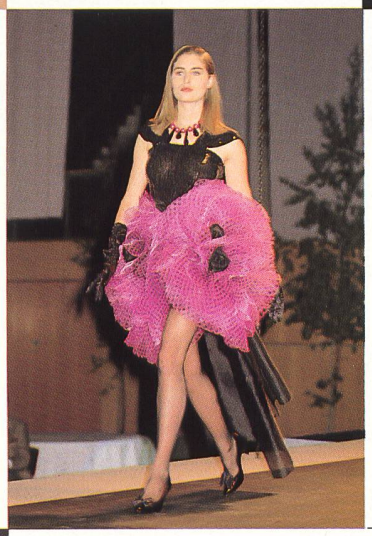




• INSTITUTO ARTISTICO DELL' ABBIGLIAMENTO MARANGONI, MILANO

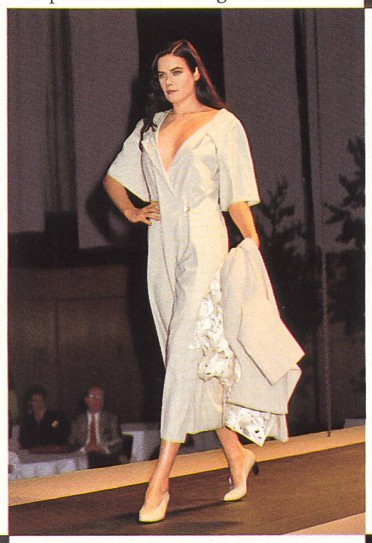
Moderne Stretchmaterialien inspirieren zu einer hautengen Body line mit strumpfengen Hosen und taillenfreien Oberteilen. Als Gegensatz die dekorative, theatralische Romantik à la Lacroix mit ihrer Vorliebe für kräftige Farben.

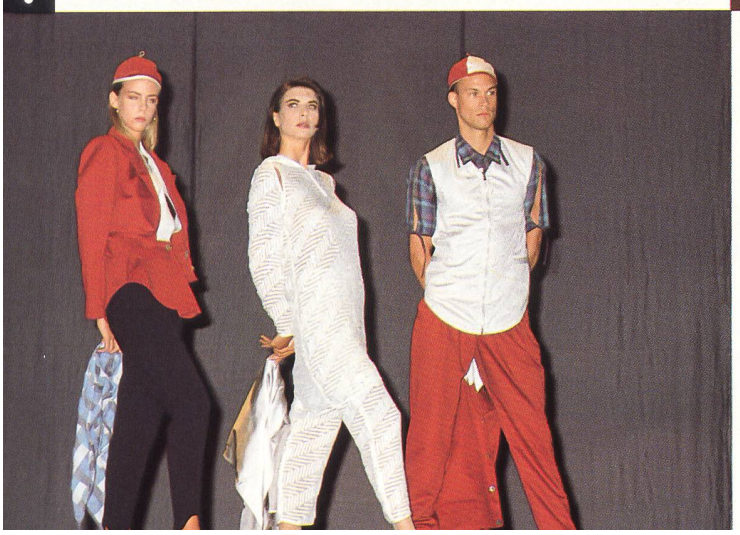
● Modern stretch fabrics inspire a skin-tight body line with close-fitting trousers and unwaisted tops. In contrast, we saw the decorative, theatrical romanticism à la Lacroix with its penchant for strong colours.



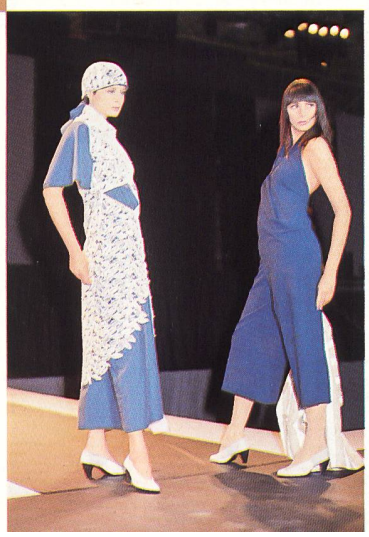
• KINGSTON POLYTECHNIC

Stickereien, vor allem Spachtelspitzen, stehen bei Englands Jung-Designern hoch im Kurs. Unbelastet von Konventionen setzen sie die festlichen Stoffe überwiegend und dabei überzeugend in der Tagesmode ein.

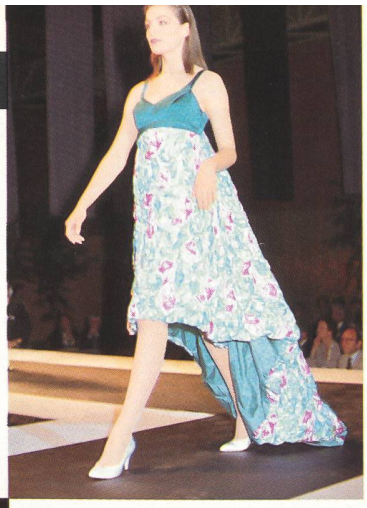




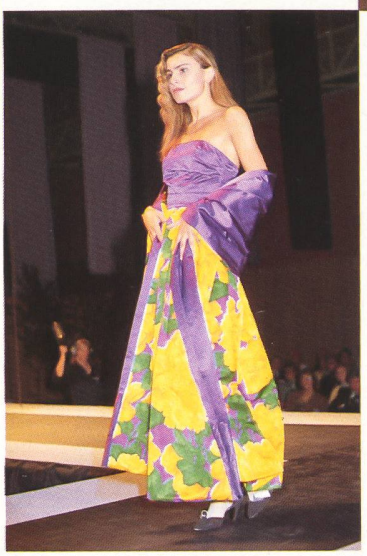
● Embroidery, especially artificial lace, is popular with England's young designers. Free of inhibiting conventions they allow the showy materials to predominate convincingly in everyday fashion.



• RHODE ISLAND SCHOOL OF DESIGN



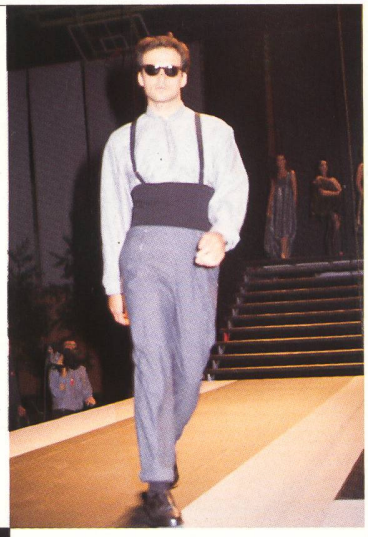
● Inspired by Parisian Haute Couture, the fashion eleven from the homeland of casual sporting fashion concentrated entirely on opulent evening wear, encouraged by the sumptuous Swiss couture materials.

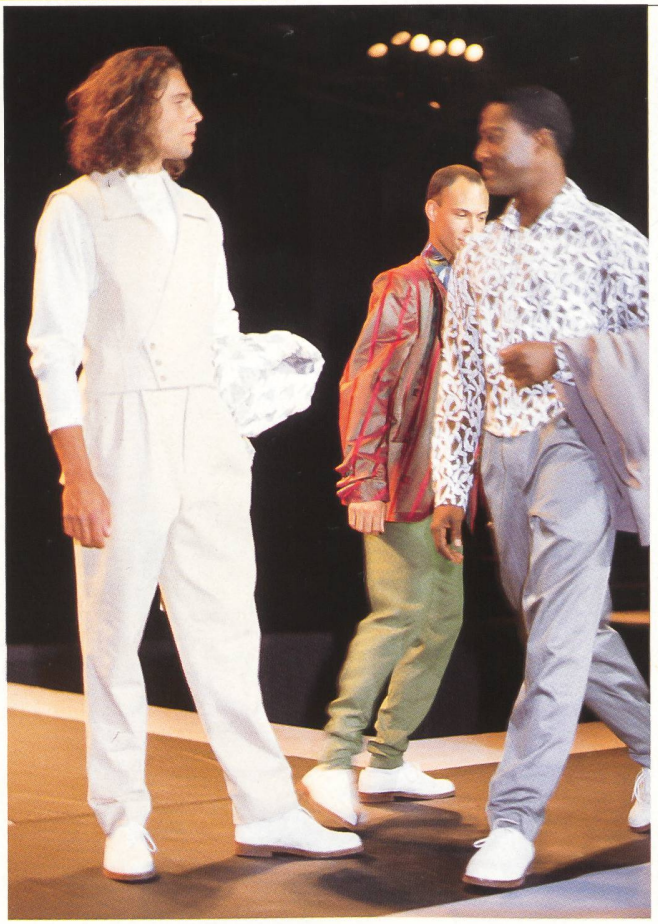


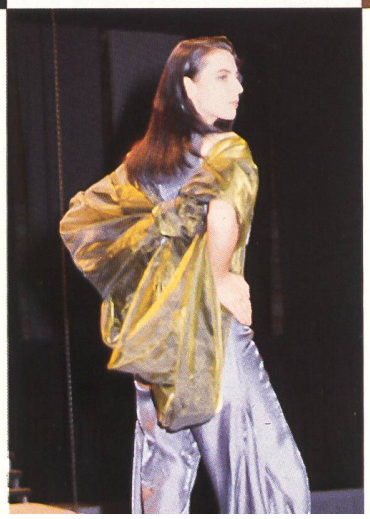
Die Mode-Eleven aus dem Heimatland der saloppen Sportswear-Mode haben sich, beflügelt von den kostbaren Schweizer Couture-Stoffen, ganz auf opulente Abendkleider konzentriert, für die die Pariser Haute Couture Pate stand.

• ST. MARTIN'S SCHOOL OF ART, LONDON

Dass Männermode sanft, aber nachhaltig über den Stoff erneuert werden kann, haben die Schüler, die aus dem Land des klassischen Tweedanzuges kommen, gezeigt. Die Frauenmode sehen sie, dem internationalen Trend folgend, vor allem in transparenten Stoffen.





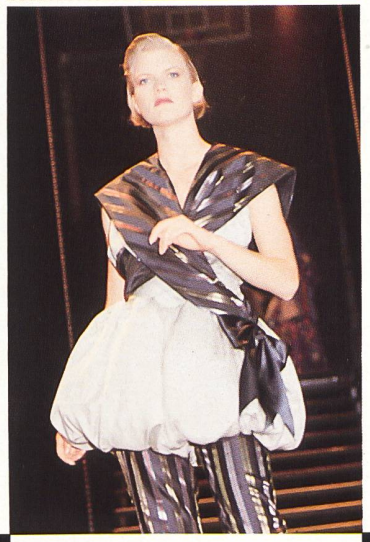


● The students from the land of the classical tweed suit have shown that men's fashion can be revived gradually, but with lasting effect, via the materials. Following the international trend, their view of women's fashion is especially carried out in transparent materials.

• BUNKA FASHION COLLEGE, TOKYO

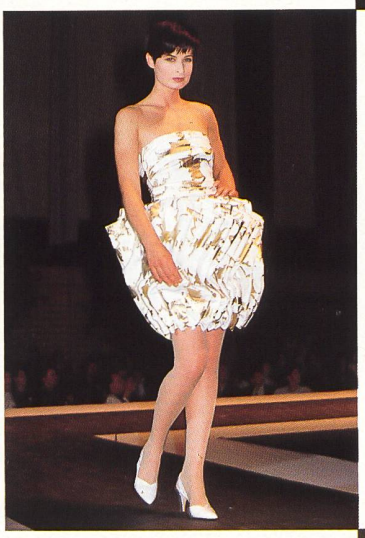
Ethnische Elemente aus ihrem fernöstlichen Kulturkreis mit europäischen Tendenzen fantasievoll zu verschmelzen und auf eine junge Zielgruppe auszurichten, ist eine Stärke der Japaner, die aber auch ein subtiles Stoff-Feeling haben.

● One of the strengths of the Japanese is their ability to combine ethnic elements from their Far Eastern culture with imaginative European trends and to direct the result towards a young target group. However, they also have a subtle feeling for the materials.

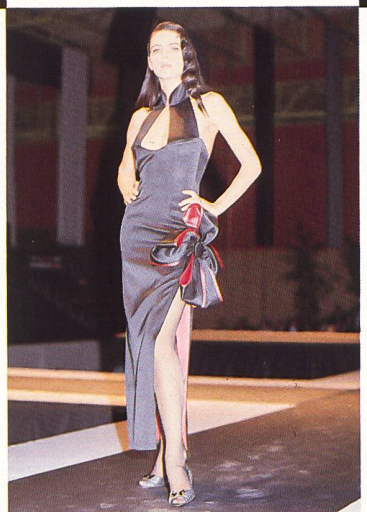


• BEIJING INSTITUTE OF CLOTHING TECHNOLOGY

Beim Betreten modischen Neulands halten sich die Chinesen an Pierre Cardin, der als erster westlicher Modemacher den Weg ins Reich der Mitte fand. Man spürt aber auch die Auseinandersetzung mit der nationalen Vergangenheit und bewundert das handwerkliche Können.



● Whilst exploring new fashion territory, the Chinese remain loyal to Pierre Cardin, who was the first Western fashion designer to find his way into the Middle Kingdom. The conflict with their national past can be felt and their handicraft skills were much admired.



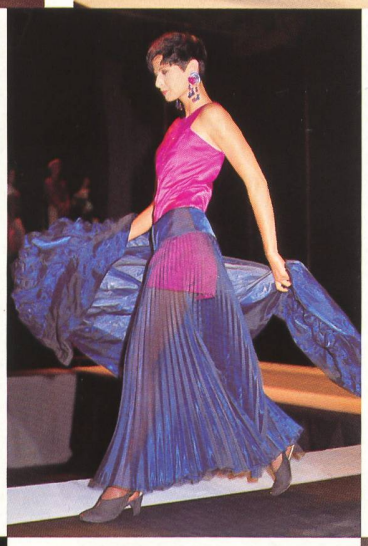
• DEUTSCHE MEISTERSCHULE FÜR MODE, MÜNCHEN

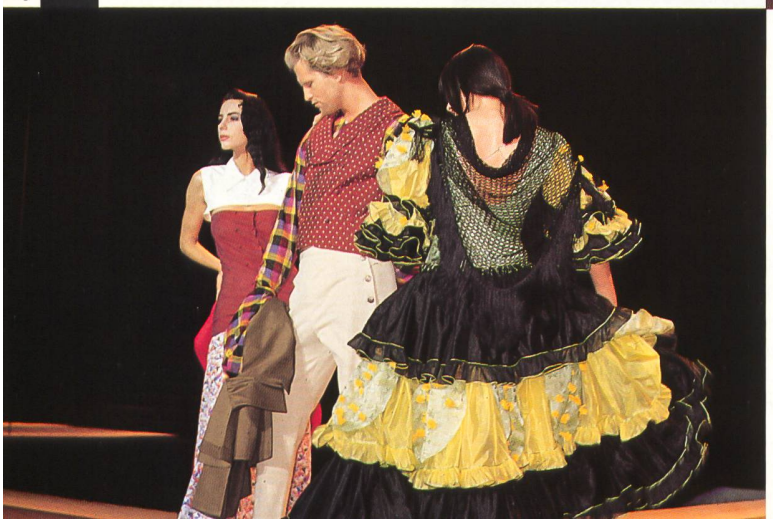
Smoking zwanglos. In Satin und Lamé aufgemacht und durch Abendmäntel ergänzt – mit Elan widmen sich die Münchner dem Stiefkind der Herrenmode. Bei den Damenmodellen spielen sie mit allen Längen, die gleichberechtigt nebeneinander stehen.

● The casual dinner jacket made up in satin and lamé supplemented by evening coats, exemplified the Munich designers vigorous dedication to the poor relation of men's fashion. In women's fashions they toyed with every possible length without admitting to any particular preference.

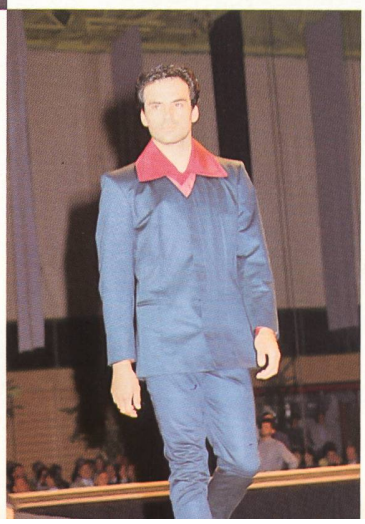
• ESCUELA DE ARTES Y TÉCNICAS DE LA MODA, BARCELONA

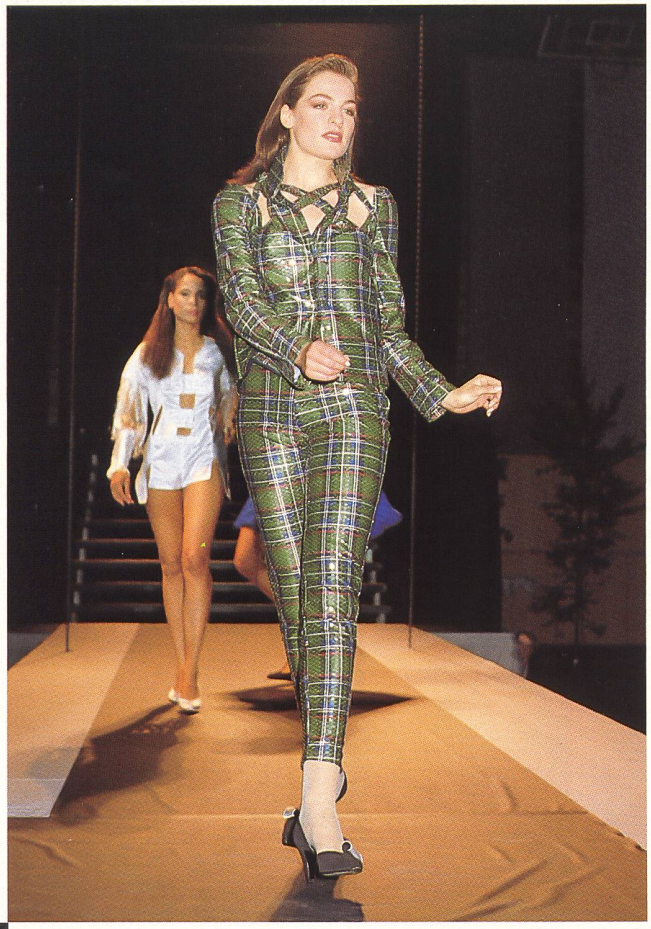
Zwischen Moderne und Tradition balancieren Spaniens aufstrebende Modemacher. Für die Männer strenge Sachlichkeit, für Frauen vitale Folklore aus Andalusien oder das reizvolle Spiel mit der Transparenz.

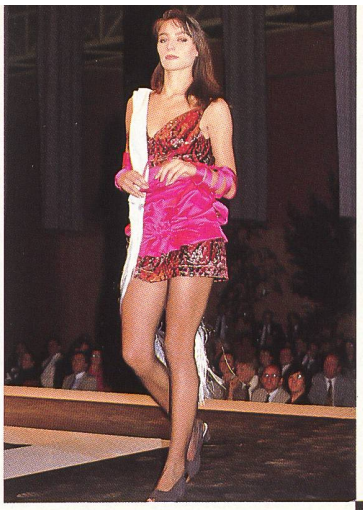




● Spain's aspiring fashion designers strike a balance between the modern and the traditional. For the men there is strict practicality, for the women, lively folklore from Andalusia or a charming frolic with transparency.



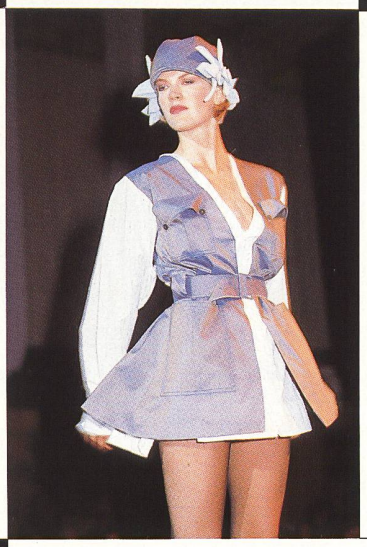




Koketterie und körperbetonte Weiblichkeit ist französische Modetradition, die vom Nachwuchs weitergeführt wird. Die Pariser Zukunftsdesigner zeigten die kürzesten Röcke, weil ihnen der Mini dieses Sommers noch nicht kurz genug gewesen ist.

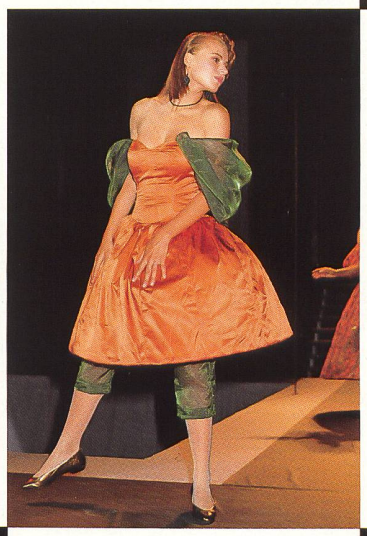
• STUDIO BERÇOT, PARIS

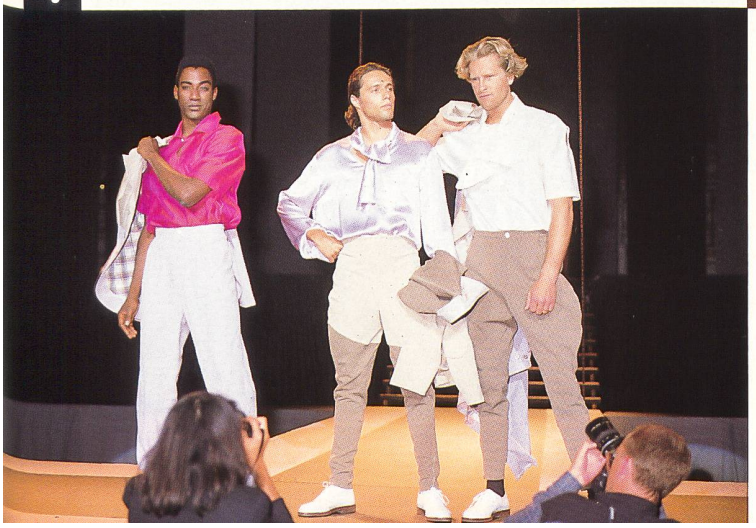
● Flirtation and figure-accentuating femininity is the French fashion tradition followed by the rising generation. The Parisian designers of the future showed the shortest skirts, this summer's mini not being short enough for them.



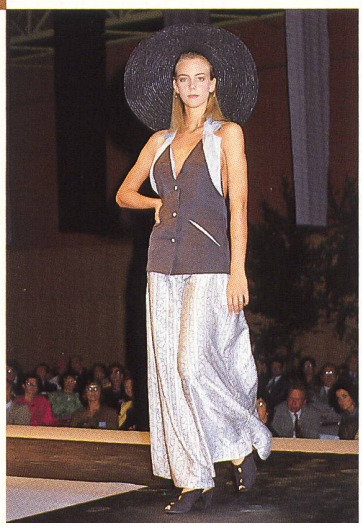
• LEICESTER POLYTECHNIC

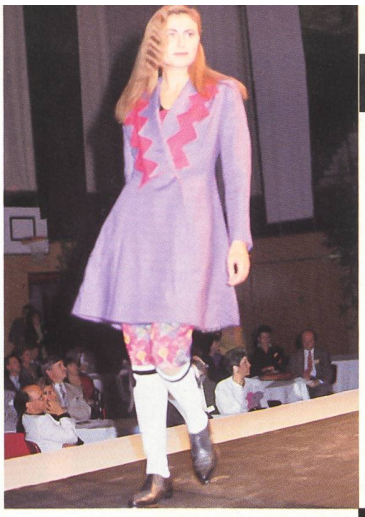
Das Krinolinenkleid im Stil von Petruschka beweist den Spass der Jugend am theatralischen Dekor, der fliessende Hosenanzug den Sinn für tragbare Eleganz. In der Männermode versuchen die Newcomer, mit Stretchmaterialien neue Silhouetten zu formen.





● The Petruschka crinoline dress exemplifies a youthful passion for theatrical decor, while the flowing trouser suits show their sense of wearable elegance. In men's fashions the Newcomer used stretch materials in an attempt to create new silhouettes.



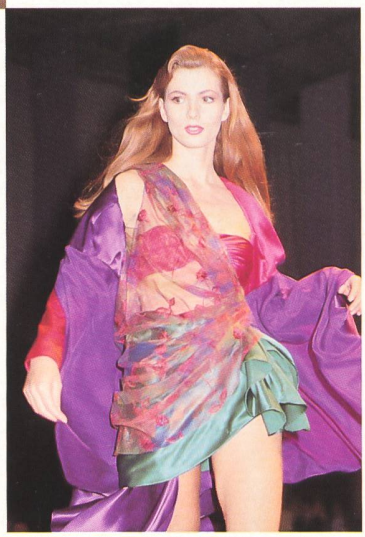


• SCHULE FÜR GESTALTUNG

ZÜRICH

Witzig und romantisch, unbekümmert und verwegen in der Zusammenstellung von Stoffen und Farben, verspielt bis ins Detail – das Gastgeberland überraschte mit der ausgeflipptesten Mode, die jugendlichen Spass am Verkleiden zeigt und Gaultier zum Vorbild hat.

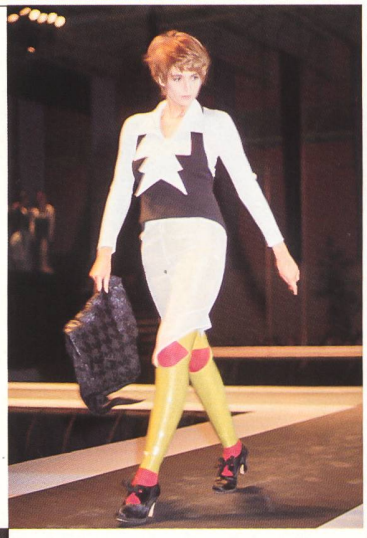
● Witty and romantic, carefree and bold in their combination of materials and colours but dainty right down to the details, the host country surprised us with the zaniest fashion, displaying a youthful love of clothes and following in the footsteps of Gaultier.

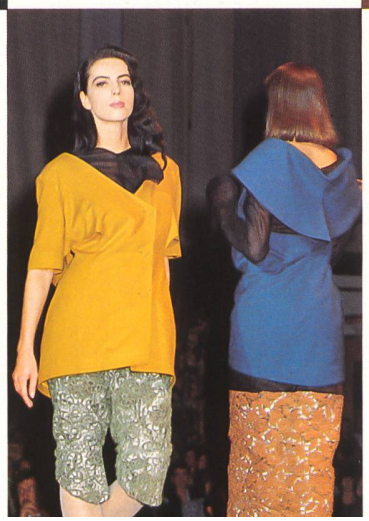


• HOGESCHOOL VOOR DE KUNSTEN

ARNHEM

Kunsthandwerkliches Geschick im Umgang mit Spachtelspitzen und Stickereien zeigten die Holländer. Sie schneiderten aus den Schweizer Stoffspezialitäten Jacken, knielange Hosen und Röcke, die sie zum Teil mit feinplissierten Jumpsuits ergänzten.



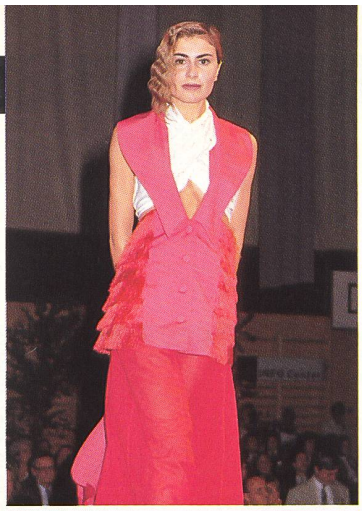


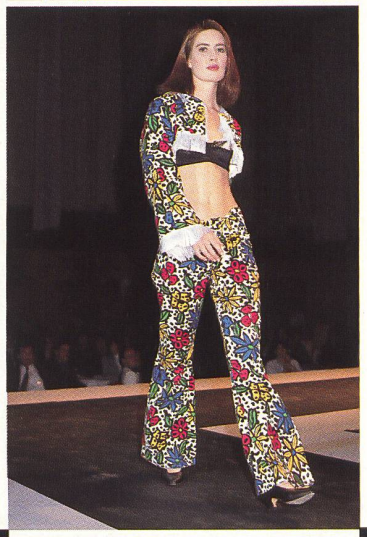
● The Dutch showed their artistic handicraft talents in their handling of spachtel lace and embroidery. They cut jackets, knee-length trousers and skirts from the Swiss fabric specialities, teaming some of them with finely pleated jumpsuits.

• MODESCHULE DER STADT WIEN IM SCHLOSS HETZENDORF

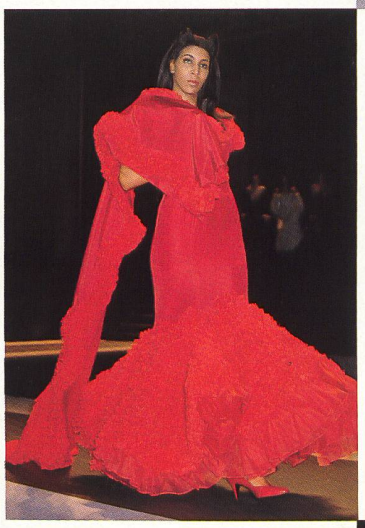
Mit Hippie-Stil auf internationalem Trendkurs, mit romantischen Ballkleidern auf der Suche nach Wiener Charme, mit sportlicher Parkajacke auf der Linie der Vernunft – das sind alles vielversprechende Zeichen von kreativer Vielseitigkeit.

● All the promising signs of creative versatility were present together with the international hippy trend in a search for Viennese charm with romantic ballgowns and following the sensible line of sporting parka jackets.



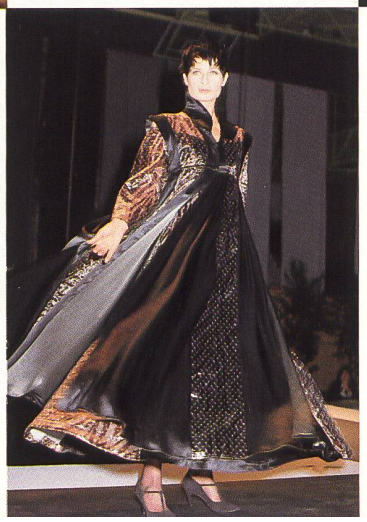


• FASHION INSTITUT OF DESIGN AND MERCHANDISING, LOS ANGELES



Mit Hollywood vor der Tür werden aus Schweizer Couture-Stoffen opulente Traumroben, deren Realisierung allerdings handwerkliches Können voraussetzt. Auch in der Mode lebt die Legende vom amerikanischen Traum fort.

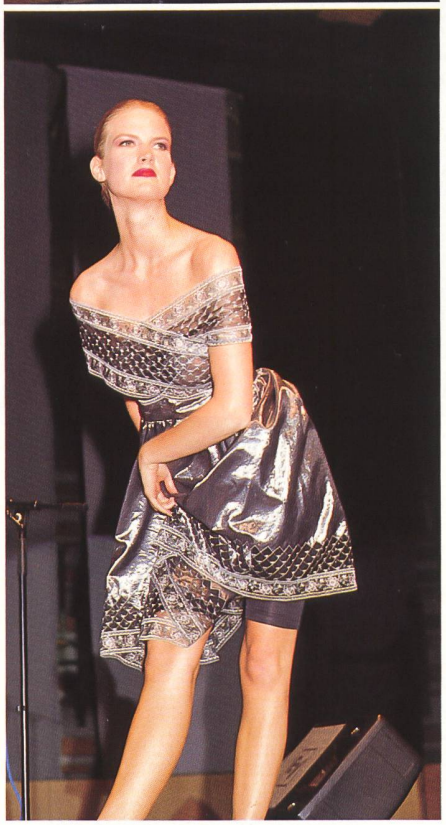
● On the doorstep of Hollywood the Swiss couture fabrics had been made up into opulent dream dresses, requiring a high level of handicraft skills. The legend of the American dream lives on in fashion too.

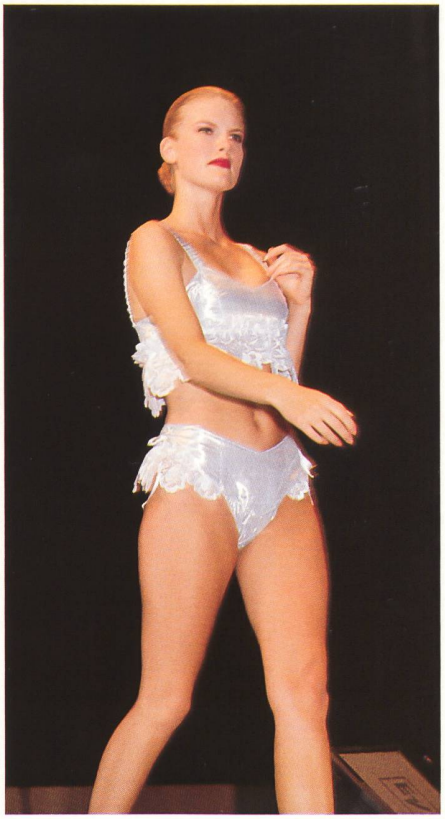


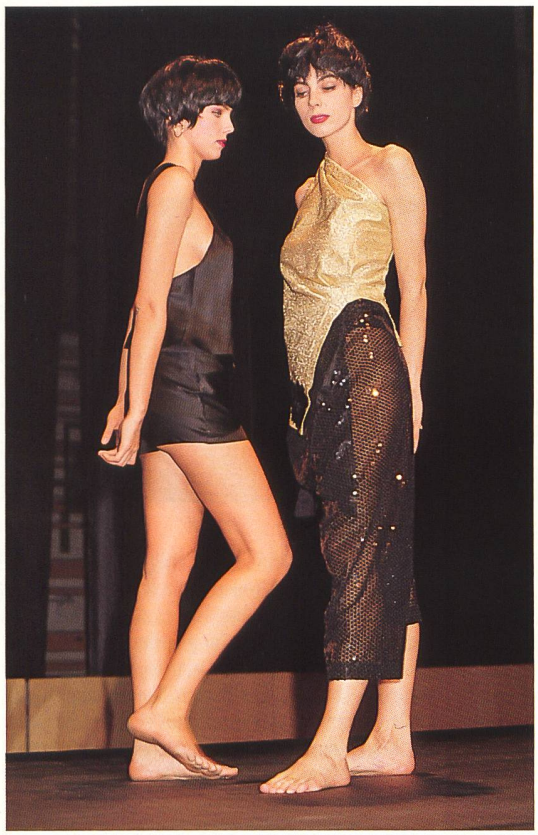
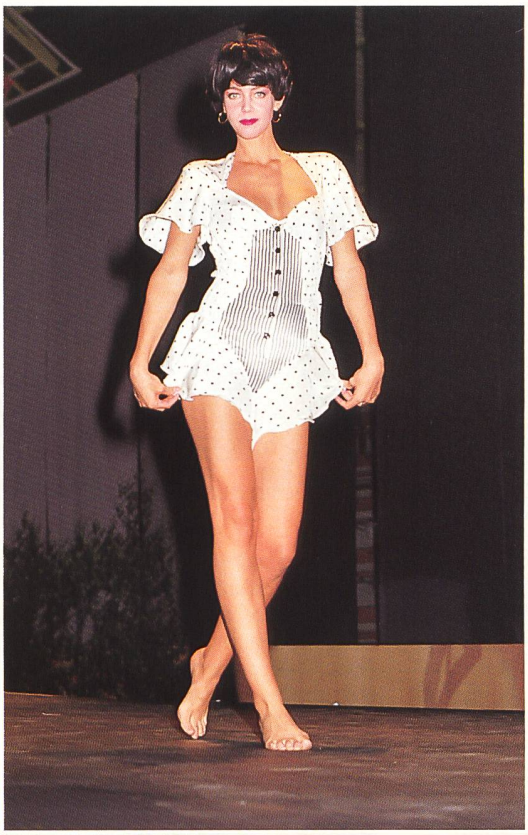
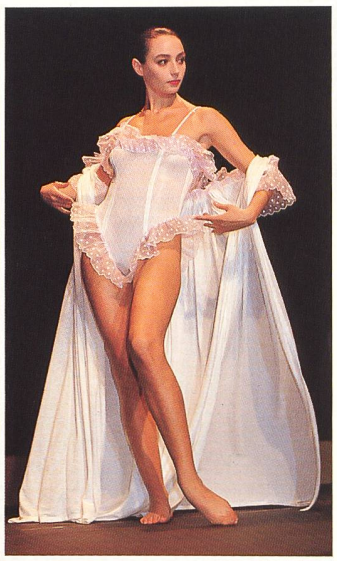
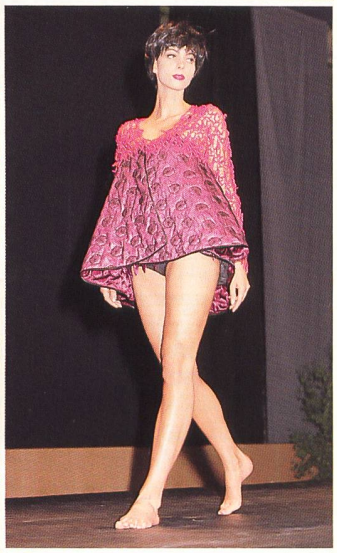
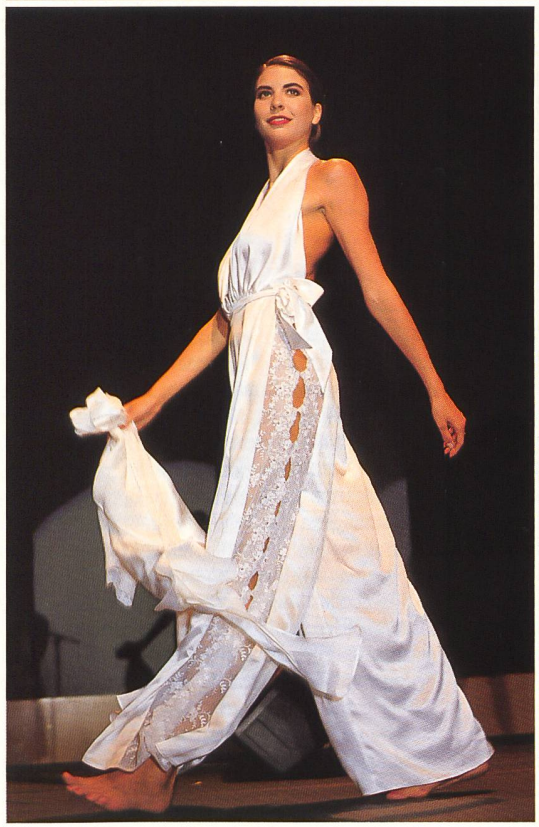
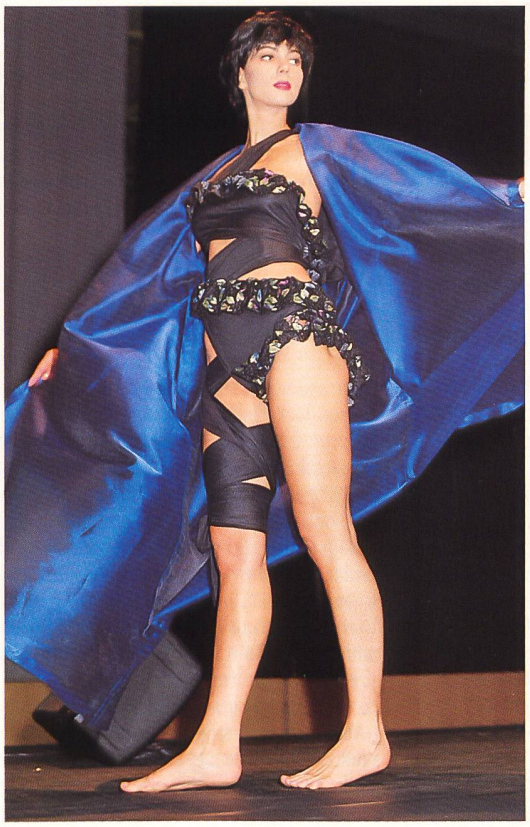
Zum ersten Mal wurde im Rahmen des «Rencontre Suisse du Jeune Talent» in einer separaten Modenschau Tages- und Nachtwäsche gezeigt, die die Studenten aus Stoffen und Stickereien von Schweizer Lingerie-Spezialisten entworfen hatten. Die Mode-Eleven verblüfften das Fachpublikum mit dem professionellen Charakter ihrer Modelle, die allerdings in Form und Detail stark von den Tendenzen der Oberbekleidung beeinflusst waren. Dadurch wirkten die Zweiteiler und Hemdröckchen, die Nachtkleider und Négligés eher angezogen als ausgezogen, obgleich die Erotik bei diesen Kreationen nicht zu kurz kam. Auf diesem Gebiet wagten sich übrigens die beiden Teilnehmer vom «Beijing Institut of Clothing Technology» mit betont sexy Modellen am weitesten vor, obgleich man von ihnen eigentlich eher Prüderie erwartet hätte.

■ ■ ■

● Daytime and nighttime underwear, designed by the students using fabrics and embroidery from the Swiss lingerie specialists were shown for the first time as a separate part of the "Rencontre Suisse du Jeune Talent". The students of fashion amazed the specialist public with the professional level of their designs, the shape and detail which were, however, greatly influenced by the trends in outerwear. The camisole sets and camiknickers, the nightwear and négligés gave the impression of dress rather than undress, although there was no shortage of eroticism in these creations. Both participants from the "Beijing Institute of Clothing Technology" were the most daring, with pronounced sexy designs, although one might have expected them to have been more prim.





Mode ist nicht nur künstlerische Kreation und Selbstverwirklichung, sondern auch Kommunikation, Kommerz und Macht. Das «Rencontre Suisse du Jeune Talent» ist nicht nur eine internationale Talentbörse für Nachwuchs-Designer, sondern auch eine seriöse Fachtagung. Fünf international bekannte Persönlichkeiten aus Haute Couture, Presse, Stoffproduktion, Konfektion und Einzelhandel lieferten mit ihren Referaten eine spannungsreiche Mischung von Anschauungen und Ideen aus allen Stufen der Modewelt.

● *Fashion is not only artistic creation and self-expression, but also communication, commerce and power. The "Rencontre Suisse du Jeune Talent" is not only an international talent exchange for the rising generation of designers, but also a serious specialist convention. Five internationally known personalities from haute couture, the press, fabric manufacturers, the prêt-à-porter industry and the retail trade offered an exciting mixture of concepts and ideas from all levels of the fashion world.*

CHRISTIAN LACROIX, PARIS

Ich habe Glück gehabt.» Es spricht für die natürliche Bescheidenheit des jüngsten Pariser Modestars, dass er bei der Schilderung seines sensationellen Werdegangs zu diesem simplen Fazit kam. Glück hatte er mit der Presse, der sein Stil gefiel und die ihn mit einer wahren Medienexplosion förderte. Glück brachte ihm Dior-Inhaber Bernard Arnault, der ihm 1987 die Gründung seines eigenen Modehauses gestattete. In Arles geboren, zog er nach Paris, um dort einen Posten als Museums-Konservator zu finden. Lacroix hatte Kunstgeschichte studiert und «zehn Jahre gebraucht, um zu begreifen, dass ich mich mehr für Mode als für Museen interessierte.» Gelernt habe er in den Kulissen, weil Modeschulen zu wenig auf die Praxis vorbereiten. Lacroix's Appell an den Nachwuchs, für den er ein Idol ist: «Bleiben Sie immer sich selbst treu. Denn das vereinte Europa könnte zu einer Dampfwalze werden, die alle nationalen Eigenarten niederwalzt.»

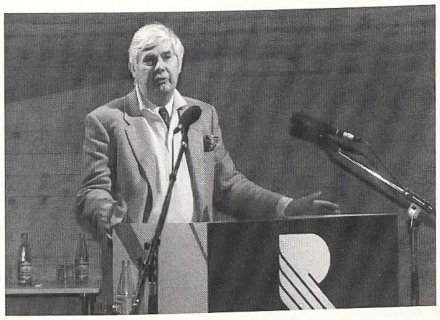
● "I was lucky." His use of such a simple phrase to describe his sensational career typifies the natural modesty of the youngest Parisian fashion star. He was lucky with the press, who liked his style and promoted him in a veritable media explosion. The owner of Dior, Bernard Arnault, brought him luck in 1987 when he allowed him to set up his own fashion house. Born in Arles, he moved to Paris to take up a position as a museum curator. Lacroix had studied the history of art and "took ten years to realise that I was more interested in fashion than in museums". He did his learning while in the wings, as fashion schools do not provide adequate preparation for the practical realities. Lacroix's call to the rising generation, for whom he is an idol, is: "Always remain true to yourself; a United Europe could become a steam roller crushing all individual national features"

CHRISTIAN H. FISCHBACHER, ST. GALLEN KREATIVITÄT IM STOFF-DESIGN

Mode ist, was man selber trägt. Was unmodern ist, tragen die anderen. So leicht, wie es sich Oscar Wilde machte, hat es der Stoffhersteller nicht. Er steht am Anfang jedes Trends, muss Qualitäten, Dessins und Colorits festlegen, lange bevor der Modemacher daraus Kleider macht. Weil Mode so schwer fassbar sei, hält sich der St. Galler Stoffmanipulant bei der Kreation an fünf Grundsätze: Talent; Mut zur eigenen Linie und Selbsteinschränkung in der Kollektionsgestaltung; Marktsegmentierung; Feedback-Organisation; Freiraum für die Kreation. Der Kreateur, «dieser sonderbare Mensch, halb Künstler, halb Kaufmann», werde besonders gefördert. Er soll viel reisen, um sich am Markt zu informieren, soll aber auch mit jeder neuen Vorlage ein wenig verunsichern. Das sei ein gutes Vorzeichen: «Eine sichere Kollektion ist fast immer ein Flop. Eine sichere Kollektion ist nie modisch.»

● "Fashion is what one wears, what other people wear is unfashionable." Oscar Wilde made it sound very simple but it is not as easy as all that for the fabric manufacturer. He is at the start of every trend and has to establish the quality, design and colours of the materials long before the fashion designers turn them into clothes. Because fashion is so intangible this fabric designer from St. Gall sticks to five basic principles: talent the courage to keep to his own lines and selfrestraint in building up the collection; market segmentation; organisation of feedback; and scope for creation. Many demands are made on the creative designer "this strange individual, half artist, half trader". He should travel a lot to keep abreast of the market but should not be too confident about each new presentation. A little bit of apprehension is always a good sign: "A collection billed as a 'certain winner' is nearly always a flop. An over-confident collection is never fashionable."

JOHN B. FAIRCHILD, NEW YORK
HERAUSGEBER VON
«WOMENS'S WEAR DAILY», «W»



Wenn der einflussreichste und auch gefürchtetste Modejournalist, der gleichzeitig Herausgeber der einzigen Textil-Tageszeitung ist, behaupten kann, er habe sich in seinen 35 Berufsjahren keinen einzigen Tag gelangweilt, dann liegt das daran, dass er stets auf der Suche nach Neuem, Spannendem war und immer noch ist. Und die Mode – «dieses Würfelspiel» – ihm das auch immer geboten habe. Dem Fachjournalisten geht es mehr denn je um eine «menschliche Berichterstattung». Die Person, die hinter den Produkten und Zahlen stehe, interessiere ihn. Der Mensch mit seinen Launen, Lieben, Leiden. Die Designer, die fast schon zu einer «bedrohten Art» geworden seien. Die Unternehmerpersönlichkeiten, weil die Firmen durch Internationalisierung immer gleichförmiger werden. Dem Nachwuchs stärkt Fairchild das Selbstvertrauen: «Mode, das sind keine Fetzen. Wir arbeiten alle für eine edle Sache. Mode fördert den Genuss am Leben, genau wie gutes Essen.»

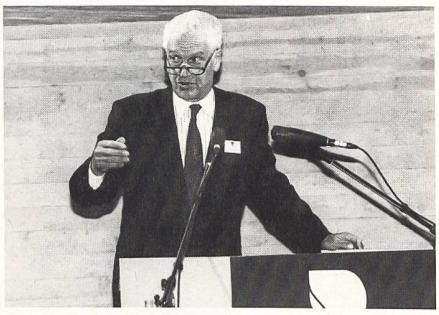
● If the most influential and also the most feared fashion journalist, also the editor of the only textile daily, can claim that he has never been bored in his 35 years in the profession, then it is because he was always and is still, looking for something new and exciting, and also because fashion, "this game of dice" has always provided it for him. The specialist journalist is more than ever concerned with "human reporting". He is interested in the individual behind the products and figures, the person with his moods, loves and sorrows and of course, designers – almost a "threatened species"! He has time for company personalities, as companies become increasingly uniform as a result of internationalisation.
Fairchild reinforces the self-confidence of the rising generation: "Fashion is not rags. We are all working for a noble purpose. Fashion encourages enjoyment of life in the same way as good food."

WOLFGANG LEY, ESCADA AG,
DORNACH/BRD

Wir arbeiten nicht für die Presse, nicht für den Einzelhandel, sondern für die Escada-Frau.» Selbstbewusst stellte der Erfolgsmanager seine Unternehmenspolitik dar, mit der er in kurzer Zeit seine Kleidermarke «Escada» auf dem mit Designermarken gepflasterten Weltmarkt plazierte. Umsatz 1974: 4 Mio. DM, 1988: 570 Mio. DM. «Unser Background ist die Qualität.» Um sie auf ihrem hohen Niveau zu halten, hat das Unternehmen alles in einer Hand: Design, Konfektion, Vertrieb. Für die Mode ist Ley-Ehefrau Margaretha verantwortlich. Sie kreiert mit ihrem internationalen Entwurfsteam einen Stil, der keinen ethnischen Hintergrund hat, damit er vielen Nationalitäten gefallen kann. Für den Nachwuchs hat Ley folgenden Rat: «Lernen Sie von der Frau, für die Sie Mode machen. Die Kundin ist Ihr einziger loyaler Partner. Und denken Sie daran, dass der Köder dem Fisch und nicht dem Angler schmecken muss.»

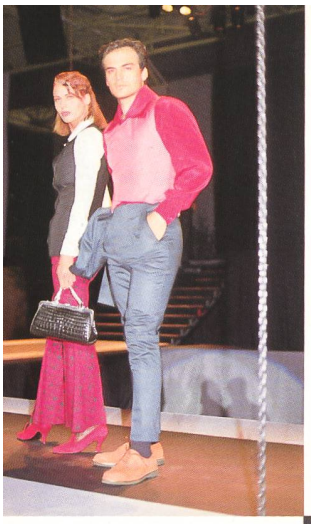
● "We are not working for the press, nor for retailers, but for the Escada woman." The successful manager confidently expressed his company's policy thus, on the basis of which he recently launched his clothing brand "Escada" in a world market paved with designer labels. Turnover in 1974 was 4 million DM; in 1988 it had risen to 570 million DM. "Our background is quality." In order to keep it at this high level, the company has everything under one roof: design, manufacture, distribution. Ley's wife Margaretha is responsible for the fashion side. With her international team of designers, she creates a style which has no ethnic background, making its appeal to many nationalities. Ley has this advice for the rising generation: "Learn from the woman for whom your fashion is designed. The customer is your only loyal partner and don't forget that the bait must appeal to the fish and not the fisherman."

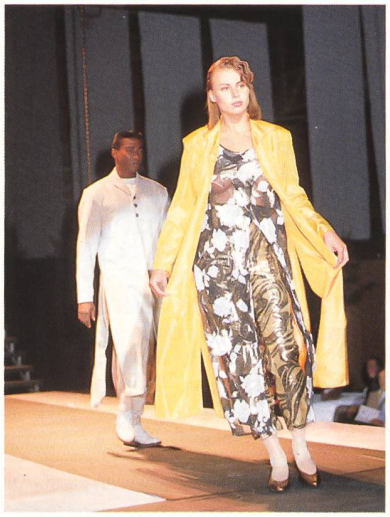
MICHEL BRUNSCHWIG
MITINHABER UND GENERAL-
DIREKTOR VON BON GÉNIE-
GRIEDER LES BOUTIQUES,
ZÜRICH/GENF

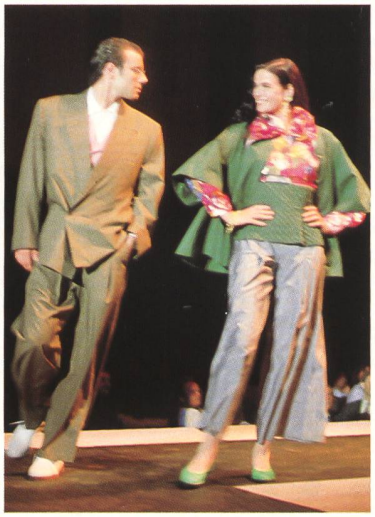


Nicht jeder Textileinzelhändler sei gleich ein Modespezialist. Für den Verkauf von klassischer Ware reiche kaufmännisches Talent. Wer sich dagegen mit der Mode einlasse, brauche dazu auch noch kreativen Geist und Gespür für das, was die Verbraucher wünschen. Mode habe erst Sinn und Wert, wenn sie von einem relativ breiten Publikum angenommen werde, meinte der Schweizer Fachhändler. Weil der Einzelhändler so nah am Konsumenten steht, kann er besser als jeder andere Verbraucherwünsche erkunden. Er ist der Botschafter, während Designer und Hersteller die Regierung darstellen, die Konsumentenwünsche nur vorausahnen kann. Ist Mode das, was die Regierung bestimmt, oder ist sie das, worüber die Wähler entscheiden? Für eine demokratische Lösung, so Michel Brunschwig, wäre eine enge Zusammenarbeit zwischen Regierung und Botschaftern nötig, um Modeflops zu vermeiden.

● No every textile retailer is also a fashion specialist. Commercial skills are sufficient to sell classical products. But everyone involved with fashion also needs a creative spirit and a feel for what the consumer wants. Fashion only makes sense and is worthwhile when it is accepted by a relatively wide public, maintained the Swiss specialist retailer. Because the retailer is so close to the customer he is better placed than anyone else to find out consumers'wishes. He is the ambassador, whilst designers and manufacturers form the government which can do no more than predict consumers'wishes. Is fashion determined by the government or the voters? According to Michel Brunschwig, close collaboration between the government and the ambassadors is needed to provide a democratic solution and avoid fashion failures.







Folgende Textilverbände und Textilfirmen unterstützten das «Rencontre Suisse du Jeune Talent»:

The following textile associations and textile firms supported the «Rencontre Suisse du jeune Talent»:

Industrieverband Textil, Zürich

Verband Schweizerischer Garn- und Gewebeexporteure, St. Gallen

Verband Schweizerischer Stickerei-Fabrikanten, St. Gallen

Vereinigung Schweizerischer Stickerei-Exporteure, St. Gallen

Verband der Schweizerischen Textil-Veredlungs-Industrie, Zürich

Verband Schweizerischer Woll- und Seidenstoff-Fabrikanten, Zürich

Abraham AG, Zürich

Altoco AG, St. Gallen

Bischoff Textil AG, St. Gallen

Bleiche AG, Zofingen

Eisenhut + Co. AG, Gais

Eugster + Huber AG, Gossau

Filtex AG, St. Gallen

Christian Fischbacher Co. AG, St. Gallen

Forster Willi + Co. AG, St. Gallen

R. Gantner AG, Appenzell

Hausammann + Moos AG, Weisslingen

Heberlein Textildruck AG, Wattwil

Jaquenoud SA, St. Gallen

Willy Jenny AG, St. Gallen

Mettler + Co. AG, St. Gallen

R. Müller + Cie AG, Seon

Naef Nüesch AG, Flawil

Nelo AG, Herisau

Rau + Co. AG, Niederteufen

Reichenbach + Co. AG, St. Gallen

Jacob Rohner AG, Rebstein

Jakob Schlaepfer + Co. AG, St. Gallen

Schlossberg Textil AG, Zürich

Schoeller-Textil AG, Derendingen

E. Schubiger + Cie AG, Uznach

Robt. Schwarzenbach + Co. AG, Thalwil

Stehli Seiden AG, Obfelden

Stünzi Textil AG, Obfelden

Taco AG, Glattbrugg

Union AG, St. Gallen

Viscosuisse AG, Emmenbrücke

Weisbrod-Zürrer AG, Hausen am Albis

Wetuwa AG, St. Gallen