

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1993)
Heft: 96

Artikel: Spectrum
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-796358>

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>

MODE UND POLITIK

Ein Gespann, das selten zusammenkommt, gab sich unlängst in Bern ein Stelldichein: Politik und Mode. An die Adresse der Parlamentarier überreichte der Textilverband Schweiz TVS eine textile Visitenkarte in Form einer Modeschau mit Kreationen, die Absolventen internationaler Modeschu-

len aus Schweizer Stoffen für das Rencontre Suisse du Jeune Talent entworfen hatten. "Mit dieser Präsentation möchten wir Herrn Bundesrat Jean-Pascal Delamuraz und den Behörden danken für ihren grossen Einsatz zugunsten der Schweizer Textilindustrie", lautete die Begründung für die Einla-

dung, die als charmante Geste verstanden und mit offensichtlichem Vergnügen entgegengenommen wurde.

In seinen Grussworten wies Dr. Alexander Hafner, Direktionsvorsitzender des TVS, auf das unermüdliche Engagement im Kampf um gleich lange Spiesse und faire Konkurrenzbedingungen im Textilexport hin. Thomas Isler, Delegierter des Verwaltungsrates der Seidenweberei Gessner AG und der Seidendruckerei Mitlödi AG sowie

Vizepräsident im TVS, versicherte, dass sich die Schweizer Textilindustrie als Teil Europas verstehe und den Beweis erbringen möchte, dass es sich lohnt, sich für diese Industrie einzusetzen.

Die Modeschau mit Entwürfen der jungen Designer aus vielen Ländern und mehreren Kontinenten erschien besonders geeignet, die Weltläufigkeit und Europa-Verbundenheit der Schweizer Stoffhersteller vor Augen zu führen.



ENGE KOOPERATION VON FISCHBACHER UND HEBERLEIN

Als Antwort auf den zunehmenden internationalen Wettbewerbsdruck haben sich die Christian Fischbacher Co. AG und die Heberlein Textildruck AG entschlossen, in enger Zusammenarbeit ein neues Konzept zu realisieren. Mit der Gründung einer gemeinsamen Firma, der Fisba Fabrics AG, in welcher die Heberlein Textildruck AG die Aktienmehrheit hält, soll insbesondere dank enger Bindung zur Produktion das Angebot wesentlich verstärkt und die Wettbewerbsfähigkeit

ausgebaut werden.

Mit der Gründung einer neuen Firma unter dem Namen Fisba Fabrics AG, St. Gallen schaffen Christian Fischbacher Co. AG und Heberlein Textildruck AG gemeinsam eine neue, leistungsfähige Basis für das bisherige Fischbacher-Departement "Bekleidungsstoffe". Die Fisba Fabrics AG wird ihren Betrieb per 1.1.1994 aufnehmen und die Geschäfte des Departementes weiterführen. Dank der engen Zusammenarbeit mit der

Heberlein Textildruck AG wird das bisherige Angebot wesentlich verstärkt und die Wettbewerbsfähigkeit weiter ausgebaut, insbesondere durch verkürzte Abläufe und ein neues Preis-Leistungsverhältnis. Der Sitz der Fisba-Fabrics AG bleibt in St. Gallen.

Mit der Realisation des neuen Konzepts wird die Marke "Christian Fischbacher" im Bereich der Bekleidungsstoffe ihr Image von hoher Kreativität und Qualität halten und weiterentwickeln. Das Sortiment wird weiterhin Druck und Uni umfassen. Eine neue Creationsequipe wird auf die traditionellen Stärken von "Christian Fischbacher" aufbauen und neue,

modische Akzente setzen. Da auch das bisherige Team unter der Leitung von Geschäftsführer Marc Bieler in die neue Firma übertritt, bleiben die Kundeninteressen in allen Bereichen vollumfänglich gewahrt. Verzichtet wird hingegen auf die im September 1992 lancierte Seidenkollektion "by Manfred Görgemanns".

Diese Neuorganisation betrifft ausschliesslich das Departement Bekleidungsstoffe. Die anderen Sparten von Christian Fischbacher Co. AG, das sind Bettwäsche, Heimtextilien, Accessoires und Rohgewebe, bewahren ihre volle Eigenständigkeit.

«JARDIN D'HIVER» MIT SCHWEIZER TEXTIL- NOUVEAUTÉS

Mit einer originellen und ansprechenden Präsentation rückten swiss+cotton und swiss textiles auf der Interstoff in Frankfurt Schweizer Stoffnouveauautés in den Brennpunkt des Interesses. Studierende der Frankfurter Schule für Bekleidung und Mode interpretierten mit viel Elan und Engagement aktuelle City-Trends, wobei die Stärken der jeweiligen Stoffhersteller besonders berücksichtigt wurden. Die Kunst des Weglassens wurde perfektioniert. "Daily life" hiess die Devise und entpoch der jungen, sportlichen und durchaus alltagstauglichen Optik, auch dort, wo die Stoffe kostbar, edel und exklusiv waren.

Die Studierenden zeigten einen modernen, reduzierten Stil in fast architektonischer Klarheit mit einer körpernahen Silhouette und

lose überlagertem Schichten-Look. Das Sportive wurde durch das Mischen mit romantischen Akzenten weicher und femininer gezeichnet, behielt jedoch durch raffinierte Stoffoptiken seinen Charakter. Durch diesen Mix verschiedener Elemente gewann die Präsentation zusätzlich an Gewicht. Helle Naturfarben und gebrochenes Winterweiss standen im Vordergrund, wurden mit dunklen Akzenten, neuartigen Strukturen und Bindungseffekten, durch Rippen und Waffelmuster belebt, zeigten typische Piquébilder und Matt/Glanz-Aspekte sowie interessante Ausrüstungen und Beschichtungen. Stickereien wurden perfekt in die Tagesmode integriert.



Beispiel aus der Präsentation "Jardin d'Hiver" mit Modellen aus Schweizer Baumwollnouveauautés.

SOMMER 1995: INNOVATIVE EFFEKTE, SUBTILE STRUKTUREN

Mode braucht Erneuerung. Sie lebt von Farbe und Styling, von der Lust am Kombinieren. Dabei stehen nicht nur die Silhouetten im Blickpunkt, sondern auch das Spiel mit Garnen, Stoffen, Strukturen und Dessins. Nouveautés beherrschten deshalb die Szene an der Frankfurter Interstoff, animierten zum New Look für Winter 1994/95.

Wer Mode macht, will der Zeit voraussein, den Blick bereits auf die nächstfolgende Saison richten – also auf den Sommer 1995. "Basic Line" der Frankfurter Interstoff lüftete den Schleier und präsentierte Garne, Farben, Strukturen und Materialien als Vorschau für die Sommersaison 1995. Auch die Faserhersteller präsentierten der Industrie und Fachpresse ihre Vorstellungen und Vorschläge als "preview" auf einen Sommer, der farbig, aber nicht bunt wird, der von feineren Strukturen und aparten Effekten lebt und virtuos die Register der Veredelungstechnik beherrscht.

"Basic Line" setzte auf fünf Themen, die den kontinuierlichen Austausch von Empfindungen und Erfahrungen in Stoffen sichtbar machen. "Purity" übersetzt transparente Farben, Schwarz und Weiss in glatte, feine, irisierende, durchscheinende Materialien. Den Kontrast dazu bilden dichte, weiche und voluminöse Baumwollqualitäten. "Gentle" bringt elegante Rosa- und Pfirsichtöne auf Seidenmischungen mit Wolle Baumwolle oder auf Stoffen aus Natur- und Mikrofasern. Glattes, Satiniertes kontrastiert mit gekräuselten Oberflächen. "Freshness" steht für ruhige Blauschattierungen und Camaïeux-Effekte,

liebt hauchfeine Transparenz und seidiges Aussehen, belebt durch Shantung-Flammen. Den Gegenpol bilden Baumwollgewebe wie Oxfords, Gabardines und Fil-à-fils. "Calm" erinnert mit satten, dunklen oder lebhaften Farben an eine moderne Version des "Ethno-Looks". Mischungen aus Leinen mit Baumwolle oder Seide, leichte bis schwere Gewebe, Grobes und Rustikales, aber auch Transparentes und Glänzendes interpretieren die Farbstory. "Optimismus" verbreiten die lebhaften, vitalen Farben aus den vier Themen und bilden in Kombination mit Weiss eine eigene Gruppe. Schlicht, fließend und klassisch sind die Materialien, die durch raffinierte Ausrüstungseffekte auch im Sportswearbereich mitmischen.

Farblich sehr angeleglich, doch unterschiedlich im Material sieht das Trevira Studio International die Damen- und Herrenmode für Sommer 1995. Die DOB inspiriert sich an Sommergärten und African Graffiti, spannt die Palette von hellen Tönen über romantische und brillante Farben bis hin zu kräftigen Colorits und Schwarz/Weiss-Ideen. Die HAKA inspiriert sich an Reisen zur lichten Helligkeit des Kilimandscharo, zum Braunrot des Canyon, den Grünschattierungen des Dschungels und zu den sanften Braun- und Gelbtönen der Savanne. Das Neue liegt in Materialien mit bewegten Oberflächen, Effekten und Bicolorbildern, in neuen Farbtechniken, Phantasiebindungen, in der Gegenüberstellung von stark unterschiedlichen Garnen und in dreidimensionalen Optiken. Leinen bestimmt mit langen, feinen

Flammen den Kurs, unterstützt durch Seidiges, Kreppiges, Matt/Glanz-Ideen, interessante Bindungsbilder und Buntgewebes.

In den weichen Pastells und den verwaschenen dunklen Farben der Jahrhundertwende, in Naturtönen mit farbigen Akzenten und Weiss als Kombination sieht Akzo die neue Saison. "Romantic" liebt transparente, leicht geknautschte Stoffe mit braven Karos und nostalgischen Blumen; "Glamour" Fließendes und Seidiges in moderner Interpretation. Spitzen, Lochstickereien und zarte Drucke sorgen für eine Spur Extravaganz. "Today" übersetzt die perfekte Anonymität der Städterin in komfortable Stoffe mit klaren Oberflächen und "Folk and Sport" mischt funktionelle Jeanswear mit clean wirkenden Geweben wie Hemdenstoffen, Canvas- und Viscosetypen. Die HAKA steht unter leichtem "Öko"-Einfluss, lässt sich von raffiniertem Ethnolook, echter Street-Fashion und von den alten Reklamen amerikanischer Highway "Road Restaurants, -Bars und -Oil Stations" inspirieren.

Das IWS orientiert sich ebenfalls an vier Farbthemen: "Grotta Azzurra" mit Blaunuanzen, "Oasis" mit einem Spektrum verschiedener Grüntöne, "Etrusco", dem Terrakottarot alter Keramiken und "Papyrus", den verschiedenen Naturtönen. Hartes Weiss wird durch zartes Champagner abgelöst. In Zusammenarbeit mit Spinnern und Webern entwickelt das IWS für den Sommer 1995 ausdrucksvolle Stoffe mit lebendigen Strukturen, häufig waschmaschinenfest. Man orientiert sich an einer sportiven

Casualoptik ohne Schlampigkeit.

Für unconstructed Jackets werden Hopsacks und Qualitäten mit runderen Leinenstrukturen sowie Hahnentritt-Variationen mit natürlicher Ausrüstung lanciert. Garnkombination von dick und dünn sowie Innovationen bei Mischungen mit Wolle entsprechen dem New Look. Donegals, Tropicals, Gabardines und Canvastypen zeigen belebte Fonds. Hochgedrehte Garne, deren Starre im Tumbler gebrochen wird, dreidimensionale Effekte, aufwendige neue Ausrüstungen und Teflon-beschichtete Wollstoffe bringen eine neue Optik – ebenso wie Madras- und Fadenkaros mit Mouliné-Effekten.

Du Pont/ICI stellte für Sommer '95 sechs Farbreihen vor, deren drei erste (cool, mellow und warm) für DOB und HAKA stehen. Der Farbbogen spannt sich von Weiss und gebrochenem Ecru über helle Blau- und Grüntöne zu den Honig- und Hennafarben und schliesst mit den warmen Tönen von Rot, Mauve und Lavendel. Simpel und einfach, unregelmässig plissiert, matt und transparent, rustikal mit trockenem, aber weichem Griff sieht man die Stoffe für Kombinationen. Twist-Ideen, maskuline Chevrons und Tattoo-Optiken bilden die Ergänzung im Softwear-Bereich. Casualwear lebt von dunklen Farben und unregelmässigen Strukturen, von Drucken, inspiriert von Rinden, von gewachstem, glattem Finish, von geölten Mustern und Mesh-Ideen, Reliefs und Stoffideen aus der Arbeitswelt wie kompakten Canvastypen und Hahnentritts. Aktivewear wird vorwiegend von

SPECTRUM

technischen Stoffen bestritten. Swimwear lebt von hellen, kräftigen Tönen, die gerne in Kombination mit klassischen Non-Colours oder Weiss gesetzt werden und clean wirken. Die Stoffe sind crisp, superleicht, wirken seidig, teilweise auch geknittert und sind vor allem funktionell.

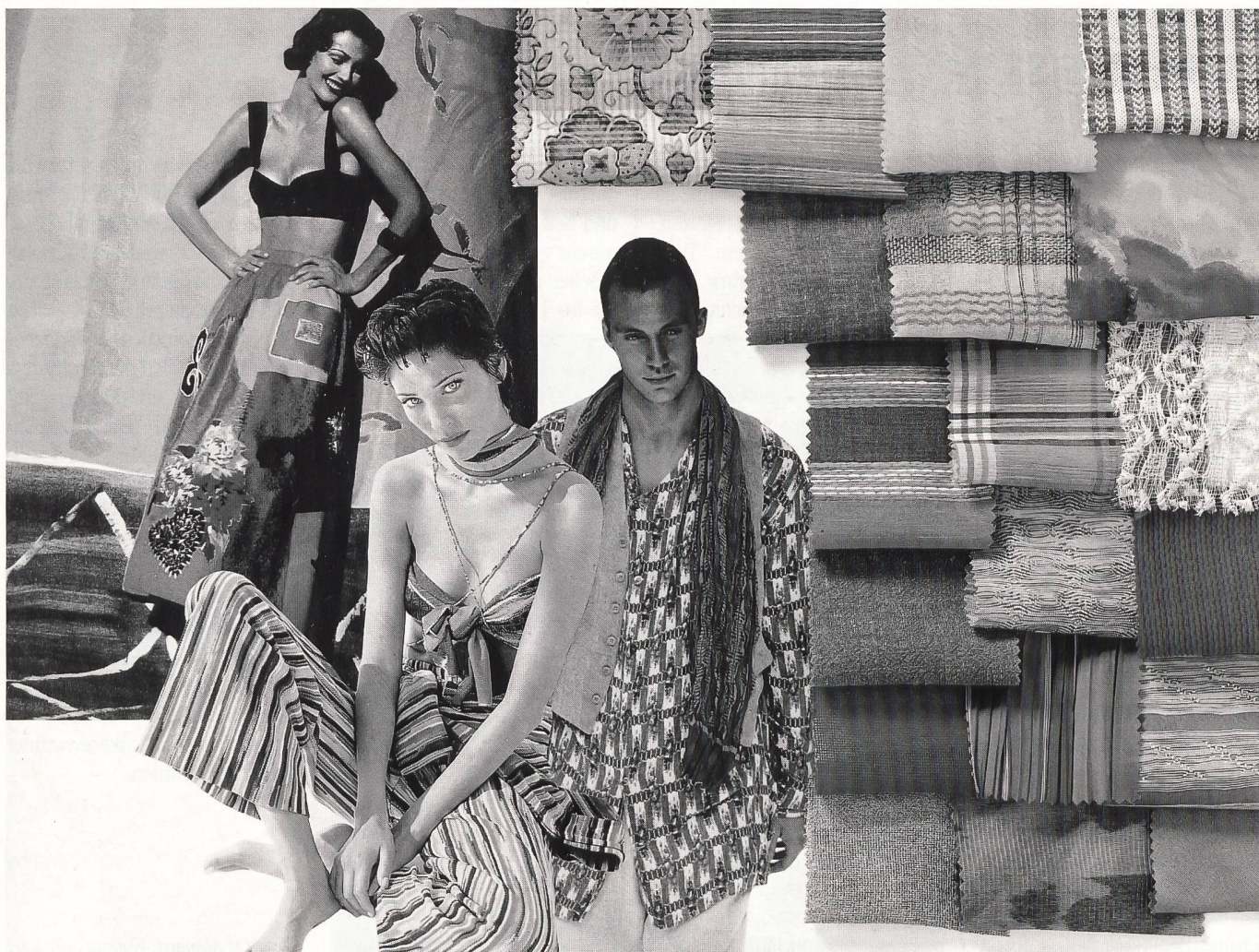
Für Rhône-Poulenc liegt das Neue in verfeinerten Garneffekten, in prägnanten Bi- und Tricolor-Farbkombinationen und im lustvollen Mixen unterschiedlichster Garne, Stoffe, Strukturen und Dessins. Weiss pur oder in Abschattierungen ist das Bindeglied zwischen den verschiedenen Farbthemen.

Die Stoffe wirken anspruchsvoll, gepflegt, frisch, gewinnen durch Dreher und Scheindreher, Durchbrucheffekte, Natté-, Oxford- und Fil-à-Fil-Ideen oder Ausrüstungen und Beschichtungen. Manches wirkt gealtert, getragen, gebleicht, geknittert, was durch Plissé-, Gaufré-, Laqué-Techniken, durch Pigmentdruck, Chintz und Ausbrennen erreicht wird. Die Dessins orientieren sich am Romantischen und Viktorianischen, an Einflüssen multikultureller Folklore in vereinfachter Form, an Plakativem, an zweifarbigen geometrischen und grafischen Mustern und an Zeichnungen wie von Kinderhand. Vier grenzüberschreitende

Themen skizzieren das Neue: "Simple et beau", die Kunst des Weglassens in hellen matten Stoffen, transparenten und flottierenden Effekten, unregelmässigen Plissés, Smok und einfacher Stikerei – für eine moderne, schlichte, minimalistische Silhouette, sehr kurz oder lang und aufgelockert durch Superpositions. "Chant de la mer" versprüht mit Bi- und Tricolors Energie und Vitalität, bringt Fil-à-Fils, Piqués, Ottomans, Ajourés, Toiles aber auch Canvastypen, Satin, Taft und Nattés, Spinnaker- und Seersuckerstoffe für einfache Hänger und Ideen aus dem American-Sportswear. "Jardin exotique" mit leuchtender,

spontaner Farbigkeit, Crêpe und Crinkle, Voile, Georgette und Chiffon, Netz und Bourette, Gealtertem und Latex steht für eine Mode aus vielen, knappen Einzelteilen, gewickelten, geschlitzten langen Röcken und weiten Hosen. "Nouvelle sensualité" lässt sich vom Gefühlvoll-Romantischen, von transparenten Farben, von Fließendem, Glänzendem und Irisierendem inspirieren, liebt leicht Dekadentes und eine körperumspielende Mode, von Unterrock und Lingeriestil beeinflusst.

Trendtableau zum Thema "Jardin exotique" Sommer '95 von Rhône-Poulenc.



FUTURE YOUTH

Das traditionelle Interstoff-Meeting für Partner und Fachjournalisten nahm das IWS zum Anlass, um eine Untersuchung über die künftige Verbrauchergeneration zu präsentieren. Über 3000 Jugendliche in 20 west- und osteuropäischen Ländern wurden über ihre Einstellung zu verschiedenen Themen befragt, ihre Filme, Zeitschriften und TV-Sendungen wurden unter die Lupe genommen und ihr Einkaufsverhalten beobachtet. Dabei kristallisierte sich

heraus, dass die jetzt 16- bis 18jährigen weit von Rebellion und Auflehnung entfernt sind, dass sie vielmehr einer "konfliktlosen" Generation angehören. Es gibt keine Tabus mehr und deshalb auch keine Rebellion. Sie haben schon alles gesehen und erlebt, sind dadurch zu früh gereift und nun auf der Suche nach der verlorenen Kindheit, nach Sicherheit und Geborgenheit, aber auch nach einer neuen Erlebniswelt, nach Pioniertaten und Abenteuern, um der Langeweile zu entrinnen.

Shopping bedeutet Selbstinzenierung. Konsum ist eine Form des Selbstaussdrucks. Man ist modebewusst, aber nicht modehörig.

Man huldigt dem richtigen Stil, und dazu gehören Levi's, Coke und Nike, man liebt Reisen als neue Form des Abenteuers und Musik in unterschiedlichen Ausdrucksformen. Die künftige Verbrauchergeneration mag Werbung und akzeptiert sie, solange sie abwechslungsreich und authentisch ist, nicht verkrampft jung und überperfektioniert. Langeweile lauert hinter allem und jedem, denn den Jugendlichen fehlt der Anreiz zum aktiven Tun. Sport interessiert kaum, gelesen wird nur selten. Es gibt – so die Studie – weder Visionen noch Visionäre. Die Jugendlichen erleben ein Sinnvakuum. Sie selbst aber sehen sich selbstkritisch

und eher nüchtern, materialistisch, wenig liebevoll, ehrgeizig und wettbewerbsorientiert, selbstsüchtig und mit wenig Vertrauen in ihre Umwelt, halten sich für tolerant, aufgeschlossen, ehrlich und realistisch. Und sie sind – trotz allem – optimistisch, was die eigene Zukunft betrifft.

TEXTILMUSEUM ST. GALLEN FRAUENFLEISS IM 19. JAHRHUNDERT

Eine interessante Ausstellung im St. Galler Textilmuseum unter dem Titel "Frauenfleiss im 19. Jahrhundert" vermittelt einen Einblick in das vergangene Jahrhundert, als die sich rasch ausbreitende Industrialisierung die tradierten Familienstrukturen grundlegend veränderte. Die Heimindustrie erhielt damals ihren besonderen Stellenwert, das textile häusliche Schaffen wurde zum Symbol familiären Glücks. Die Schulpflicht wurde eingeführt und damit auch der Handarbeitsunterricht für Mädchen. Die in der Mitte des 19. Jahrhunderts aufkommende Kunstgewerbebewegung half mit, Nähen und Stricken, Häkeln und Sticken sozusagen zum Inbegriff hausfraulicher Tugenden zu machen.

Die Ausstellung spannt einen breiten Bogen von der Taufe über das Mädchenalter und die Dienstbotenzeit bis zur Hochzeit mit Aussteuer. Schöne Spitzenarbeiten, Inbegriff des Frauenfleisses, geben

zugleich einen Einblick in die sozialen Verhältnisse. Das Brautkleid in Weiss mit Schleppe, Spitzen, Verzierungen, besticktem Tüllschleier und Myrthenkranz blieb den wohlhabenden Schichten vorbehalten. Kleinbürgerliche Leute heirateten in Schwarz, denn das Hochzeitskleid diente später als

Festkleidung. Grosser Wert wurde auf die Aussteuer gelegt, Tisch- und Bettwäsche, aber auch Leibwäsche wurde mit Spitzen, Häkelarbeiten und Stickereien verziert.

Im 19. Jahrhundert entstanden Spitzenproduktionszentren, die durch reiche Bürger und den Adel gefördert wurden. Die auf-

kommende Maschinenspitze wurde auch für die breitere Bevölkerungsschicht erschwinglich, so dass Spitzen – von Hand oder mit Maschine hergestellt – das Modebild in Europa prägten.

Die verschiedensten Spizentechniken werden demonstriert – irische Nadel- und Klöppelarbeiten, die in Konkurrenz zu den Häkelspitzen mit ihren breiten stilistischen Möglichkeiten stehen, oder Luxusartikel aus Chantilly und Alençon. Aus Caen oder Spanien stammen die Blonden, feine Klöppelspitzen im Tüllgrund, aus Belgien die feine Nadelspitze Point de gaze und die Duchesse-Spitzen. Den Abschluss der Exponate bilden Maschinenspitzen, die durch die technischen Möglichkeiten immer raffinierter wurden.



Point d'Alençon-Spitze

PLATTFORM FÜR SCHWEIZER MODEMACHER

Das Textil + Mode Center Zürich möchte vermehrt als Plattform für modische Aktivitäten ausserhalb der Showrooms dienen und so selber von solcher Attraktion profitieren wie auch für die in der Mode Engagierten zusätzliche Öffentlichkeit herstellen. Den Anfang machte eine Präsentation von Newcomern und Avantgardisten der Schweizer Modeszene, die sich jeweils mit einer Reihe von Modellen in der Eingangshalle des TMC vorstellen konnten.

*Karin Wenzler, St. Gallen,
inmitten ihrer Kreationen.*



Das **Etikett**
wird
zur **Etikette**

**BALLY
LABELS**

Bally Labels AG
Etikettenfabrik
Schachenstrasse 24
CH-5012 Schönenwerd
Telefon 064/40 37 40
Telefax 064/41 40 72