

Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa
Band: 78 (1971)
Heft: 11

Artikel: Eindrücke vom Kölner Wäsche- und Miedersalon
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-679429>

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: 09.11.2024

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

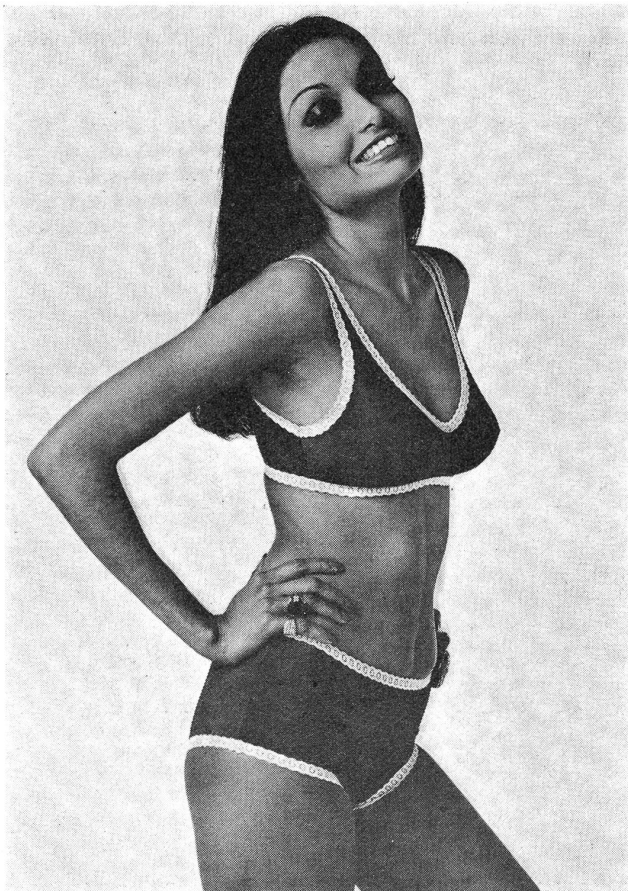
Eindrücke vom Kölner Wäsche- und Miedersalon

9100 Fachinteressenten aus 41 Ländern, darunter 3880 Ausländer, informierten sich während vier Septembertagen in Köln über die neuen Kollektionen der Wäsche-, Mieder- und Bademodenindustrie.

Renaissance der Frau ohne Alter

Die neuen Angebote der *Wäscheindustrie* waren spezialisierter als bisher auf die verschiedenen Zielgruppen unter den Verbraucherinnen ausgerichtet. In stärkerem Masse als bisher wurde dabei auch die Mode für die Frau um und nach 40 berücksichtigt. In verschämter Diskretion wird bei dieser Zielgruppe idealisierend von «Frauen ohne Alter» gesprochen. Man gibt zu, dass der Markt der Jungen überschätzt wurde. Erhebungen offenbarten, dass

— die Frauen zwischen 45 und 49 Jahren am meisten für ihre Wäsche ausgeben. Bei einer Durchschnittsausgabe aller Jahrgänge von 25.69 DM pro Kopf und Jahr kommt



Eine neue Variation aus Athron-Lycra, ist ein äusserst eleganter und romantischer Set, wobei das elastische Material und die Verstärkung für eine perfekte Passform bürgen. Farben: pervenche/weiss, weiss, beige, brasil/beige.

Photo: John Adriaan London, Modell: Lovable Nederland



Interessant bei diesen beiden Nylsuisse-Miederwaren-Modellen ist nicht allein ihr modischer, den Körper natürlich modellierender Schnitt, sondern auch ihre aparte, hochmodische Farbe: ein pudriges, rauchdunstiges Stahlblau! Die Nylsuisse-Schlupf-Hoselette hat verstellbare Träger, ihre Büstenpartie ist oben mit Netzspitze gearbeitet. Das Nylsuisse-BH-Slip-Ensemble — der BH in modischer Dreieckform mit zierlichem Rückenverschluss — ist ganz aus Netzspitze und hat Blumenmotive appliziert.

Modelle: Faber, vertreten durch Schärer, Littau; Photo: Studio Kublin, Zürich/Paris

diese Altersgruppe auf 27.58 DM. Frauen zwischen 20 und 25 Jahren geben 20.49 DM aus, zwischen 35 und 40 Jahren 25.51 DM.

— die reiferen Jahrgänge die besten Miederkundinnen sind! Frauen zwischen 45 und 49 Jahren geben im Jahr durchschnittlich 47.50 DM für Mieder aus. Die 35- bis 40jährigen wenden lediglich 42.87 DM auf, und die Frau zwischen 20 und 25 Jahren 35.78 DM. Insgesamt liegen die Durchschnittsausgaben für Miederwaren pro Frau im Jahr 1970 bei 40.80 DM.

Im Zeichen der kommenden Neoklassik braucht nicht zuletzt die reifere Frau funktionell-elegante Mieder, feminine Wäsche und Hauskleidung, die sie auch in der zweiten Lebenshälfte noch begehrenswert erscheinen lässt. Dieses Angebot stellte die Industrie ausreichend auf dem diesjährigen Kölner Salon vor.

Grundtendenz aller Kollektionen des Wäschebereichs war eine bewusste Hinwendung zur Neoklassik, damenhaften



Hemdrock und Shorty im Exklusiv-Druck auf Rhodia/Nylon.
Farben: weiss/orange, Karo mit zart-grünen Blättern
Modell: Pompadour, Photo: Gundlach

Eleganz und zum Romantischen. Auf dem Miedersektor geht die Tendenz neben dem Modischen wieder zum Funktionellen. Bei den neuen Bade- und Strandmodellen waren neben dem sportlichen Jeans- und Western-Stil und dem funktionellen Einteiler ebenfalls romantische Anklänge zu beobachten, die Spitzen- und Stickereistoffe favorisierten.

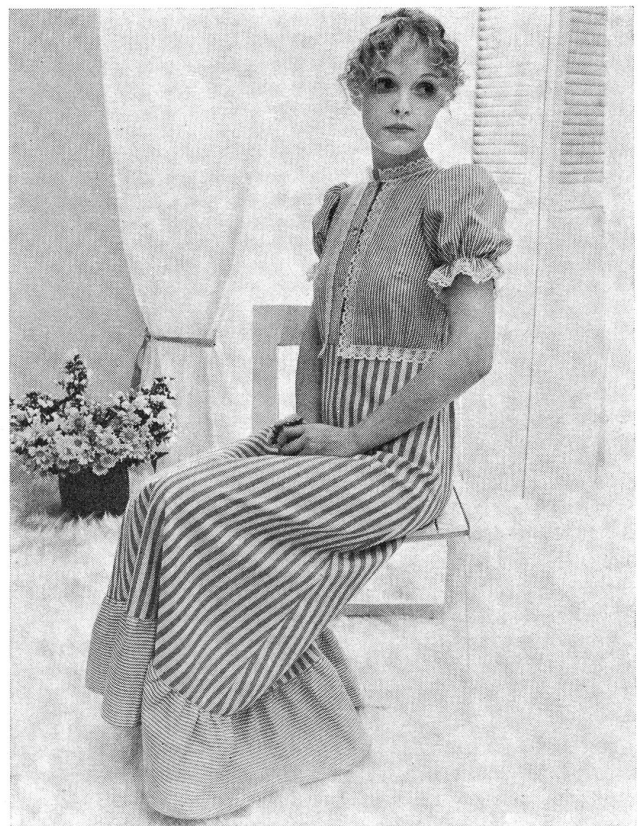
Infolge erhöhter Produktionskosten machten sich im Wäschebereich bei betont modischen Erzeugnissen für die nächste Saison Preisanhebungen zwischen 5 und 10% bemerkbar. Bei den Miederwaren betragen die Preisanhebungen ca. 3 bis 4%. Auf dem Sektor Bade- und Strandbekleidung lagen die Preise gegenüber dem Vorjahr etwa 5 bis 6% höher. Bei den Strumpfmöden blieben die Preise mindestens konstant.

Die neue modische Silhouette für Damenoberbekleidung lässt die Funktionen der *Miederwaren* wieder stärker hervortreten. Das Angebot an Miedermodellen für die reifere Frau und die sogenannte Problemfigur wurde vom Handel bereits mit guten Orders honoriert. Beachtet wurden speziell Pantycorsets (Hosen-Corsets), die trotz aller Funktion in raffinierter Aufmachung ausgestattet waren: Mit Spitzeneinsätzen, Spitzencups und Zierträgern. Wer zum Panty-Corset noch einen Wäscheslip in gleicher Ausstat-

tung anbot, konnte über ein kleines Zusatzgeschäft berichten. Für die problematischere Figur, die nicht in das Schema der Konfektionsgrößen einzuordnen ist, wurden sowohl lange Büstenhalter mit elastischem, breitem Tailenabschluss als auch Miederhöschen mit mittellangem und langem Bein gut geordert. Büstenhalter für junge Käuferinnen wurden in den Auftragsbüchern oft genannt: Viel mit Aussenträgern im Fond-de-Robe-Stil oder auch im Hinblick auf das kommende Olympia-Jahr im Dirndl-Look mit tiefem Decolleté. Bei den Farben spielten sich neben Weiss und Transparenz dunkle Brauntöne in den Vordergrund: Nougat, Brasil und Marron waren bei Miederwaren zur kurzfristigen Lieferung noch für das Wintergeschäft gefragt. Für das Frühjahr 1972 steht neben den bekannten Farben auch Rosenholz im Vordergrund.

Gelobt sei, was romantisch ist!

In der neuen Nachtwäsche stehen zwei modische Richtungen gleichberechtigt nebeneinander: Einmal die problemlos-junge Tendenz mit bestickten Minis, Trägerhemdchen, Dirndl-Nachthemden und Bermuda-Schlafanzügen, dazu mit Brassière/Shorts-Kombinationen und Bett-Bikinis.



Granny-Look: Knöchellanges Nachtkleid aus Baumwolle/Viskose im feinen Nadel- und Blockstreifen-Dessin
Modell: Pompadour, Photo: Gundlach

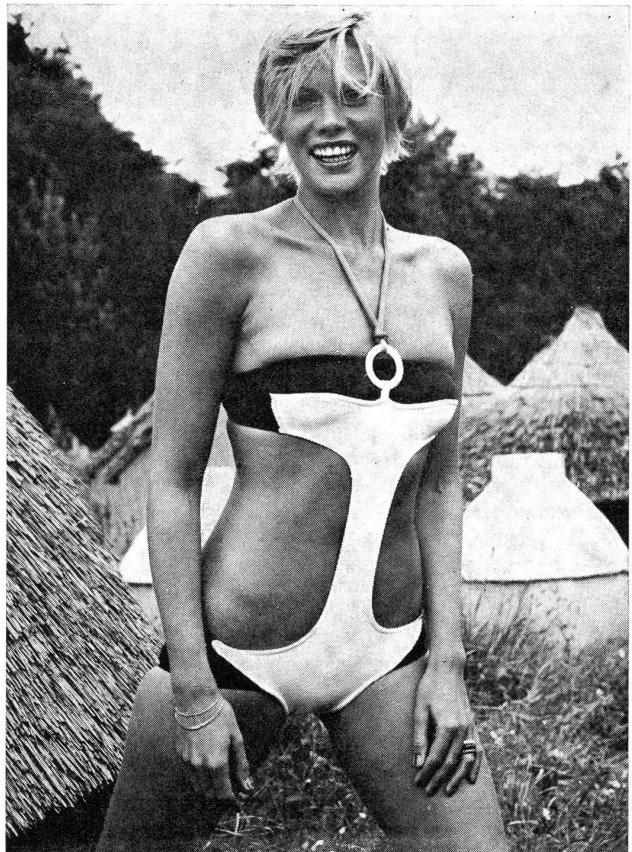
Ganz stark herauskristallisiert hat sich allerdings die von der «Love Story» beeinflusste romantische Welle. Nachtwäsche für die zahlungskräftige Kundin ab rund 30 Jahren präsentiert sich in weicher Linienführung, oft mit betonter Taille und markierter Büste, in Empire-Silhouette mit bauchigen Ärmeln, mit Volants und Schösschen. Bodenlange Formen sind dabei besonders gefragt; vom Material her wurde Batist aus Baumwolle und Synthetiks/Baumwolle favorisiert. Farblich dominierten neben Weiss, Rottöne, Marine und die neue Modefarbe «Ibiza», ein zartes und klares Hellblau. Vom Muster her stehen bei Stickereien florale Motive, bei Drucken Kombinationen von Karos-Streifen, Streifen/Punkten in Patchworkmanier im Vordergrund. Modelle in Vichykaros fanden besonderes Interesse.

Tagwäsche hatte es ein wenig schwerer, sich durchzusetzen: Bei Unterkleidern ist die Tendenz allgemein rückläufig. Doch wurden für die reifere Kundin speziell in grossen Grössen Unterkleider im Fond-de-Robe-Stil gefragt. Wenigem, aber wertvollem Spitzendekor, das auch unter enganliegenden Kleidern nicht aufträgt, gab der Handel dabei den Vorzug vor allzu verschwenderischer Ausstattung. Für die Jugend orderten die Einkäufer recht gut Unterwäsche, elastisch mit leichter Miederfunktion, in frischen und klaren Farben. Hier kam auch der Jeans-Stil in Synthetik-Baumwolle-Mischungen gut zum Zuge.

Gute bis ausgezeichnete Geschäfte konnten die Aussteller von *Bade- und Strandmode* melden. Für die junge Kundin läuft die Jeans-Welle auch am Strand weiter: Zweiteiler aus elastischen Gewirken im Jeans-Look mit Schnürverschlüssen, Oesen, Steppereien und Nieten fanden rege Nachfrage. Dazu kommt der Marine-Stil, oft mit Markisen- und Nadelstreifen in Blau/Weiss/Rot und Blau/Gelb. Zu den Bikinis wurden ergänzende Hemdchen gut verkauft, ebenso lange Hosen, Western-Jacken und Miniröcke. Das verstärkte Angebot an funktionellen, schlicht gearbeiteten Einteilern in erstklassiger Passform und mit exklusiver, dekorativer Dessinierung wurde vom Handel sehr honoriert. Bevorzugtes Material war hier Lycra in feinstem Titer, oft leicht glänzend analog zum «wet look» der jungen Bademode. Vom Muster her gab es neben Millefleurs und Streublümchen auch grossrapportige Blumenzeichnungen auf Antik-Samt sowie Motive aus der indonesischen Batik-Kunst. Passende Strandkleider in leuchtenden Tönen nahmen oft ein Element auf dem Druckdessin des Badeanzugs auf. Für sommerliche Strandkleider fand man viel Kimonoschnitte. Maxi-Längen blieben überwiegend dem Abend vorbehalten.

Interessante Details der Informations-Modeschau

- Das modische Darunter ist den 14- bis 24jährigen 401,7 Mio DM im Jahr wert! Aber das Kaufpotential der über 40jährigen wird von Fachleuten doppelt so hoch eingeschätzt. Die Kaufkraft der 40- bis 60jährigen betrug schon 1965 46,5 Mia DM und ist seitdem laufend gestiegen.
- Nur 16,5 % aller Frauen und Mädchen in der Bundesrepublik haben eine Mannequin-Figur (bis Konfektions-



Jugendlich-kecker Badeanzug im Marine-Style
Modell: Tweka, Nederland

- grösse 38). Grössen zwischen 40 und 44 dominieren am Markt. (53,5 % aller Frauen tragen sie.) Grössen über 46 tragen 25,9 % aller Frauen. Der Rest benötigt Spezialgrössen.
- Das Schaufenster des Einzelhandelsgeschäftes gilt bei jungen Leuten als Informationsquelle Nummer 1. Es folgen Frauen- und Modezeitschriften. An letzter Stelle rangieren Film und Fernsehen.
- Nur knapp ein Drittel der jungen Mädchen in Deutschland ist bereit, eine neue Mode sofort mitzumachen. Zwei Drittel warten erst einmal ab.
- Die bundesdeutschen Frauen legen beim Kauf von Unterwäsche Wert auf Hygiene und körperliches Wohlfühl. Es folgen: Schönheit, Charme und Eleganz.
- Die meisten — und gerade die ein wenig älteren Frauen — sind bei den Dessous modebewusst: Sie tragen entweder Hemdchen oder Unterrock, selten beides. Sie neigen auch sehr zur Kombination von Slip und kurzem Miederhöschen.
- Aelter und alt ist keineswegs mit dick gleichzusetzen. 41,5 % der Frauen über 45 Jahre tragen Kelider in den normalen Konfektionsgrössen 34 bis 44. 19 % tragen Grösse 46. Die restlichen 26,2 % haben Grösse 48 bis 54.

- Bei Büstenhaltern stieg die mengenmässige Nachfrage im Handel 1970 um 6 % gegenüber 1969. Rund 30 Mio Stück wurden verkauft. Mit + 10 % waren die kurzen Modelle am erfolgreichsten. Bei Corselets betrug das Plus 16,1 % der Menge und 12,6 % dem Wert nach. Das Panty-Corselet erzielte mit mehr als 4 Mio Teilen 1970 eine mengenmässige Steigerung von 20 % gegenüber 1969.
- Für Sport- und Badebekleidung geben die 14- bis 24-jährigen Mädchen und Frauen jährlich 126 Mio DM aus. Der Schwerpunkt des Angebots muss jedoch auf ältere Jahrgänge ausgerichtet sein. Denn schon 1985 wird es in der Bundesrepublik dreimal mehr Alte als Twens geben.
- Der Bademoden-Markt der Alten wächst. Innerhalb des nächsten Jahrzehnts werden sich die Rentenbezüge von 35 Mia auf 60 Mia DM jährlich nahezu verdoppeln. Mehr Einkommen bedeutet bei dieser Gruppe nicht zuletzt: mehr Urlaubsreisen. Mehr Urlaubsreisen — mehr Bademoden.
- Die verheiratete Frau zwischen 25 und 40 Jahren bietet sich als ideale Homedress-Konsumentin an. Sie will ihrem Mann gefallen — das behaupten jedenfalls 73 % aller verheirateten Frauen.

Pariser Mode bei Grieder

Mit Genugtuung stellt man die Einigkeit der Pariser Couturiers fest, der traditionellen Haute Couture zu einem glanzvollen Come-back zu verhelfen und Modelle von gediegener Eleganz zu präsentieren. Besonders erfreulich ist dabei die dominierende Rolle der seit langem recht vernachlässigten «Mode für die Frau ohne Alter».

In einem reichhaltigen Streifzug durch den diesjährigen Pariser Mode-Herbst und -Winter stellte das Zürcher Modehaus Grieder Les Boutiques in einer Modeschau seine neuesten, vielfach durch die schlichte Einfachheit bestechenden Modelle vor.

Von der *Länge* wird nicht mehr gesprochen. Es ist selbstverständlich: man trägt *kniebedeckt*.

Typisch für die kommende Saison sind die grossen Kragen, engen Ärmel und die beschwingte Weite bei den *Mänteln*. Eine von vielen Couture-Kunden gesuchte und geschätzte praktische Winterbekleidung ist der unter Popeline-, Wollstoff- oder Ledermantel getragene Pelz. Für den Sport werden zu Hosen Duffle-Coats mit Kapuzen, Ponchos oder Trench-Coats und Cabans mit grossen Kragen vorgeschlagen, überwiegend in Double-Face oder karierten Stoffen. Weiterhin gefragt sind Capes, Paletots und Echarpen.

Der *Tailleur* hat die ihm in der Haute Couture zustehende Bedeutung zurückgewonnen. Blazer mit Taschen und Revers zu Kilt oder Hosen, in uni oder gestreiftem Wollstoff, ist nach wie vor hoch aktuell. Tweed-Tailleur einfach oder doppelreihig mit Godet-Jupe, Falten von den Hüften an und lange Hosen, darüber die beliebten Chasubles aus Leder, Wollstoff oder Pelz. Spencer mit Robe, Jupe und Bluse oder Hosen. Als Smoking in Velours, dazu die weissen Blusen mit Jabots, oft an Stelle von Hosen den Kilt aus Satin.

Blusen aus Crêpe de Chine, Satin, Mousseline imprimé, werden uni oder kariert getragen; gehäkelte und gestrickte Pullis oder Collants zum Tailleur, Chemise-Blusen mit Kravatten.

Sportlichkeit und Eleganz vereinigen sich im kleinen *Diner-Kleid*. Markant sind langer, enger Ärmel, Princesse-Kleider mit Volants. Ganz «in» ist es, Schmuck — insbesondere Strass-Schmuck — an Stelle eines Rangabzeichens am linken Oberarm anzubringen. Kleine Abendkleider aus Faille oder Taffetas, besetzt mit Rüschen und Plissés stehen im Zeichen der Pariser Mode. Nicht wegzudenken «la petite robe noire», klassisch, schlicht und hochelegant.

Die *Abendkleider* nehmen einen entscheidenden Platz ein. Die Vielfalt der Stoffe und Modelle und der Phantasie Reich-tum der Garnituren ist enorm. Samt und Satin feiern ihre Auferstehung. Ferner waren Pailletten auf Wolle zu sehen. Die von Grieder gezeigten Abendkleider waren durchwegs knöchel- bzw. bodenlang.

In den *Stoffen* der neuen Mode sind Flanelle und vielfarbige Tweeds für Tailleurs Favoriten, Voiles und leichte Crêpes sind hauptsächlich für Kleider reserviert. Velours de laine, Double-Face, Shetland, Cashmere und Kamelhaar dominieren bei den Mänteln. In Seide kommt allen voran wieder Taft zu Ehren, gefolgt von Faille, Satin und Samt; weiterhin finden wir Crêpe de Chine, Georgette, Crêpe Soie, Cigaline und Mousseline in uni, bedruckt oder mit Lamé durchwoben. Chantilly-Spitzen, Pailletten, Stikerei und als Neuheit Capitonés, eine Stickerei in Satin oder Panne auf weicher, dicker Unterlage mit einem Matelassé-Aspekt.

In den *Farben* triumphiert Schwarz von morgens bis abends, wird aber von fröhlichen Farben aufgehellt. Alle leuchtenden Rot, von Orange, Geranium und Lackrot bis zu Fuchsia und Violett. Scharfe Grün, Smaragd und Flaschengrün. Viele Gelb, von Schwefelgelb bis Ocker, Beige bis Braun und etwas Grau. Neu sind leuchtende Blau wie Gitane, Drapeau und Royal.