

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