



## 100

**EIN JAHRHUNDERT  
TEXTILREVUE**

Nylon, Jeans und T-Shirts –  
das waren die 1950er-Jahre

**NACHFOLGEREGELUNG**

Wie gelingt der Generationenwechsel  
in Familienbetrieben?

**TRENDREPORT HERBST/  
WINTER 2021/22**

Analyse der internationalen  
Designerkollektionen

# DIE KRISE ALS KRISE



Je länger die Pandemie anhält, desto kritischer stehe ich dem ursprünglich vorherrschenden Optimismus gegenüber. Budgetkürzungen verhindern wichtiges Ausprobieren, Kurzarbeit verunmöglicht Raum für kreatives Denken, Entlassungswellen schränken ein, Zukunftsängste lähmen und folglich bleibt die Weiterentwicklung auf der Strecke. Bei vielen Unternehmen und Selbstständigen geht es nun nur noch ums nackte Überleben, die «Krise als Chance» wurde zur «Krise als Krise».

Mit Schönreden ist niemandem geholfen. Mit Schwarzmalen allerdings auch nicht. So nehmen wir in dieser Ausgabe Beispiele in Augenschein, die Kraft und Hoffnung geben mögen. Zum Beispiel die Erfolgsrezepte von Familienunternehmen, die Generationenwechsel mit Bravour meistern. Oder die Corporate Social Responsibility Managerin der Outdoor-Marke Pyua, Daniela Hochmuth, die unbeirrt ihrer Vision einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft nachgeht.

Von einer Reise auf die Galapagosinseln, wie es sich Designerin Nagehan Dobler wünscht, dürfen wir derweil alle nur träumen, und uns mit unserer Jubiläumsrubrik in die 1950er-Jahre zurückversetzen und merken: Das Leben war auch früher nicht immer einfach.

Mit positiven Wünschen, Noémie Schwaller

1951 –  
1960

100

**100 JAHRE  
10 DEKADEN  
10 AUSGABEN**

**AUFKOMMEN DER JUGENDSZENEN  
TEXTILE HÄPPCHEN DER  
1950ER-JAHRE**

**MARSCH NACH BERN  
KOLUMNE VON STEFAN KELLER**

**ZWISCHEN DEN ZEILEN  
AUSZÜGE AUS HISTORISCHEN  
TEXTILREVUE-AUSGABEN**

**LOOK DER DEKADE  
WEITERBILDUNGSKLASSE  
THEATERSCHNEIDER/INNEN  
MODECO: «NEW<sup>2</sup> LOOK»**



# VOM NEW LOOK ZUM PERFECTO TEXTILE HÄPPCHEN DER 1950ER-JAHRE

(Text) Noémie Schwaller

Es war eine aussergewöhnliche Zeit in der Modegeschichte: Zum ersten Mal kleideten sich die Jungen nicht mehr wie ihre Eltern, das Aufkommen von Jeans und T-Shirt als Alltagskleidung prägte die Jahre. Neue Lebensweisen, u.a. mit der Berufsarbeit der (Haus-) Frau und dem Verschwinden der Diensthilfen im technisierten Haushalt neu mit Waschmaschine, stellten seit Beginn des 20. Jahrhunderts neue Ansprüche an die Alltagskleidung. Dazu gehörten Waschbarkeit, Pflegeleichtigkeit und Tragekomfort.

In der Mode gab es eine klare Geschlechtertrennung. Während sich die Menswear in Richtung eines legeren Alltagsstils bewegte, legte die Womenswear den Schwerpunkt auf Eleganz, Formalität und perfekt aufeinander abgestimmte Accessoires. Die Couture-Damenmode erlebte einen rasanten Wandel mit neuen Designern wie Cristóbal Balenciaga und Hubert de Givenchy, die die allzu weibliche Silhouette von Christian Dior durchbrachen, während neuartige Drucke und Farben eine Verspieltheit sowohl für Männer als auch für Frauen markierten. Der Hut blieb bei allen Gelegenheiten und für alle Bevölkerungsgruppen sehr präsent.

Die Konfektion ab Stange setzte sich zuerst in den Städten durch. Auf dem Land ging derweil der Konfektionsreisende von Haus zu Haus, bis nach 1950 Modeläden und Boutiquen auch in den Dörfern Modisches präsentierten. Die Bekleidungsindustrie begann sich auch für das thermische Verhalten von Stoffen und deren Luftdurchlässigkeit zu interessieren und experimentierte mit ersten Kunstmaterialien wie Kunstseide, Viskose und verschiedenen Webarten. Diese ermöglichten Varianten von Gesundheits- und Rheumawäsche oder Spezialstoffe für Sportbekleidung.

Die Männergarderobe hatte sich nach dem Zweiten Weltkrieg nicht so dramatisch verändert, und wenn, betraf sie nur die wohlhabende Oberschicht. Heraus stach der schlichte graue Flanellanzug. Insbesondere in Amerika wurde abseits offizieller Anlässe das Hemd mit offenem Kragen ausserhalb der Hose getragen. Polynesien war das Traumziel für Nordamerikaner, das «Hawaii»-Shirt stand sinnbildlich dafür. Diese Tiki-Mode



Bongénie organisiert Anfang der 1950er-Jahre hauseigene Modeschauen, um die eingekauften Kollektionen zu präsentieren. (Bild: Bongénie Grieder/Brunschwig Group)

eroberte nicht nur die Kleidung, sondern auch Dekoration und Lebensstil. Rumgetränke inspirierten zum kürzeren «Cocktailkleid», Surfen breitete sich inklusive Musik und Haarstil von Hawaii über Kalifornien bis nach Biarritz aus.

Stellte die New-Look-Silhouette wieder einmal ein Hindernis für die Bewegungsfreiheit des weiblichen Körpers dar, sah die Realität der Streetwear anders aus. Das Jahrzehnt popularisierte ein seither wesentliches Kleidungsstück aufgrund von Ästhetik, Komfort, Haltbarkeit – und Unisex: die Jeans. Die Kombination mit weissem T-Shirt wurde von Hollywoodstars abkopiert. Diese hatten auch grossen Einfluss auf die Akzeptanz der Lederjacke bei Teenagern, unter deren grossen Vielfalt der Per-

fecto eine besondere Bekanntheit erlangte: Er war die Bikerjacke schlechthin und das Outfit von Rockern, die sich den Kleidungsstil ihrer Liebessänger wie Elvis Presley aneigneten.

Ob Rocker, Mods mit ihrer kalkulierten Eleganz, Pin-ups, Beatniks oder Teddy Boys, die Jugendszenen stellten die gleichen Fragen: Junge Menschen suchten nach einer neuen Art sich zu definieren, sich abzuheben und die Erwachsenen zu konfrontieren.

**Quellen:**  
Historisches Lexikon der Schweiz (HLS)  
Historisches Museum Basel  
Les Éditions Textuel,  
«Histoire des Modes et du Vêtement», 2018  
Stefan Keller, «Spuren der Arbeit – Von der Manufaktur zur Serverfarm», 2020

# 1951

Die Textil-Revue fordert eine Wollpreisstabilisierung, berichtet über 600 Jahre zürcherische Seidenwebereien, das Fabrikationsprogramm der Schaffhauser Strickmaschinenfabrik, Air Conditioning in der Textilindustrie, erstellt ein «Mustermesse Horoskop!» und fragt: «Können Bestellungen annulliert werden?».



Stoffbahn, Taco AG, Baumwolle, Leinwandbindung, Maschinendruck. (Bild: Sammlung Seidenwebschule Zürich, Textilmuseum St. Gallen)

Vor 200 Jahren: Nach Auflösung des Bistums Konstanz gelangt dessen Schlossanlage in den Besitz von Franz X. Stoffel. In den Schlossräumen entsteht die Seidenbandweberei Stoffel & Söhne, mit 200 Beschäftigten der erste Industriebetrieb. Um 1850 gründet A. Heine die weltweit zweitgrösste Stickereifabrik mit 2200 Beschäftigten und ebenso vielen Heimarbeitern in Arbon.



Vor 100 Jahren: Das Schweizer Luxusmodehaus Bally wird 1851 als Schuhfabrik «Bally & Co.» in Schönenwerd von Carl Franz Bally und seinem Bruder Fritz gegründet. Diese Fabrik geht aus dem vom Vater übernommenen Betrieb hervor, einer Gummiband- und Hosenträger-Manufaktur. 1860 beschäftigt Bally bereits mehr als 500 Arbeitende.



**1939 kostete Wolle 3,50 Franken per Kilo. Dieselbe Qualität lag 1950, vor dem Koreakonflikt, bei 12 Franken, im März 1951 bei 34 Franken per Kilo.**

Das T-Shirt, das seinen Namen der T-Form verdankt, war ursprünglich Unterwäsche. Ohne zusätzliche Kleidungsschicht getragen, provoziert und entspannt es: Komfort steht an erster Stelle. Die Popularisierung von Jeans und T-Shirt ist auf das Kino zurückzuführen, wie mit Marlon Brando im Film «A Streetcar Named Desire» (Endstation Sehnsucht), 1951.

# 1952

Die Textil-Revue berichtet über den amerikanischen Ladenschluss um 21 Uhr, Textilien im neuen französisch-schweizerischen Handelsvertrag (immer noch Kontingentschutz für bedruckte Stoffe), bessere Zusammenarbeit in der schweizerischen Stickereindustrie, die Entwicklung der Arbeitszeitregelung in der Schifflistickerei von 1918 bis 1951 und fragt: «Warum Marsch nach Bern?».

Nach dem Krieg erlebt die Baumwollindustrie vorübergehend einen starken Aufschwung; die Nachfrage nach Baumwolltextilien ist gross. Doch in den 1960ern brechen die Preise für Textilien wegen der Billigeinfuhren aus dem asiatischen Raum ein.

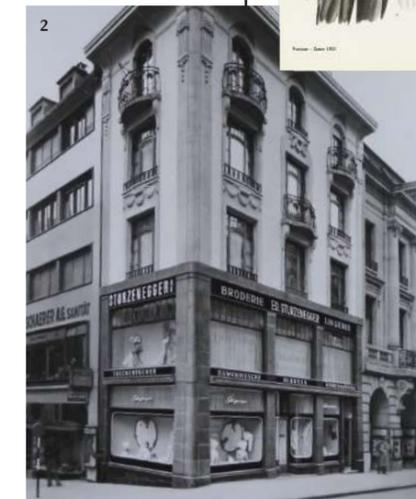


Zur Hochzeit von Silvia Kruss und Peter Hiltbold bestickt Lissy Funk dieses ursprünglich zu einem Bettbezug gehörende Tuch als Tischdecke. In der Art eines Lebensbaumes wachsen Blütenranken mit Vögeln, Haus und tanzendem Paar. Zürich, 1952. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist selbst genähte Unterwäsche Teil der Aussteuer bürgerlicher und bäuerlicher Bräute. Erst nach 1950 setzt sich die pflegeleichte baumwollene Rundstrickware der einheimischen Industrie durch. Von Designern entworfene, bestickte seidene Dessous liegen ebenso im Trend berufstätiger jüngerer Frauen wie der Body. Das einstige Nachtwand (-hemd) für Mann und Frau erhält seit den 1920er-Jahren im Pyjama einen bleibenden Konkurrenten.



Fachzeitschrift für Schneiderei, Frühjahr-Sommer 1952, Nr. 4, 5 und 6, anonym, nach Monogrammist DB (Modekünstler). (Bild: Rijksmuseum)



1952 gründet der Ägypter Gaby Aghion – bei seiner Ankunft in Paris von der französischen Mode enttäuscht – die Luxus-Konfektionsmarke Chloé, um Frauen die Möglichkeit zu bieten, hochwertige Kleidung zu kaufen, ohne die langwierigen Anproben zu durchlaufen, die High-Fashion-Modelle erfordern. Die Marke wird in mehreren Geschäften vertrieben, bevor ein erstes eigenes eröffnet wird. Ab den 1960ern zieht Chloé junge talentierte Designer an, darunter Karl Lagerfeld, der fast 20 Jahre für das Haus arbeitet.

# 1953

Die Textil-Revue berichtet «Ein Virus rettet einen Kontinent», schreibt über «Coronation»-Farben für Herren, den Kleinhandel im Existenzkampf, Krawatten aus Glas, den neuen Fayolle-Ancet-Rundwebstuhl, Ladenschlussdiskussion ohne Ende, «Es lächelt der See, er ladet zum Bade... und wir zeigen die Mode für seine Gestade» und fragt: «Wird die Schweiz 1953 dem GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) beitreten?».

Auf dem Areal der Firma Daniel Jenny & Cie. wird weiterhin gearbeitet: Im ehemaligen Pferdestall betreibt die Gemeinde Enneda einige Jahre den Werkhof, und im ehemaligen Spinnerei- und Webereigebäude wird die Produktionsstätte der 1953 gegründeten Metallwerkstatt Hans Eberle AG eingerichtet.



1 – Audrey Hepburn fährt am Set von «Roman Holiday» einen Motorroller. (Bild: John Springer Collection/Corbis via Getty Images)

2 – Fotografin unbekannt. «Ladies of Vinyl», ca. 1950er Jahre. (Bild: Pinterest)



Für die Hauptrolle der amerikanischen komödiantischen Romanze «Roman Holiday» von William Wyler waren Stars wie Elizabeth Taylor oder Jean Simmons im Gespräch. Stattdessen erhält die völlig unbekannte Audrey Hepburn die Rolle der aus ihrem königlichen Leben weggelaufene Anya Smith, alias Prinzessin Ann, neben Gregory Peck in der Rolle des Journalisten Joe Bradley. Der Kassenschlager macht die 24-Jährige über Nacht zum Star und zur Stilikone.

Brigitte Bardot posiert 1952 in der Zeitschrift Elle (gegr. 1945) in Konfektionskleidung. Ihre Berühmtheit ermöglicht es, diese neue Einkaufspraktik zu popularisieren. Tatsächlich widmet Elle ab 1953 eine Ausgabe pro Jahr dem Prêt-à-porter, während Vogue 1956 eine Sonderausgabe herausbringt. Die Fédération de la Haute Couture et de la Mode stellt jedoch eine gewisse Zurückhaltung unter den französischen Frauen fest: 1955 kaufen nur 40 Prozent der französischen Frauen gegenüber 95 Prozent der Nord-Amerikanerinnen Konfektionskleidung. Die Haute-Couture-Tradition kann das Fortschreiten des Prêt-à-porters aber nicht verhindern. 1957 weicht die Fédération im Grand Palais in Paris den offiziellen Prêt-à-porter-Salon ein.

# 1954

Die Textil-Revue berichtet über Sinn und Unsinn des Abzahlungsgeschäftes, Mottenschäden an Chemiefaser-Textilien, über Schiffstickerautomaten, das bedruckte Taschentüchlein und fragt: «Wie war der Farblehrkurs der Textil-Revue?».

Ab Mitte der 1950er erscheint ein neuer, nicht angepasster Kleidungsstil als Alternative zur mit dem New Look verbundenen engen Taille und dem vollen Rock. Vogue benennt das gestrickte Hemdchen «T-Shirt-Kleid», und Pariser Designer beginnen, diese Mode in Haute Couture zu verwandeln. Der Spanier Cristóbal Balenciaga zeigt in Paris bereits 1951 unangepasste Anzüge und ab 1954 auch unangepasste Kleider.



Seide, 1950er-Jahre, Gebr. Nät AG. Körperbindung, Atlasbindung, Zürich. (Bild: Sammlung Seidenwebschule Zürich, Textilmuseum St. Gallen)



Der französische Designer Jacques Fath experimentiert häufig mit Falientechniken, wie an dem auffälligsten Teil dieses Kleides deutlich zu sehen ist. Kleid mit plissiertem Volant. Catharina Krusveldt-de Mare, ca. 1948 - 1954. (Bild: Rijksmuseum)

SHORTS SIND IN DEN FRÜHEN 1950ER-JAHREN SEHR KURZ. BERMUDAS IN MITTLERER OBERSCHENKELLÄNGE ERSCHEINEN UM 1954 UND BLEIBEN FÜR DEN REST DES JAHRZEHTS IN MODE.

Coco Chanel feiert ein Comeback nach der Schliessung ihres Hauses zu Kriegsbeginn. Ein wichtiger Look der späten 1950er ist der Chanel-Anzug mit Strickjacke mit Bortenbesatz und Rock in A-Linie. Es ist wieder die Suche nach Komfort, die ihre Kreationen definieren.

# 1955

DER FRAUENANTEIL IN DEN TEXTILFABRIKEN SINKT VON 65,3 PROZENT 1929 AUF 58,2 PROZENT.

1886 vom Kaufmännischen Verein Zürich erworben, wurde der Alte Seidenhof – die von David und Heinrich Werdmüller 1592 für über 5200 Gulden errichtete erste Zürcher Seidenfabrik – 1892 zu dessen Vereinshaus umgebaut. 1918 erfolgte der Verkauf an den Verein für freiwillige Einwohnerarmenpflege; später ging er ins Eigentum der Immobiliengesellschaft zum Seidenhof Zürich AG über. 1955 wird das einst prunkvolle Zürcher Privathaus abgebrochen und an dessen Stelle das Verwaltungsgebäude von Jelmoli am Steinmühleplatz erstellt.



1 – Ein Modell trägt ein ärmelloses Trägerkleid mit üppigem Stickereibesatz an Ausschnitt und Saum, hergestellt von der Rebsteiner Firma Jacob Rohner, 1950er-Jahre. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)

2 – Fussballschuh von Künzli SwissSchuh, 1961.

Bei Künzli SwissSchuh AG tritt der Sohn Kurt Künzli als diplomierter Schuhtechniker in die Firma ein und ein Jahr später wird das neue Fabrikgebäude in Windisch bezogen. Es dient bis heute als Firmensitz und Produktionsstätte.



3 – Foto eines Geschäftslokals, Ed. Sturzenegger AG, bezieht sich auf Foto Gross AG, St. Gallen Stadt, 1950er-Jahre. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)

# 1956



Pull-over, «Damigella»-Stiletto mit Obermaterial aus elastischer Seide, Stilettoabsatz mit Ziegenleder gefüttert. Modell entworfen von Salvatore Ferragamo für Sophia Loren, 1955-1956.

Die Textil-Revue berichtet über die Tagung der Textilchemiker und -coloristen (VTCC), die Bedeutung der Drahtqualität für den Kratzenbeschlag, schmutzabweisende Teppiche, «Kupplungskaufverpflichtungen» bei der Baumwollartikel-Einfuhr in Französisch-West- und Äquatorialafrika und fragt: «Neue Saison – neue Mode?» sowie «Muss Werbung Geld kosten?».

Weisser und schwarzer Lederschuh mit spitzer Nase, Figli Porta, ca. 1956 - 1960. (Bild: Rijksmuseum)



Das exportorientierte Strickereiunternehmen «Swan Brand Knitting Works Switzerland» der Firma Ryff versucht während des Kriegs selbst bei hoher Kriegsinflation mit modernen Marken den Wäschemarkt zu erobern. 1951 noch lanciert sie die neuzeitliche Qualitätswäsche «Swanettes». Die Wolle ist dekatiert und mit Mithin veredelt, sprich mottenecht und nicht eingehend. Doch die Geschäfte stagnieren und brechen 1955 endgültig ein. 1956 kauft die Stadt Bern das Ryff-Areal nach Volksabstimmung über den 1,8 Millionen-Kauf für die Erweiterung des Marzilibades und den Bau der Gaswerkbrücke. 1957 wird die Firma liquidiert.

Vögele wird ein Schuhversandhandel mit der ersten Filiale für Schuhmode. Das Unternehmen wurde 1955 als Charles Vögele GmbH von Charles Vögele und seiner Ehefrau Agnes gegründet und verkauft zunächst Spezialkleidung für Rollerfahrer.

# 1957

Die Textil-Revue berichtet über die Schweizer Hutwoche, «Frühling, Freundlichkeit und frohe Ereignisse», Fehler bei Färbekreuzspulen, die Liquidation der AG Florettspinnerei Ringwald, Berechnungen an Zwirnmashinen, sagt: «Man muss schon mehr tun als üblich ist», «Das Elsass kauft in Baden!» und fragt: «Mehr Freizügigkeit für den Export nach Deutschland?»

1 – Das Unternehmen Isa Bodywear setzt als erstes in der Schweiz die Materialien Helanca und Nylon ein – die Herrenunterwäsche wird bunt. (Bild: Isa Bodywear, 1960)



2 – Zwei Couture-Kreationen aus den 1950ern der Modedesigner Carven und Pierre Balmain im Pariser Palais Galliera, als Teil einer Ausstellung über französische Mode zwischen 1947 und 1957. (Bild: Stephane De Sakutin/AFP via Getty Images)



3 – Tsai Chin, asiatische Schauspielerin, die gerade die Dreharbeiten zu ihrer ersten Filmrolle, der Rolle der Primrose in Violent Playground (1958), beendet hat, abgebildet zu Hause in Hampstead, London, 26. November 1957. (Bild: Charles Ley/Mirrorpix via Getty Images)

**Bis 1957 haben die Anzüge leicht taillierte Jacken, die bis knapp unter die Taille reichen. Nach Balenciagas Vorbild werden Chemise-Kleider ohne Taillemnähte gerade, nicht tailliert oder im Prinzessinnen-Stil mit einer leichten A-Linie beliebt. Das ärmellose Kleid in Prinzessinnenform wird als Skimmer bezeichnet, die taillierte Variante als Etuikleid.**

Vor 100 Jahren siedelt Josef Sallmann – Strumpfwirker aus Limbach und als Teilnehmer des Dresdner Aufstands steckbrieflich gesucht – nach Amriswil über und baut dort ein Trikotwaren-Imperium auf. Sallmann gilt als Pionier der mechanischen Wirkerei in der Schweiz, wobei er einen Teil seiner Stoffe aus Sachsen importiert, bevor er die eigene Produktion aufnimmt. Er stellt Handschuhe aus verschiedenen Materialien und Kleider aus Wolle her. Heute produziert die Firma Unterwäsche unter dem Markennamen Isa Bodywear.

# 1958

Die Textil-Revue berichtet über einen 100 Meter langen Reissverschluss, junge Mädchen in Sack und Hose, Schirmmützen in rationeller Fertigung, Textilindustrie und Luftfracht, den Siegeszug nahtloser Damenstrümpfe, den Mangel an hochwertigen Herrenanzügen und einheimischen Fachkräften, «Die Mode bleibt kurz» und fragt: «Westdeutsche DOB-Kapazitäten zu gross?»



Cocktailkleid, das der typischen Abendmode der 1950er entspricht: ein weiter in Falten gelegter Petticoatrock mit schulterfreiem, zur Korsage gearbeitetem Oberteil. (Bild: Forster Willi & Co, St. Gallen Stadt, 1958, Textilmuseum St. Gallen)

Der stereotype «Beat»-Look mit Sonnenbrille, Baskenmütze, Rollkragenpullover und schwarzer Kleidung bietet eine modische Alternative für Jugendliche beiderlei Geschlechts.

Vor 100 Jahren richtet H. Hauser in Münigen Tuchwalke und Seidenzwirnerie ein; 1911 geht es an Rügger & Cie., 1924 an V. Klaus-Wildi. 1929 ändert der Markenname zu «Calida»; 1941 Umwandlung in die Strickwarenfabrik Sursee AG.



Die Firma Hohlenstein (Glarus) produziert Stoffe im Auftrag der Basler Handelsgesellschaft. Sie wurde 100 Jahren zuvor als Missions-Handlungs-Gesellschaft gegründet, um die Missionsstationen im heutigen Ghana und Südindien mit europäischen Waren zu versorgen. Bald gelangen afrikanische Erzeugnisse wie Kakao, Baumwolle und Palmöl nach Europa. 1928 löst sich die nun «Basler Handelsgesellschaft» genannte Gesellschaft von der Basler Mission, führt aber nach wie vor einen Teil des Gewinns für die Missionsarbeit ab.



Am 3. Juli geht in St. Gallen die frisch gegründete Verlagsfirma Textolux AG daran, die eben aus Zürich übernommene Textil-Revue mit neuem redaktionellem und geografischem Gesicht herauszubringen.

**Yves Saint Laurent, Diors Protegé und Nachfolger, stellt die «Trapez-Linie» vor und fügt so dem Chemise-Kleid eine neue Dimension hinzu.**

# 1959

Die Textil-Revue berichtet über erneuten Ernteüberschuss an Rohbaumwolle, die Front gegen Billigpreisimporte, «Zollpolitische Solidarität stellt Anforderungen», «Frühlingputzete beeinflusst Wollhadenmarkt», «Man spricht von Shopping Centers in der Schweiz», die Haute Couture im Zeichen der Chemie und fragt: «Sind Sie so gewitzigt wie die Frauen in Minneapolis?»



DIE MARKE SCHLOSSBERG SWITZERLAND MIT EINEM EIGENEN LOGO ENTSTEHT. DEN GRUNDSTEIN LEGT DIE FAMILIE WINKLER BEREITS 1833 MIT DER ERSTEN MECHANISCHEN BAUMWOLLSPINNEREI IN TURBENTHAL. DAS WERTEORIENTIERTE UNTERNEHMEN – HEUTE MIT HAUPTSITZ IN ZÜRICH UND NOCH IN FAMILIENBESITZ – IST DAS ERSTE, DAS BETTWÄSCHE FARBIG BEDRUCKT.

Ein neuer «Bri-Nylon»-Stoff wird von den British Nylon Spinners eingeführt. Als einer der ersten leicht zu waschenden und tropftrocknenden Stoffe ist er beliebt für Intimbekleidung, insbesondere für Korsetlets, die detailliert mit Stäbchen, Paneelen und verschiedenen Stoffen in unterschiedlicher Elastizität konstruiert werden.

1 – Das letzte Fuhrwerk von Schlossberg, 1878. (Bild: Schlossberg Switzerland AG)

2 – Diese modisch gekleideten Teenager warten in einem Ladeneingang in Bracknell, Berkshire. (Bild: Daily Herald Archive/Sppl via Getty Images)

3 – Die Bluse von Gerda Knöpfel gewinnt den 1. Preis im Druckwettbewerb des Schweizer Heimatwerks. Gedruckt wird mit Farben der Firma Hartmann, Zürich, 1960. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)



Am 29. September wird das Umstandskorsett patentiert, das eine Ausdehnung in der vertikalen Richtung des Unterleibs vorsieht. Das Vorderteil dieser Umstandsunterwäsche besteht aus einem hohen Mass an Elastizität, sodass sich die Frau auch bei extremer Dehnung noch wohl fühlen könne.

# 1960

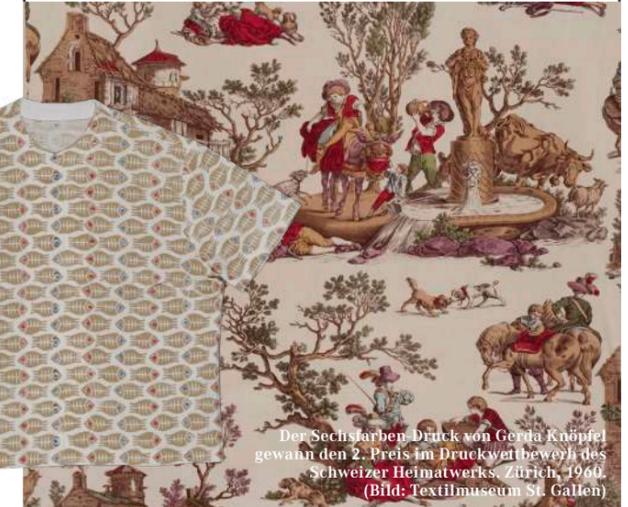
Die Textil-Revue berichtet über die Griesgrämigkeit in unserer Zeit, neue dänische Herrengrößenbezeichnungen, erstmals rückläufige Kunstfaserproduktion und fragt: «Ist Modefarbe Laune oder Willkür?», «Ist (Unvernunft) ein Privileg der Frauenmode?» sowie «Ausverkauf der Verkaufszeiten?».



CHRISTIAN FISCHBACHER KNÜPFT ERSTE KONTAKTE MIT DER HAUTE COUTURE IN PARIS UND UNTERHÄLT BALD EINEN WELTWEITEN VERTRIEB VON EINRICHTUNGSTOFFEN.

Der Modedesigner Valentino Garavani gründet zusammen mit seinem Geschäfts- und zeitweiligem Lebenspartner Giancarlo Giammetti das italienische Modeunternehmen Valentino S.p.A in Rom, nachdem Valentino ab 1959 beim Aufbau eines eigenen Unternehmens in finanzielle Schwierigkeiten geraten war.

Der Dekorationsstoff steht in der Tradition der französischen Toile de Jouy: Christophe-Philippe Oberkampf beginnt in den 1760ern in Jouy-en-Josas mit der Produktion dieser ursprünglich rot oder blau bedruckten Baumwollstoffe. Die Stoffe erlangen rasch grosse Beliebtheit für Kleidung und Raumausstattung. In Rouen, Nantes, Mulhouse und Marseille entstehen weitere wichtige Manufakturen. Das Druckverfahren erlaubt sehr fein gezeichnete Muster wie Chinoiserien, Blumen oder pastorale Szenen. Diese werden bis heute weltweit teilweise unverändert nachproduziert – wie der hier gezeigte Stoff mit einem Reisenden in romantisch-ländlicher Landschaft mit Eseln und Kühen aus den 1940ern. JAB Anstoetz, um 1960. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)



Der Sechsfarben-Druck von Gerda Knöpfel gewann den 2. Preis im Druckwettbewerb des Schweizer Heimatwerks, Zürich, 1960. (Bild: Textilmuseum St. Gallen)

Yves Saint Laurent schockiert die Kundinnen, indem er sich für seine Kollektion von der verschmutzten Lässigkeit der Beatniks inspirieren lässt. Dies ist sein letztes Jahr an der Spitze des Hauses Dior, bevor er im Januar 1962 seine erste Kollektion unter eigenem Namen präsentiert.



Der vierte Look «NEW<sup>2</sup> LOOK» stammt von der Weiterbildungsklasse TheaterschneiderInnen Modeco, Schweizerische Fachschule für Mode und Gestaltung.

«Wir verbinden Mode mit Handwerk, Tradition und Erfindergeist und die Arbeitsschritte definieren sich vom Entwurf zur Moulage bis hin zur Umsetzung. So hätte der Bezug zu den 1950er-Jahren nicht passender sein können», freut sich das Designteam der Modeco, das bewusst mit einfachen, hochwertigen Schweizer Materialien, die ihre Wirkung nicht verfehlen, gearbeitet hat. «Gerne nehmen wir den Leitsatz von Diors New Look in die Zukunft mit: Bekleidung muss auch heutzutage keine Effekthascherei sein, sondern kann und soll durch klare Formen, Linien und wunderschöne Stoffe bestechen», so das Credo.

**Konzept**  
100 Jahre; 10 Dekaden; 10 Schulen; 10 Looks. Die Geschichte der textilrevue ist auch die Geschichte der Schweizer Textilindustrie, deren Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden – und nicht zuletzt der Nachwuchsförderung; die der Schweizer Ausbildungsstätten. In Zusammenarbeit mit 10 Schweizer Talentschmieden schauen wir auf die Modetrends des letzten Jahrhunderts zurück und präsentieren die Neuinterpretation zukunftsgerichtet an Avatars – in 2D im Magazin und in 3D in Bewegtbild auf den digitalen Kanälen.

**Die Schule**  
Modeco, die Schweizerische Fachschule für Mode und Gestaltung, gehört zu den führenden Bildungsinstitutionen der Schweizerischen Modebranche. Seit 1889 verbindet sie Tradition und Moderne, entwirft und realisiert ungewöhnliche Ideen: Aufträge von Kundinnen und Kunden, Firmenaufträge, Kleider für Feste oder Hochzeiten. Offenheit und Wandlungsfähigkeit bilden die nötige Grundlage dafür und sind Stärken der Modeco.

Die dreijährige Berufslehre als Bekleidungs-gestalter/in EFZ mit Schwerpunkt Damen- oder Herrenbekleidung besteht aus einer praktischen Ausbildung, die durch allgemeinbildende und berufsspezifische Fächer ergänzt wird. Jährlich schliessen um die 25 Bekleidungs-gestalter/innen EFZ ab. Nach dem erfolgreichen Abschluss stehen den Lernenden unter

anderem folgende Anschlussmöglichkeiten offen: Weiterbildung zur Theaterschneider/in an der Modeco, Fashion Spezialist/in mit eidgenössischem Fachausweis BP, längerer Auslandsaufenthalt in England mit der Unterstützung von Movetia, Dipl. Gestalter/in in HF Produktdesign, Anstellung in einem Atelier oder als Berater/in im Detailhandel Textilien.

Modeco legt Wert auf die Förderung von Synergien zwischen Grund- und Weiterbildung, so besteht die Möglichkeit, den einjährigen Lehrgang zur Theaterschneider/in zu absolvieren. Die Lernenden fertigen Kostüme für Bühnen-, Film oder Fernsehproduktionen und sind sich deren ungewöhnlichen und intensiven Beanspruchung bewusst. Der praxisbezogene Unterricht (theoretische Grundlagenvermittlung in Kostümkunde und Schnittgewinnung) bereichern die abwechslungsreiche Weiterbildung. [modeco.ch](http://modeco.ch)

**Design:** Weiterbildungsklasse Theaterschneider/innen Modeco  
**Material und Infrastruktur:** Modeco  
**Model:** Noa Holden/Lernende Modeco  
**Maske:** Jill Heim  
**3D Scan:** My3Dworld GmbH  
**Clean-up:** Saqib Hamed  
**3D Motion Design:** Niko Eriksson  
**Hintergrundbild:** «Silver Birch forest in winter near Liminka, Finland» von David Tipling/Education Images/Universal Images Group via Getty Images  
**Projektleitung:** Noémie Schwaller



**MUSTERMESSE  
HOROSKOP!**

Es ist nicht einwandfrei erwiesen, in welchem Tierkreiszeichen die Schweizer Mustermesse geboren wurde. Deshalb können wir unser Horoskop für die am 7. April in Basel beginnende 35. Schweizer Mustermesse leider auf keiner der heute so beliebten Tierkreis- und Planetenkonstellationen aufbauen. Eines steht aber fest: Die kommende repräsentative Schau schweizerischer Wertarbeit steht im Zeichen der – leider – von Mars stark beeinflussten Hochkonjunktur und der noch immer kletternden Rohstoffpreise auf den Weltmärkten. Wieder werden wir – mit gemischten Gefühlen – den (Rück-)schritt zum «seller's market» erleben, und es soll uns nicht wundernehmen, wenn der Aufmarsch der Käufer neue Rekordzahlen bringen wird. Ob die Verkaufsbereitschaft und die Liefermöglichkeiten den Kaufwünschen entsprechen, vermögen wir heute noch nicht festzustellen. (...)

Nr. 14 | 30. Jahrgang | Zürich  
5. April 1951



**ZÜRICH ZEIGT  
WOLLE**

Zürich ist «wollbewusst» geworden! «Wool-minded», wie der Engländer sagen würde. Doch die schweizerische Weltstadt (!) liegt nicht an der Themse, sondern an der schönen Limmat, und dort wird man «wollerzogen»! Deshalb geht Zürich nun, konzentrierter als je – in Wolle gekleidet –, dem Herbst entgegen.

Tscharly Wullig hat sich vorsorglich einen Knopf in den Schwanz gemacht – macht nichts, denn Wolle ist knitterfrei und hält dies aus! –, um ja nicht sein Rendez-vous mit dem Züri-Leu zu verfehlen. Punkt 22. September wird dieses Paar die Zürcher Wollwoche eröffnen. Typisch für Wolle, die sich so ausgiebig dehnen lässt, wird diese Woche ausnahmsweise neun Tage dauern. Bis zum 30. September. Das Motto kennen Sie: «Zürich zeigt Wolle!»

(...) Die Wolle, die wir heute in Zürich zeigen, läuft allerdings nicht «vollautomatisch», wie einst in Uebersee, herum. (...) Es ist inzwischen so viel mit ihr passiert – nicht nur preislich! –, dass wir uns ja kaum mehr bewusst sind, dass einst ein Schaf, mehr oder weniger sitstam, in unseren nigelnagelneuen Hosen steckte.

(...) Es lässt sich heute nicht mehr herausfinden, wer eigentlich als Erster auf die fabelhafte Idee kam, das Schaf anzuziehen, um sich selbst mit dem Vlies anzuziehen. Wissenschaftliche Überlegungen dürften hier auf keinen Fall den vorbildlichen «Lieferanten» herausgefunden haben. Offenbar lautet das Rezept: Scher's und probier's! Die Erfahrung hat dann rasch die Richtigkeit der Wahl bestätigt. Es gibt tatsächlich nichts Besseres als Wolle! (...)

Nr. 38 | 30. Jahrgang | Zürich  
20. September 1951



**KUNDINNEN SOLLEN SICH  
ÖFTERS BESCHWEREN!**

Nicht einmal 40% der Kundinnen pflegten sich nach neuesten englischen Feststellungen nachträglich zu beschweren, wenn ihnen in einem Geschäft eine völlig unbrauchbare Ware verkauft worden ist. Über eine ganz zweifelsfrei minderwertige Qualität laufen im Allgemeinen nur knapp 10% Beschwerden ein und über kleinere Mängel nur ungefähr 1%. Diese Tatsache betonte dieser Tage Stanley Carter, der Verkaufschef eines grossen Modehauses in der Londoner Oxford-Street, bei einem Vortrag vor der Vereinigung der britischen Kleider- und Textilhändler. Dadurch sei es erwiesen, dass der Geschäftsinhaber meist ganz unzureichend über die Qualität der von ihm vertriebenen Waren unterrichtet sei und nicht in die Lage versetzt würde, seine Lieferanten gebührend auf die Fehlerhaftigkeit ihrer Produkte hinzuweisen. Seiner Meinung nach liegt es nur im Interesse der Käuferin, sich über Mängel zu beschweren, damit die vorhandenen Missstände auch abgestellt

werden können. Eine Modesachverständige, Frau Alison Settle, unterstrich diese Bemerkungen mit der Erklärung, es sei ein Jammer, wie viel liederlich gearbeitete Säume, nachgiebige Gürtel, zerbrechende Knöpfe und nicht waschbare Schulterpolster heutzutage auf den Markt kämen. Jeder Hinweis der Kundschaft auf solche Missstände sei für den Verkäufer eine wertvolle Hilfe und unterstütze ihn in seinen unablässigen Bemühungen um die allgemeine Hebung der Warenqualität.

Nr. 19 | 30. Jahrgang | Zürich  
10. Mai 1951



**MODESCHAU IN  
FABRIK-KANTINEN**

Die britische Modeexpertin Jessica Maxted musste wiederholt feststellen, dass berufstätige Frauen und Mädchen, vor allem Fabrikarbeiterinnen, recht unschöne neue Kleider trugen, die unmodern waren und auch nicht zu ihrer Figur passten. Als sie sich nach dem Grund für diese unvorteilhaften Anschaffungen erkundigte, erhielt sie zur Antwort, dass Arbeit und Haushalt den Frauen einfach nicht die Zeit liessen, sich beim Einkaufen genügend umzusehen und das wirklich Passende auszusuchen. Um diesem Missstand abzuhelfen, veranstaltete Frau Maxted in den Kantinen verschiedener grösserer Betriebe während der Mittagspause Modeschauen, wozu sie eine Anzahl Mannequins und die neusten Kleidermodelle mitbrachte. Natürlich zeigte sie keine ausgefallenen Kreationen der Haute Couture, sondern praktische und erschwingliche Kleider der Utility-Produktion, die jedoch den modischen Anforderungen entsprachen. Der Erfolg, den sie damit erzielte, war ausserordentlich und verspricht für die Kundinnen ebenso wie für die beteiligte Firma ein gutes Geschäft.

Nr. 19 | 30. Jahrgang | Zürich  
10. Mai 1951



*«Es ist Brauch, dass, wann immer eine Frau einen bemerkenswerten Vorstoss in die Domäne eines Mannes gemacht hat, sie ihn beruhigt, indem sie für eine Weile einen ultrafemininen Kleidungsstil annimmt.»*

C. Willet Cunnington, englischer Arzt und Sammler, Schriftsteller und Historiker für Kostüme und Mode. Als er starb, nannte ihn The Times die «Leading Authority on English Costume».

# «DIE OUTDOORBRANCHE PRODUZIERT JEDE MENGE SONDERMÜLL» DANIELA HOCHMUTH

**Daniela Hochmuth, Corporate Social Responsibility Managerin der Outdoor-marke Pyua, fordert ein generelles und schnelles Umdenken der Branche hin zu echter Kreislaufwirtschaft – und mehr bewusste Entscheidungen bei Händlern und Käufern. Was bedeutet das und welche Lösungen gibt es?**

**Provokant gefragt: Ist die Outdoorbranche grundsätzlich auf dem Holzweg?**

Das würde ich nicht sagen. Aber seien wir ehrlich: Die Outdoorhersteller produzieren massenweise Sondermüll. Gerade die beliebten wasserdichten und atmungsaktiven Shell-Jacken werden vor allem mit PTFE-Membranen gefertigt und können daher nicht recycelt werden – daran ändert auch nichts, dass viele Hersteller ihre Produkte teilweise aus recycelten Materialien herstellen. Spätestens bei der Entsorgung endet die Kreislaufwirtschaft in einer Sackgasse – und die Jacke auf dem Müll. Genau das ist vielen umweltbewussten Outdoorsportlern nicht klar. Sie wissen nicht, was sie wirklich kaufen – und dass es bereits nachhaltige und qualitativ gleichwertige Alternativen gibt, die recycelt werden können.

**Wo liegt das Problem, wenn ich meine Jacke ordnungsgemäss entsorge?**

Der Recyclingprozess von Shell-Jacken mit Membranen aus PTFE und PU ist bislang nicht möglich beziehungsweise zu auf-

wendig. Sie sind Sondermüll und erzeugen bei der Verbrennung giftige Dämpfe. Dazu gibt es einige Studien. Genau das wollen wir vermeiden und arbeiten deshalb mit Sympatex an Alternativen für unsere Kollektion. Hier gibt es bereits viel Erfahrung mit einer Membran aus 100 Prozent recyceltem Polyester, also einer PTFE-freien Membran, als umweltfreundliche und recycelbare Alternative.

Umweltbewusste Käufer sollten auch auf die Art der Imprägnierung achten. Hier gibt es erhebliche Unterschiede, um den gewünschten ABERLEFFEKT zu bekommen. Man sollte auf den Zusatz «fluorocarbon-free DWR» achten. Denn die Imprägnierung mit per- und polyfluorierten Chemikalien (PFCs) ist extrem problematisch. Sie sind schädlich für Mensch und Umwelt und auch langfristig biologisch nicht abbaubar. Greenpeace hat mit einer grossen Detox-Kampagne viel Aufklärungsarbeit geleistet. Alle unsere Kollektionsteile sind PFC-frei.

**Was muss sich ändern, und gibt es schon andere Wege?**

Ja, es gibt Alternativen, die wir bei Pyua seit Jahren entwickeln. Andere Hersteller arbeiten verstärkt in die gleiche Richtung. Das begrüssen wir sehr, denn die ganze Industrie muss zusammenarbeiten, damit wir die Probleme lösen können. Wir haben von Anfang an die Idee der Wiederverwertung und der Kreislaufwirtschaft in das Produktdesign miteinbezogen. Wir über-

legen, wie eine Jacke komplett recycelt werden kann, schon bevor wir die Materialien wählen. Dies ist nötig, um sie in den echten Kreislauf zurückzuführen. Wir beteiligen uns hier an dem neu gegründeten Zusammenschluss Wear2wear. Ziel ist es, über alle Lebenszyklen des Produkts, von der Herstellung über den Verkauf und von der Pflege bis hin zur Entsorgung den Kreislauf zu schliessen. Je mehr Hersteller mitmachen, desto besser.

**Hört sich nach einem grossen Wurf an. Wieso kommt das erst jetzt?**

Es gibt neue Techniken und Möglichkeiten. Diese muss man in den globalen Produktionsketten jetzt konsequent einführen. Das geht nur mit vielen Partnern, die in die gleiche Richtung arbeiten – und leider auch nur Schritt für Schritt. Beispielsweise besteht die recycelte Membran unserer neuen Kollektion aus «pre-consumer waste», also aus Stoffresten, die in der Produktion anfallen. Damit haben wir die derzeit nachhaltigste Lösung und vermeiden Abfälle. Das kommt unserer Vision schon sehr nahe, aber wir sind noch nicht am Ende unserer Bemühungen. Der nächste Schritt ist konsequente Wiederverwertung von «post-consumer waste». Es gibt noch viel zu tun. Ich denke, dass unsere Jacken schon jetzt mehr sind als nur Funktionsbekleidung. Sie sind auch ein Statement für immer weiter fortschreitende Nachhaltigkeitsbemühungen. Quasi der Ausdruck einer Vision, die man mit dem Kauf unterstützt.