

# Spectrum

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): - **(1995)**

Heft 101

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795827>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## JAHRESPRESSEKONFERENZ DES TVS CHANCEN DURCH NISCHENPRODUKTE UND SPEZIALITÄTEN

Das Konjunkturbarometer der Schweizer Textilindustrie steht nach wie vor auf «veränderlich» und bewegt sich nur zögernd nach oben. Der gute Start zu Beginn des Jahres 1994 wurde durch den erschwerten Marktzutritt in die EU und die Aufwertung des Schweizerfrankens in der zweiten Jahreshälfte nahezu erstickt. Auch die Hoffnungen auf dringend benötigte Margenverbesserung blieb auf der Strecke. Es bedurfte aller Anstrengungen, um sowohl beim Umsatz als auch bei den Exporten die Vorjahresergebnisse zu halten, betonte Dr. Alexander Hafner, Direktionsvorsitzender des Textilverbandes Schweiz anlässlich der Jahrespressekonferenz in Zürich.

Kein Zweifel, die Schweizer Textilindustrie ist von der Isolation innerhalb Europas stark betroffen, nimmt die EU doch 80% der Exporte auf. In einer Umfrage unter den Mitgliedsfirmen des Verbandes wurden 60% der Probleme auf dem EU-Markt auf den schwierigen Marktzutritt zurückgeführt, ein Drittel auf Fragen der Konkurrenzfähigkeit, in erster Linie durch das hohe Währungs- und Lohnniveau. Nur 7% wurden konjunkturellen Problemen angelastet. Nun hofft man auf die Einbeziehung des Textildossiers in die laufenden bilateralen Verhandlungen mit der EU und damit auf die Lösung des Problems des Passiven Veredlungsverkehrs. Bis dahin allerdings bezahlt die Schweizer Textilindustrie einen hohen Tribut.

In den letzten drei Jahren gingen in der Textil- und Bekleidungsindustrie insgesamt 10 000 Arbeitsplätze, 6 000 davon in der

Textilindustrie, verloren – ein Viertel davon durch Schliessung von Betrieben, etwas mehr als die Hälfte durch Kapazitätsabbau und rund ein Fünftel durch Verlagerung ins Ausland.

Trotz der schwierigen Ausgangslage und der kräftigen Berg- und Talfahrt der Auftragsgänge konnte etwa die Wollspinnerei ein Plus von mehr als 11 Prozent einfahren. Auch die Baumwollweberei beispielsweise steigerte ihre Produktion um 11,4%. Generell konnte die Beschäftigung 1994 sichergestellt werden, allerdings bei unbefriedigenden Margen.

Bei den Exporten stehen Spinnstoffe, Stickereien und technische Textilien deutlich auf der Habenseite, während etwa die Heimtextilindustrie die Rezession empfindlich zu spüren bekam. Trotz der isolierten Lage der Schweiz gab es aber keine Exporteintrüben in den EWR, dessen wichtigste Abnehmerländer Deutschland, Italien, Österreich, Frankreich und Grossbritannien sind. Als besonders positiv gestalteten sich die Exporte nach Italien und Spanien. Dafür mussten leichte Rückgänge nach Grossbritannien, die USA, Schweden und auch nach Österreich hingenommen werden.

Die Textilindustrie setzt sich mit aller Entschiedenheit für den Beitritt zur neuen Welthandelsorganisation WTO ein, die seit Beginn dieses Jahres in Kraft ist und von den wichtigsten Handelspartnern bereits ratifiziert wurde. Nur ein Beitritt sichert der Schweiz den Export in die aussereuropäischen Märkte wie Japan und USA, gibt ihr Chancen auf neu sich öff-

nenden Märkten wie beispielsweise Indien oder der Volksrepublik China und gewährleistet einen besseren Schutz der Kreativität, wie Tibor S. Pataky, Direktor des Textilverbandes, ausführte.

Das GATT wird 1995 auslaufen. Dann wird sich der Welthandel nach den neuen WTO-Regeln abspielen. Die Bearbeitung der überseeischen Märkte wird ohne WTO stark erschwert oder sogar verunmöglicht und damit stünden für die Schweiz immerhin 20% der Gesamtexporte oder rund 600 Mio. Franken auf dem Spiel. Zudem brächte sie sich um eine Menge Vorteile. Nicht-WTO-Mitgliedern drohen überdies administrative Schikanen, wie etwa die Nichtanerkennung von Ursprungszeugnissen des Ausfuhrlandes.

«Eine Stärke der schweizerischen Textilindustrie besteht traditionell darin, auf die Bedürfnisse anderer Kulturkreise in der Produktgestaltung, in der Dessinierung einzugehen», betont T. Pataky. Sie hat die Anpassungsfähigkeit ihrer Kreative längst unter Beweis gestellt, wie die Exporte in anspruchsvolle und auch schwierige Märkte zeigen. Immerhin exportiert die Schweiz doppelt so viel Textilien (ohne Bekleidung) nach Südkorea und Taiwan als wir aus diesen Ländern importieren. Für Spezialitäten und Nischenprodukte sind auch weiterhin kommerziell interessante Märkte vorhanden – eine Perspektive, die durchaus zu Hoffnungen Anlass gibt.

## TAGUNG IM TMC PARTNERSCHAFT IM MODEGESCHÄFT

Das Textil & Mode Center Zürich, grösste schweizerische Drehscheibe für den Bekleidungshandel, bemüht sich mit grossem Elan, die vorhandene Plattform eines Geschäftszentrums für einen intensiveren Informationsaustausch zu nutzen und ein Forum der Begegnung zu etablieren. Information steht im Vordergrund bei dem neugegründeten, recht aufwendig als Life-Style-Magazin gestalteten «Trend Code», das in

saisonaalem Rhythmus über die Trends in Mode und TMC-Angebot informieren soll. Auf Begegnung über die Sparten hinweg, Vertiefung in branchenbezogene Themen und Gedankenaustausch zielen in grösserem Rahmen organisierte Tagungen ab. Eine zweite derartige Schweizerische Textil- und Mode-Tagung hatte «Die Partnerschaft zwischen Mode-Anbieter und Mode-Abnehmer» im Visier.

Anbieter und Abnehmer – das schliesst im Grunde alles ein im Kreislauf des Modegeschäfts, denn immer ist einer auf dieser und jener Seite auf den Stufen der Produktion und des Handels bis schliesslich zum Konsumenten, wo die Kette abbricht. Entsprechend weit abgesteckt war denn auch der Bogen der angetippten Themen und Probleme, die die Reihe der Referenten aus der

Schweiz, aus Deutschland und England aufgriffen.

Eingehend mit der Mode und deren Entwicklung und Stellenwert am Ende des Jahrhunderts befasste sich Peter Paul Polte, Mitglied der Chefredaktion der «Textil-Wirtschaft» und Präsident des Europäischen Mode-Instituts. Der soziologisch fundierte Exkurs zeigte zwar die Zeichen der Resignation und der

zessiven Tendenzen, einer eigentlichen Modemüdigkeit auf, verteidigte aber auch die Kraft der Innovation, die – auf der Suche nach neuen gesellschaftlichen Modellen – zu neuen Moden führt. Den Wertewandel belegte auch Prof. Bruno Tietz vom Institut für empirische Wirtschaftsforschung in Saarbrücken und er beleuchtete die Konsequenzen, die sich aus den veränderten Be-

dürfnissen des Konsumenten für Handel und Industrie ergeben. Weitere Referenten gingen auf unterschiedliche Formen des Detailhandels und auf eine Neuorientierung in den Beziehungen zwischen Handel und Industrie sowie auf Umweltfragen ein, die in die Forderung nach einem verstärkten Engagement auch im Modehandel mündeten.

## TEXTILMUSEUM ST. GALLEN STICKEREI UM 1900



*Blütenzweig, Ätzstickerei auf Handstickmaschine, Anfang des 20. Jahrhunderts. Textilmuseum St. Gallen.*

Das St. Galler Textilmuseum widmet seine neue Ausstellung der textilen Spezialität par excellence aus der Region, freilich mit Blick zurück auf die Jahrhundertwende: Stickereiindustrie und Stickereientwurf um 1900.

Die Stickereiindustrie der Ostschweiz beruht auf der 1828 in Mülhausen (Elsass) erfundenen mehrnadeligen Handstickmaschine, die St. Galler Unternehmer erwarben. Nach einigen Ver-

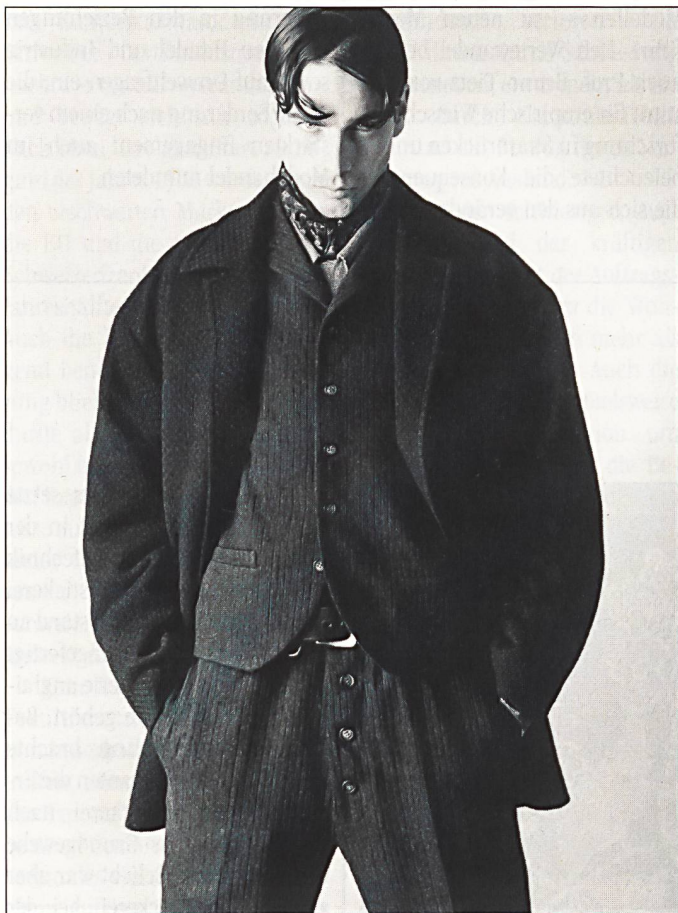
besserungen war es ab etwa 1850 möglich, die Maschinen für die Produktion von Stickereien zu verwenden. Weitere Maschinentypen und immer neue Sticktechniken führten bald zum weltweiten Erfolg dieser Nadelstickereien. Neben den mehrnadeligen Maschinen gab es die einnadelige Kettenstich- und Lorrainemaschine, die äusserlich der Nähmaschine gleichen.

Die Ostschweizer Handsticke-

rei des 18. Jahrhunderts setzte sich im 19. Jahrhundert in der neuen Stickmaschinenteknik fort. Maschinelle Weissstickerei auf Mousseline oder Tüll stand an der Spitze; häufig angefertigt wurde aber auch Broderie anglaise, die zur Bohrware gehört. Besondere Anerkennung brachte den St. Galler Fabrikanten die Erfindung der Ätzstickerei nach 1880, bei der das Grundgewebe weggeätzt wird. Beliebt war aber auch Spachtelstickerei, bei der Heimarbeiterinnen die Zwischenräume zwischen den Motiven von Hand ausschnitten.

In St. Gallen erkannte man früh, dass eine zeichnerische Ausbildung für die Stickereientwerfer eine wichtige Grundlage darstellt. Auf das Jahr 1867 geht die Gründung einer Zeichnungsschule zurück, 1878 entstand das Industrie- und Gewerbemuseum (heute Textilmuseum) und 1886 wurde für diese Institute sowie für eine Textillibothek ein eigenes Gebäude im Stadtzentrum eingeweiht, das noch heute eine überaus umfangreiche und wertvolle Dokumentation zum Thema Stickerei beherbergt.

PITTI IMMAGINE UOMO  
**ÜBERRASCHUNG IM DUNKEL(FARBIGEN)**



Farbe scheint sich als die grosse Unbekannte zu erweisen, was der Männer neue Kleidung anbelangt. Nicht dass darüber Unsicherheit bestünde – sie ist ganz einfach nicht vorhanden, so dass sich die Überraschung exquisiter und innovativer Stoffbilder gewissermassen versteckt im Dunkeln von Schwarz und schwarzhaltigen Nuancen abspielt. Zumindest vermittelt Pitti Imagine Uomo in Florenz als jeweils erste Herrenbekleidungs-Fachmesse der Saison, die sich traditions-gemäss vor allem auf die oberen Marktsegmente konzentriert, diesen Eindruck.

*Markant strukturierte Wollstoffe und dunkle Farben für die dreiteilige Anzugskombination von Stefano Chiassai.*

Überhaupt mutet man den Männern im nächsten Winter eine schwierige Mode zu, die Selbstbewusstsein erfordert, da sie nicht auf Wirkung bedacht ist, sondern Alltäglichkeit, Bequemlichkeit, sogar eine Spur von bäurischer Schwerfälligkeit oder handwerklicher Ungelenkheit vorschreibt. Vermieden wird vor allem der Eindruck des bewusst Gestalteten oder gar geschmacklerisch Gestylten. Da die raffinierten Qualitäten dieses

Trends zunächst fast verborgen bleiben in ausgeprägter Dunkelfarbigeit, offenbart sich erst bei genauem Hinsehen der Reichtum der Stoffe. Es ist eine Mode für Kenner; nur sie können den Luxus und die Raffinesse in Material und Detail rasch erspüren. Denn beides ist reichlich vorhanden in den Winterkollektionen 1995/96.

In der Tat recht winterlich erscheinen diese Kollektionen mit neuer Männermode, obgleich eigentliche Wintermäntel keine Hauptrolle spielen. Sie gibt sich aber oft zugeknöpft mit Anzügen, die kaum ohne Gilet auftreten und deren Vestons mit verkürztem Revers hochgeschlossen werden. Während voluminöse Silhouetten entstehen durch das nach wie vor aktuelle Layering, die Kombination mehrerer Teile, die nicht selten grobmaschige Pullover in dreidimensionalen Strickmustern einschliesst, sowie grosszügige Overjackets, die ebenfalls gestrickt sein können. Voluminös sind jedoch vor allem die Stoffe, üppig in Optik und Griff, dabei aber leicht und weich. Denn «soft» ist das Schlüsselwort, das passt für Material und Verarbeitung.

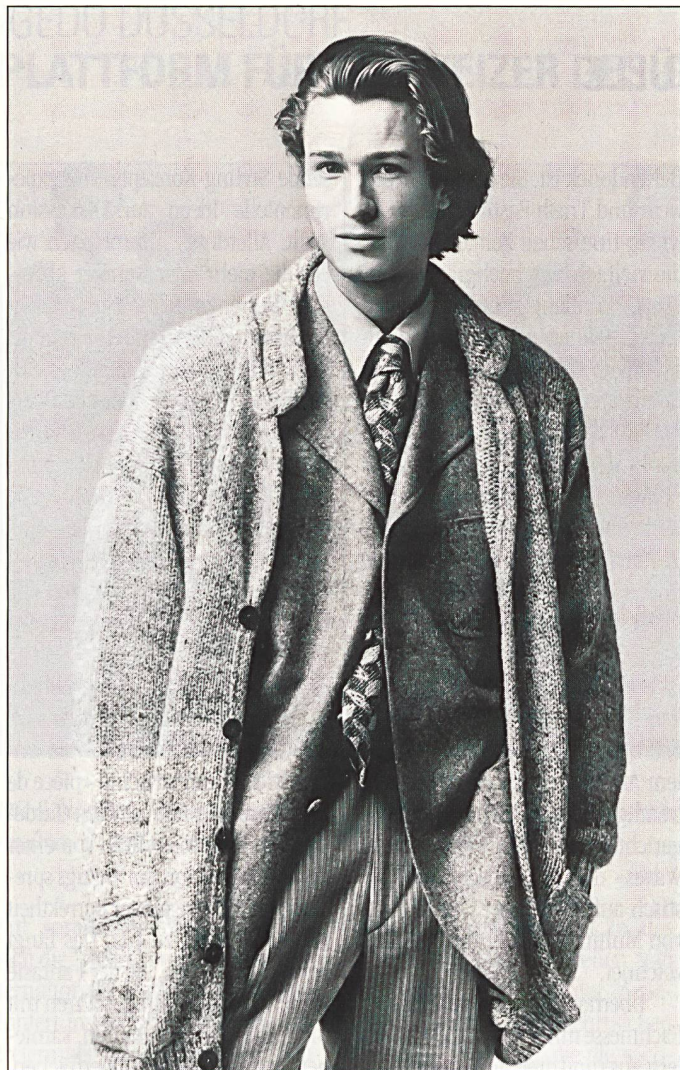
Fraglos am meisten Interesse gebührt den unerhört einfallreichen Stoffen, die mit Fantasiegarnen wie Frisé, Bouclé, Frotté, Chenille und Noppengarnen kunstvolle Handwebeeffekte, Reliefwirkung, unruhig bewegte oder samtige bis pelzige Oberflächen erzielen. Auch glatter und gerippter Samt sowie Samt mit Nadelstreifen ist überaus wichtig. Leicht filzige Stoffe, Ratinés, körnige Crêpes, Tricotine, grober Natté, Wollpiqué mit Rippen oder Rhomben, rustikaler Donegaltweed ergänzen die Auswahl



*Voluminös pelziges, aber ganz weiches Gewebe für den kurzjackigen Anzug mit Minipullover von Calugi e Gianelli.*

markanter Stoffe, während die superfeinen Gewebe den Luxus von Cashmere und Seide pflegen. Mit Farbe freilich prunken sie alle nicht. Dunkeltonigkeit herrscht vor, sie kippt mitunter in Düsterei in der Mischung von aschigen, bleiigen, erdigen und schlammigen Nuancen. Nur die Maschenmode schert manchmal aus dem schwarzhaltigen Raster aus.

Doch Pitti Imagine Uomo präsentiert auch die Gegenwart zu



## PITTI IMMAGINE FILATI GLÄNZENDER SOMMER 96

Glänzende Zeiten stehen Strickern und Wirkern im Sommer 1996 bevor. Das nicht nur, weil die Masche in der Oberbekleidung wieder einen höheren Stellenwert erhält und viele Konfektionäre mit Strickteilen ihr Angebot ergänzen, sondern vor allem der Mode wegen: Glanz – von seidig und satiniert bis spiegelnd, von irisierend bis metallisch – beherrschte in Florenz das Angebot der Spinner und verdeutlichte damit die Rückkehr zu einer neuen Eleganz.

Als Gegengewicht zu Glanz und Schimmer fanden sich am Pitti Immagine Filati Garne mit trockener Oberfläche wie Frisés und neue Crêpes, doch immer mit weichem Griff und teilweise innovativen Mischungen. Generell spielen sich im Sommer 1996 effektvolle Materialien, die von reinen Naturfaserqualitäten bis zu Kombinationen mit hohem Synthetic-Anteil reichen, in den Mittelpunkt. Superfeine Ausspinnungen kontrastieren mit rustikalen und groben, aber bauschigen Garnen, glatte mit raffinierten, kuschelweiche mit gummierten oder plastifizierten Qualitäten. Damit schliesst sich der Kreis von Naturpur und ökologischen Aspekten bis zu synthetischem High Tech und der Lust am Experiment. Sensibilität zeigt sich auch bei Qualitäten mit leicht bewegtem Aussehen, Moulinés und Melangen, Jaspés und Ondés sowie Garnmischungen mit Tencel, die in einigen Kollektionen angeboten wurden, um vor allem Viscosegarnen etwas mehr Körper zu verleihen.

Pitti Immagine Filati, die grosse Garnmesse in Florenz, bot im Februar eine Orientierung für die Sommermode 1996 und ging

dabei über Farben und Garnrends hinaus. Drei Themenkreise wurden ausgearbeitet: "Mode", "Kunst" und "Theater".

Mit feinem Gespür wurden beim Thema "Mode" die blassen, durchsichtigen Farben mit ihrer perlenartigen Lichtbrechung zu einem Stil der Eleganz vereint. Interessante Mischungen mit Leinen, Viscose, Seide oder superfeiner Wolle gewinnen durch zarten Glanz, in sich spielende metallische oder Crêpe-Aspekte, durch Ton-Ton-Ornamente, grafische und geometrische Muster und neue Jacquards. Anklänge an das Deauville der 20er und 30er Jahre bringen Spannung.

"Kunst" wird als Kunst der Farben interpretiert. Es schillert und glänzt und schafft damit eine lebhaftere Atmosphäre, die durch raffinierte Garnkompositionen mit Synthetics noch betont wird. Sonia Delaunays geometrische Formen standen Pate, akzentuiert durch Glänzendes bis hin zu Lack und Plastik. "Theater" lässt sich von den dunklen, neutralen Farben und Schatten inspirieren, die durch Schillerndes und Transparentes erhellt werden. Die Vorliebe zum Modernen und damit zu neuen, bauschigen Garnen mit Noppen und Moulinés sowie zu Glänzendem bricht sich Bahn.

Anlehnungen an Zen, an Japan und mittelalterliche Ideen werden in klaren, langen, quadratischen Strickteilen sichtbar.

dieser anspruchsvollen Mode mit den avantgardistischeren und jüngeren Kollektionen von «L'altro uomo» und vor allem mit den in eigener Halle untergebrachten frechen «Streetstyles». Sie lieben Glanz und Plastic, Gummiertes und Beschichtetes, bringen Ironie ins Spiel und schrecken vor schrillen Tönen und Kitschfarben nicht zurück. Eine Kostprobe davon gab auch eine unterhaltsame Schau mit Modellen junger Designer, die in den Londoner Trendläden «Sign of the Times» vertreten sind und die Aufschluss geben über die modische Identifikation der Jugendszene. Als Gegenspieler dazu wiederum wirk-

*Modischer Mix mit Tweed-Strickjacke, Donegal-Veston aus reinem Cashmere und Cordbose von Ermenegildo Zegna.*

te Valentino mit der Vorführung seiner Boutique- und Oliver-Kollektion in aufwendigem Rahmen. Dreissig Jahre nach seiner letzten Schau in der legendären Sala Bianca des Palazzo Pitti kehrte der Römer Modeschöpfer mit diesem Auftritt in die Stadt seiner ersten Erfolge zurück.

## MÄNNERMODE IN PARIS ZWISCHEN GEHROCK UND PLASTIKHÜLLE

Die Männermodeszene steht der weiblichen bald in nichts mehr nach, nicht in Umfang und Ausdehnung und nicht in der Komplexität und Gegensätzlichkeit der Multitrends. Anschauungsunterricht dafür mit Bezug auf den Winter 1995/96 bot Paris anlässlich des Salon International de l'Habillement Masculin (Sehm) und der Défilés des Créateurs, die unmittelbar an die Haute-Couture-Präsentationen anschloss.

An die drei Dutzend Schauen

der Männermode-Designer, die in Paris ansässig sind oder zu dem Zweck angereist waren, hetzten Presse und Einkäufer durch die ganze Stadt (einen «selbstmörderischen Zirkus» nannte das der «Figaro»), besammelten sie in allen möglichen und unmöglichen Lokalitäten. Letztere – ein Sportstadion oder leicht verkommene Etablissements des Pariser Nachtlebens – werden vor allem von der jungen Avantgarde bevorzugt, deren neue Kultfigur der Belgier Walter van

Beirendonck ist. Sie bereitet Streetwear und Trash Fashion auf zu oft witzig-ironischen Zeitgeist-Outfits, die vielfach aus hochglänzendem Vinyl, knalleng umspannendem Latex, grellfarbigem Plastic, durchsichtigem Cellophan und Chemiefaserstoffen mit metallglänzender Techno-Beschichtung bestehen. Von sogenannter normaler Männerbekleidung ist das alles meilenweit entfernt.

Dennoch ist der Sog der Strasse und der Jugendkulturen modisch nicht zu unterschätzen, zumal der Sehm mit weitgehend kommerziellem Angebot eigens einen jungen, trendigen Ausstellungsbereich eingerichtet unter dem Motto «Street Waves» und ihn optisch und akustisch auffällig, unter Grosseinsatz von Multimedia-Technik, gekennzeichnet.

Überhaupt hat sich die Pariser Fachmesse mit knapp 1 100 Ausstellern aus rund dreissig Ländern (mit der stattlichen britischen Vorherrschaft von 202 Firmen) in ihrem Auftritt verjüngt mit vergrössertem «Univers Jeans» und ausgebautem «Nouvel Espace», der zukunftswei-

sende Styling-Konzepte und experimentelle Ideen zur Diskussion stellt. Allerdings nimmt nach wie vor die mehr oder weniger klassische Herrenkonfektion unter dem Stichwort «Ville Couture» mehr als die Hälfte des Sehm-Angebots ein. Da halten sich die modischen Veränderungen in Grenzen, und die Silhouetten befehligen sich eines unauffälligen Chics, dem neue Mottos zugeordnet sind wie «élégance décomposée» oder «Casual correctness». Sie desavouieren alle Unkenrufe, die den Anzug unentwegt totsagen.

Aber nicht nur die Konfektion, auch die Designer kümmern sich um diese althergebrachte und immer wieder aufgefrischte «pièce de résistance» der männlichen Garderobe. Freilich muss man von einer neuen Generation des Anzugs sprechen, die mit eingeübter Korrektheit nicht mehr viel zu hat. Das fängt bei den Stoffen an, die der Fantasie jeglichen Spielraum gewähren mit markanten Webstrukturen, samteten und flauschigen Oberflächen, Crêpe-, Rippen- und Maschenbildern. Und dieses Demontieren herkömmlicher Eleganz setzt sich fort im unkonventionellen Kombinieren des Anzugs mit Sporthemd, tailenkurzem, grobgestricktem Pull-over oder mit Westen in jeglicher Form plus Overjacket.

Typisch für den neuzeitlichen «Casual Chic» ist auch die überall auftauchende längere oder kürzere Redingote, die ohne Anzugveston bloss über Gilet und Hemd oder Kasak getragen wird. Solche lässig abgewandelte Dandy-Allüre mit «Gehrock-Eleganz» steckt am einen Ende den Bogen der Männermode ab, der am anderen Ende in eine bunte Strassenmischung mündet.



1. Redingote über bedrucktem Satin-Kasakhemd von Dirk Bikkembergs.

2. Kombierter Anzug mit hochgeschlossener Weste von Maurizio Bonas.

Zeichnungen: Christel Neff

## IGEDO DÜSSELDORF PLATTFORM FÜR SCHWEIZER DESIGNERINNEN



Die Schweizer Designerinnen (von links nach rechts) Simone Klemm, Stefania Samadelli, Erica Matile, Andrea Hostettler, Anja Boije und Ida Gut. (Foto Piatti).

Auf vorbildliche Weise kümmert sich die Igedo Company um die internationale Designer-Szene und fördert insbesondere auch die Vertreterinnen und Vertreter einer neuen Modegeneration. Durchaus grosszügig geschieht das, wenn auch natürlich nicht ganz uneigennützig, denn die verschiedenen In-

itiativen sind eingebettet in das Düsseldorfer Messegeschehen und erhöhen die Attraktion der Messveranstaltungen. Umgekehrt sichert aber diese Plattform, die die wichtigste europäische Modemesse bereitstellt, den präsentierten Designern von vornherein eine gewisse Beachtung von seiten des Fachpu-

blikums und eine Resonanz in der Fachpresse. Genau das brauchen junge Talente in besonderem Mass, denn der Schritt aus dem engen Umfeld der eigenen kreativen Wurzeln an die internationale Mode-Öffentlichkeit gelingt höchst selten ohne Anstoss und Hilfestellung.

Die Chance eines solchen An-

stosses haben nun junge Schweizer Designerinnen von der Messeleitung bekommen. Zur März-Veranstaltung der Igedo sind sechs Modemacherinnen, zwei Einzelgängerinnen und zwei Zweierteams, in den Creativ Club der Düsseldorf Gallery (dem Bereich mit besonders modischem, innovativem Angebot) eingeladen worden; sie können dort ihre Kollektionen (ohne Standmiete) anbieten und sich an der Creativ Show der New Fashion Generation profilieren.

Für den Auftritt im Igedo-Rampenlicht ausgewählt worden sind Ida Gut (Marke «Rundum») und Erica Matile, die sich in der Schweiz bereits einen Namen gemacht (und in «Textiles Suisses» öfters aus Schweizer Stoffen realisierte Ideen präsentiert) haben. Ausserdem stellen die Duos «Viento» mit Anja Boije und Andrea Hostettler sowie «Paradis des Innocents» mit Simone Klemm und Stefania Samadelli die Schweizer Delegation in Sachen Mode auf der Düsseldorfer Drehscheibe der Modegeschäfte.

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