

Inhalt

Einleitung	8
Über dieses Buch	10
Was passiert mit der Mode?	12
Die zehn Merkmale einer erfolgreichen Kollektion	16
 Realisierung einer Abschlusskollektion	 18
Das akademische Jahr	20
Die Kollektion	
Zwecke und Ziele	22
Die Entwicklungsphasen	24
Inspiration und Recherche	
Seinen Markt definieren	26
Das Konzept finden	30
Die Recherche aufbauen	34
Farbe und Inspiration	38
Stoffe auswählen	40
Das Skizzenbuch	
Zehn Grundprinzipien	42
Design und Struktur	44
Die Entwicklung von 2-D zu 3-D	46
Auswahl und Redaktion	
Der Vertriebsplan	48
Die typische 7-Look-Kollektion	50
Nesselmodelle	52
Sieben wichtige Überlegungen	54
Die fertigen Muster	56
Accessoires für die Kollektion	58
Styling	62
Das Lookbook	64
Zehn Grundprinzipien	66
Layout und Design	68
Abschließende Präsentation und Bewertung	70

Das Portfolio optimieren **74**

Die optimale Portfoliopräsentation 76

Das zielgerichtete Portfolio: Neun Wege,
um aufzufallen 78

Die Webpräsenz 80

Struktur und Aufbau 82

Das zielgerichtete Portfolio 86

Sportmode für Damen 88

Abendmode für Damen 94

Wäsche und Loungewear 98

Sportmode für Herren 100

Abendmode für Herren 104

Kindermode 106

Mode für Teenager 114

Activewear 116

Maschenmode 120

Brautmode 122

Accessoires 126

Der Berufseinstieg **128**

Praktika und Vorstellungsgespräche

Der Beginn 130

Das Vorstellungsgespräch 133

Am Arbeitsplatz 136

Berufsbilder der Modebranche 138

Interviews

Vom Studenten zum Designer: Lisa Mayock
und Sophie Buhai 144

Konzentration auf das Wichtige: Steven Kolb 146

Globales Design: Dan Rubinstein 148

Entwicklung als Designer: Matthew Ames 150

Ressourcen

Der Modekalender 152

Glossar zur Maschenware 154

Register 156

Danksagungen 160