



HÖHERE FACHPRÜFUNG FASHIONDESIGNER/-IN

WEGLEITUNG

(ERSETZT WEGLEITUNG VOM 31.03.2021)

Gültigkeitsdauer

Die Wegleitung gilt bis auf Widerruf.

Zweck

Die Wegleitung enthält Ausführungsbestimmungen und regelt Einzelheiten der eidg. Höheren Fachprüfung zur Fashiondesignerin / zum Fashiondesigner.

Grundlage

Prüfungsordnung über die eidg. höhere Fachprüfung der Fashiondesignerin / des Fashiondesigners.

Berufstitel

Absolventinnen und Absolventen der HFP sind berechtigt, den folgenden Titel zu führen (Prüfungsordnung, Art. 7.12)

- **Fashiondesignerin mit eidgenössischem Diplom/
Fashiondesigner mit eidgenössischem Diplom**
- **Fashiondesigner avec diplôme fédéral**
- **Fashiondesigner con diploma federale**

Bemerkung

Die Artikelhinweise in der Wegleitung beziehen sich auf die Prüfungsordnung (PO) über die Höhere Fachprüfung Fashiondesignerin und Fashiondesigner HFP.



Inhalt

1.	ALLGEMEINE BEDINGUNGEN	3
1.1.	DER BERUF DES FASHIONDESIGNERS (PO ART. 1.1)	3
2.	PRÜFUNGSORGANISATION UND PRÜFUNGSORGANE	3
2.1.	PRÜFUNGSSPRACHE (PO ART. 3)	3
2.2.	TERMINE UND DAUER DER HFP	3
2.3.	PRÜFUNGSEXPERTEN, AUSSTANDSBEGEHREN	4
3.	AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG UND ZULASSUNG	4
3.1.	PUBLIKATION DER PRÜFUNGEN (PO ART. 3.1.)	4
3.2.	ANMELDUNG	4
3.3.	ANERKENNUNG VON PRÜFUNGSREGLEMENT UND WEGLEITUNG	4
3.4.	ZULASSUNG	4
3.5.	PRÜFUNGSgebühren	4
4.	DURCHFÜHRUNG DER PRÜFUNG	5
4.1.	ZUGELASSENE HILFSMITTEL	5
4.2.	RÜCKGABE DER DIPLOMARBEITEN	5
5.	TAXONOMIE	5
5.1.	GEWICHTUNG	5
6.	PRÜFUNGSFÄCHER UND PRÜFUNGSSTOFF	6
6.1.	VORBEREITUNG AUF DIE PRÜFUNG	6
6.2.	DETAILBESCHREIB UND BEURTEILUNGSKRITERIEN	6
7.	INKRAFTTRETEN	13



1. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

1.1. DER BERUF DES FASHIONDESIGNERS (PO ART. 1.1)

Fashiondesignerinnen und Fashiondesigner HFP arbeiten in der Bekleidungsindustrie und auch im Handel, beispielsweise für nationale oder internationale Modehäuser oder für Moderedaktionen und Trendbüros. Sie sind mitverantwortlich für Trendanalysen, Konzepte und Modellentwürfe und erstellen die entsprechenden technischen Unterlagen und Trendboards.

Ihre Aufgaben sind beispielsweise

- Trendresearch und –analyse
- Konzeptionelle Umsetzung innovativer Designideen in modische und marktgerechte Kollektionen oder Einzelstyles
- Erstellen von Modeskizzen mit technischen Ausarbeitungen
- Planung und Beschaffung von Mustermaterial, Entwicklung von Prototypen
- Enge Zusammenarbeit mit den Einkäufern, Schnitttechnikern und der Musterproduktion
- Druckentwicklung und Visualisierungen am PC
- Styling für Modezeitschriften

Diese Fähigkeiten sind an der HFP nachzuweisen.

2. PRÜFUNGSORGANISATION UND PRÜFUNGSORGANE

2.1. PRÜFUNGSSPRACHE (PO ART. 3)

- Die übliche Prüfungssprache ist Deutsch.
- Wer in der Landessprache Französisch oder Italienisch geprüft werden will, hat dies bis zum publizierten Anmeldetermin zu melden.
- Die Prüfungsgebühr ist für die Kandidatinnen und Kandidaten aller Landessprachen gleich.

2.2. TERMINE UND DAUER DER HFP

Termine

Es gelten die Daten und Fristen gemäss Publikation nach PO Art. 3.1

Prüfungsdauer

Die Prüfungsteile beanspruchen die Kandidatin/den Kandidaten zeitlich wie folgt:

Die Kandidatin oder der Kandidat erhält den Auftrag für die fächerübergreifende Projektarbeit mindestens 3 Monate vor deren Präsentation. Für den überwachten Teil der Prüfung wird das Aufgebot mindestens 6 Wochen vorher verschickt.



Die Prüfung umfasst folgende Teile und dauert:

Prüfungsteil	Art der Prüfung <i>mündlich/schriftlich/praktisch</i>	Zeit	Gewichtung	
1	BWL	schriftlich und mündlich	7 h 10 Min.	20 % 10 %
2	Projektarbeit	selbständige Arbeit / Kollektionserstellung (schriftlich und praktisch)	9 Wochen*	50 %
3	Präsentation der PA	mündlich	15 Min.	20 %
		Total	127 h 25'	

*berufsbegleitend, ca. 120 h selbständige Arbeitsstunden innert 9 Wochen. Die Projektarbeit muss mindestens eine Woche vor der Präsentation zu einem vorab definierten Termin abgegeben werden.

2.3. PRÜFUNGSEXPERTEN, AUSSTANDSBEGEHREN

Die Prüfungskommission bestimmt die Prüfungsexperten (PO Art. 2.2)

Die Experten werden den Kandidatinnen und Kandidaten bei Vergabe der Aufgaben für die fächerübergreifende Projektarbeit bzw. mit dem Aufgebot zum überwachten Teil der Prüfung (= Fächer 1 und 2) bekannt gegeben.

Ausstandsbegehren gegen Experten müssen mindestens 14 Tage vor Beginn des überwachten Teils der Prüfung dem Präsidenten der Prüfungskommission schriftlich vorgebracht und begründet werden. Dieser entscheidet endgültig und trifft die notwendigen Anordnungen (PO Art. 4.14).

3. AUSSCHREIBUNG, ANMELDUNG UND ZULASSUNG

3.1. PUBLIKATION DER PRÜFUNGEN (PO ART. 3.1.)

Die Fachkurse für die Vorbereitung auf die HFP werden in den gleichen Organen wie die HFP publiziert.

3.2. ANMELDUNG

Die Anmeldung erfolgt mit einem bei der STF Zürich erhältlichen Formular, das bei Anmeldung alle verlangten Angaben enthalten muss und dem die erforderlichen Unterlagen beizufügen sind.

3.3. ANERKENNUNG VON PRÜFUNGSREGLEMENT UND WEGLEITUNG

Die Kandidatin/der Kandidat anerkennt durch ihre/seine Anmeldung die Prüfungsordnung und die vorliegende Wegleitung über die Höhere Fachprüfung.

3.4. ZULASSUNG

Zur Prüfung wird zugelassen, wer:

Siehe Zulassungsbedingungen Prüfungsordnung Ziffer 3.3.1.

Vorbehalten bleibt die fristgerechte Überweisung der Prüfungsgebühr nach Ziff. 3.41.

Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Bewerberin oder dem Bewerber mindestens drei Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid enthält eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung.

3.5. PRÜFUNGSgebühren

Die Prüfungsgebühr wird durch die Prüfungskommission bestimmt.



4. DURCHFÜHRUNG DER PRÜFUNG

4.1. ZUGELASSENE HILFSMITTEL

Die Prüfungskommission bestimmt im Rahmen allgemeiner Anweisungen an die Kandidatin/den Kandidaten, welche Hilfsmittel an der Prüfung erforderlich und zugelassen sind. Das notwendige Material und die Formulare werden der Kandidatin/dem Kandidaten von den Prüfungsorganen zur Verfügung gestellt.

Die Kandidatin/der Kandidat sorgt für die Bereitstellung der Schreibutensilien, Geräte und übrigen Hilfsmittel nach speziellen Anweisungen der Prüfungsorgane.

Die Prüfungsaufgaben sind mit den Prüfungsarbeiten an die Prüfungsorgane zurückzugeben. Sie bleiben Eigentum der Prüfungskommission und dürfen von der Kandidatin/dem Kandidaten weder zurückbehalten noch kopiert werden.

Die an der Prüfung erstellten Notizen (Entwürfe, Ausrechnungen etc.) sind den Prüfungsaufgaben beizufügen. Die Experten/Expertinnen bewerten die Lösungen nach Inhalt und Form (Darstellung).

4.2. RÜCKGABE DER DIPLOMARBEITEN

Alle Diplomarbeiten verbleiben bis 60 Tage nach der Diplomierung bzw. im Rekursfall nach Abschluss des Rekurses im Prüfungssekretariat. Danach können die Diplomarbeiten zurückgefordert werden. Werden die Diplomarbeiten nach dieser Frist nicht innerhalb von 30 Tagen abgeholt, kann frei über diese verfügt werden. Die STF übernimmt keine Haftung für Lagerung, Vollständigkeit und Zustand der Diplomarbeit.

5. TAXONOMIE

Grad der Komplexität 				C – Anwendung
				B – Verständnis
				A – Wissen

5.1. GEWICHTUNG

Prüfungsteil 1 Betriebswirtschaft

Gewichtung gemäss Angaben pro Prüfungsposition

Alle sieben schriftlichen Prüfungen der betriebswirtschaftlichen Prüfungspositionen dauern 60 Minuten. Die Anzahl möglicher Punkte je Aufgabe wird entsprechend Zeitaufwand und Komplexität vorgegeben.

Prüfungsteil 2 Fächerübergreifende Projektarbeit

Gewichtung gemäss Angaben pro Bewertungskriterium

- A = 1 x Punktzahl
- B = 2 x Punktzahl
- C = 3 x Punktzahl

Prüfungsteil 3 Präsentation Projektarbeit

Gewichtung gemäss Angaben pro Bewertungskriterium

- A = 1 x Punktzahl
- B = 2 x Punktzahl
- C = 3 x Punktzahl



6. PRÜFUNGSFÄCHER UND PRÜFUNGSSTOFF

6.1. VORBEREITUNG AUF DIE PRÜFUNG

Über die Vorbereitung auf die Höhere Fachprüfung der Fashiondesignerin/des Fashiondesigners enthält weder die Prüfungsordnung noch die Wegleitung Vorschriften. Damit die Prüfung erfolgreich bestanden werden kann, ist indessen eine gezielte, systematisch aufgebaute und gründliche Ausbildung empfehlenswert. Anbieter von Vorbereitungskursen auf die Höhere Fachprüfung siehe www.meldeliste.ch

Die Teilnahme am Vorbereitungskurs ist nicht Voraussetzung für die Zulassung zur Höheren Fachprüfung.

Den Prüfungskandidaten/-innen wird empfohlen, sich regional in Arbeitsgruppen zusammenschliessen, um sich in Gruppenarbeit auf die Höhere Fachprüfung vorzubereiten.

6.2. DETAILBESCHRIEB UND BEURTEILUNGSKRITERIEN

a) Prüfungsteil 1: BWL

Schriftliche und mündliche Prüfungen

Prüfungsposition Volkswirtschaft (Gewichtung/Faktor 1)

Richtziel:

Die Kandidatin/der Kandidat kann das Zusammenspiel der Akteure (Unternehmen, Haushalte, Staat, Ausland, Finanzdienstleister) sowie Marktmechanismen verstehen.

Phänomene der Konjunktur im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang verstehen.

Informationsziel:

Das Marktmodell auf konkrete Fragestellungen anwenden.

Volkswirtschaftliche Aspekte im nationalen und internationalen Kontext beschreiben.

Auf aktuelle wirtschaftspolitische Probleme eingehen und Lösungsansätze aufzeigen.

1. Volkswirtschaftliche Begriffe, Grundlagen:

- Bedürfnisse, Güter und Produktionsfaktoren erklären
- Entwicklung der Wirtschaftssektoren erkennen
- Der ökonomische Entscheid und die Opportunitätskosten erklären
- Ziele der Wirtschaftspolitik kennen und verstehen

2. Märkte

- Wichtigste Marktformen identifizieren
- Elastizitätsbegriffe (elastisch und unelastisch) beschreiben
- Grundsätzliche Möglichkeiten der Preisbildung benennen
- Grundüberlegungen der Markttheorie erläutern
- Angebots- und Nachfragediagramm darlegen
- Angebotsüberschuss, Nachfrageüberschuss erläutern
- Verschiebungen der Angebots- bzw. Nachfragekurve einschätzen

3. Der wirtschaftliche Kreislauf

- Den einfachen und den erweiterten Wirtschaftskreislauf verstehen
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung aus Sicht der Produktionsseite, Verteilungsseite und Verwendungsseite erklären

4. Geld

- Funktionen des Geldes erklären
- Geldmengen M1, M2, M3 verstehen
- Mögliche Gründe benennen, die zu Störungen des Geldwertes führen
- Geldschöpfung und -vernichtung erläutern
- Möglichkeiten aufzeigen, wie Störungen des Geldwertes behoben werden können

5. Konjunktur

- Möglichkeiten der Konjunkturbeeinflussung durch den Staat kennen und die Auswirkungen beschreiben (monetäre und fiskalpolitische Massnahmen)
- Konjunkturzyklus beschreiben
- Ziele und Träger der Konjunkturpolitik aufzählen
- Folgen von konjunkturellen Schwankungen grundsätzlich bei starkem resp. schwachem Wachstum darlegen
- Konjunkturstrategie (z.B. Keynesianismus, Monetarismus) und deren Instrumente einschätzen und vergleichen

6. Globalisierung

- Internationaler Handels-, Dienstleistungs-, Zahlungs- und Kapitalverkehr erläutern (inkl. Beispiele, wie das funktioniert)

7. Internationale Organisationen

- EU, EWR, GATT, WTO, OPEC, IWF, Weltbank, OECD usw. unterscheiden und benennen
- Wichtigste internationale Zusammenschlüsse, deren Entwicklung und Bedeutung für die Weltwirtschaft im Allgemeinen und für die Schweiz im Besonderen beschreiben

Prüfungsposition Unternehmungsführung (Gewichtung/Faktor 2)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann Methoden zur Untersuchung verschiedenster betrieblicher Fragestellungen anwenden.

Unternehmen in seinen Grundformen erkennen, den Sinn solcher Strukturen verstehen und für Kleinbetriebe selbst gestalten.

Die Stellung der Unternehmungen in der weiteren Umwelt, die Wechselwirkungen zwischen Unternehmung und Umwelt sowie die entstandenen Zielkonflikte erkennen.

Informationsziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann betriebswirtschaftliche Konzepte der Problemlösung erarbeiten.

Für ein Unternehmen eine geeignete Organisationsstruktur gestalten und in geeigneter Form festhalten.

1. Die Stellung der Unternehmungen

- Umweltsphären und Anspruchsgruppen eines Unternehmens
- BWL versus VWL
- Ökonomisches Prinzip
- Stakeholder und Shareholder Management

2. Problemlösungs- und Entscheidungsprozesse

- Techniken der Problemanalyse und -lösung
- Standortanalyse durchführen

3. Organisation (Strategie, Struktur, Kultur)

- Normatives, strategisches und operatives Management

4. Gestaltungsaspekte der Organisation

- Aufbau- und Ablauforganisation

5. Aufbauorganisation

- Verschiedene Darstellungsformen der Aufbauorganisation, wie Organigramm und Funktionsdiagramm anwenden und aus den grafischen Darstellungen die Leitungsbeziehungen interpretieren
- Modelle der Leitungsorganisation umschreiben
- Prozessorganisation aufbauen
- Massnahmen treffen, um Organisationswiderständen zu begegnen

6. Veränderungsprozesse

- Einsatz von Change-Management Instrumenten und Prozessen

Prüfungsposition Recht (Gewichtung/Faktor 1)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat erweitert das Verständnis für kaufmännisches und unternehmerisches Handeln um die rechtliche Sicht.

Informationsziel:

Rechtliche Probleme des betrieblichen Alltages erkennen und einschätzen.

1. Aufbau der Rechtsordnung

- öffentliches Recht/ privates Recht
- Merkmale Unterscheidung; wichtige Teilgebiete; Bedeutung der Unterscheidung

2. Obligationen

- Obligationen aus Vertrag
- Ausservertragliche Obligation
- Unerlaubte Handlung und Ungerechtfertigte Bereicherung

3. Personenrecht

- Natürliche Personen: Rechtsfähigkeit, Handlungsfähigkeit (Urteilsfähigkeit und Mündigkeit) einstufen
- Persönlichkeitsschutz als Begriff bewerten
- Juristische Personen; Begriff, Arten, Rechtsfähigkeit, Handlungsfähigkeit beschreiben
- Verein

4. Verträge

- Vertrag allgemein; Begriff/Merkmale, Vertragsfähigkeit, Vertragsformen, Antrag, Annahme samt Widerruf, Nichtigkeit, Anfechtbarkeit wegen Willensmängeln (Irrtum, Täuschung, Drohung, Übervorteilung) unterscheiden
- Ausgewählte Vertragstypen kennen, insbesondere Kaufvertrag, Arbeitsverträge und Verträge auf Gebrauchsüberlassung, Auftrag
- Kaufvertrag: gesetzliche Form, Inhalt, wichtigste Rechte und Pflichten kennen und anwenden (insbesondere Übergang von Nutzen und Gefahr, Vertragsverletzungen und deren Folgen wie Annahmeverzug, Übergabeverzug, mangelhafte Sache, Zahlungsverzug)

5. Gesellschaftsrecht

- Grundlagen: Unterscheidung Einzelunternehmung- Gesellschaft, Begriff der Gesellschaft, Einleitung Gesellschaftsformen, allgemeine Unterscheidungskriterien /- Merkmale kennen
- Personengesellschaften, Kollektiv- und Kommanditgesellschaft: Gründungsvorgang erläutern, Unterschiede bezüglich Mitgliederstellung, Haftung, Geschäftsführung, Vertretung präzisieren
- AG/ GmbH/Genossenschaften/einfache Gesellschaft: Begriff und Zweck, Mitglieder, Haftung, Organisation, Firma

6. Immaterialgüterrecht

- Grundlagen Immaterialgüterrecht
- Begriff „Immaterialgüterrechte“ und Zweck
- Marken-, Patent-, Design und Urheberrechte Registrierung von Schutzrechten beim IGE



Prüfungsposition Mitarbeiterführung (Gewichtung/Faktor 2)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat ist fähig, Führungstheorien anzuwenden sowie Vor- bzw. Nachteile zu beurteilen.

Informationsziel:

Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion in konkreten Situationen anwenden

1. Strategisch denken und steuern

- Strategisch denken und steuern
- Modelle der Kommunikation

2. Motivationstheorien

- Das eigene Führungsverhalten analysieren
- Selbstentwicklung planen – Reflexion

3. Methoden zur Ausübung der Führungsfunktion

- Direkte Führung von Mitarbeitern erläutern
- Situative Führung darlegen
- Mitarbeitende mithilfe geeigneter Vorgehensweisen beurteilen
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Management-by-Formen formulieren (Management by Objectives; Management by Results, Management by Delegations etc.)
- Zielvereinbarungen erstellen
- Die Einführung und Instruktion neuer Mitarbeiter vorbereiten und durchführen
- Begriff, Ziel und Zweck der Mitarbeiterqualifikation beschreiben, die wichtigsten Verfahren anwenden und ein Qualifikationsgespräch führen
- Vor- und Nachteile von 360°-Beurteilungen kennen

4. Das Individuum in der Gruppe

- Gruppendynamik und Rollenverhalten
- Entwicklungsphasen und Vorgänge in Gruppen sowie ihren Einfluss auf den Einzelnen analysieren und erklären
- Lösungsorientiert Gruppenprozesse gestalten
- Alpha-/Beta-/Gamma-/ Omega- Positionen bewerten

Prüfungsposition Marketing (Gewichtung/Faktor 3)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat erkennt die Grundlagen des Marketings und erarbeitet beispielhafte Marketingaktionen, -strategien und –konzepte.

Sie / er ist in der Lage konstruktiv mit Verkauf und Marketingabteilung zusammenzuarbeiten.

Informationsziel:

Die marktorientierte Denkweise im Unternehmen formulieren und entwickeln.
Marketing als unternehmerisches Instrument anwenden.

1. Die marktorientierte Denkweise

- Märkte und Konsum
- Investition
- Unternehmensphilosophie

2. Marketing als unternehmerisches Instrument

- Integriertes Marketing
- CRM Customer Relationship Management
- Instrumente des Konsumgütermarketings
- Marketingziele
- Marketingkonzept
- Segmente der Textilwirtschaft

3. Interkulturelle Besonderheiten in Märkten

- Merkmale verschiedener Kulturen / Religionen kennen

4. Marktsegmente und Strategien

- Marketing- Instrumente
- Segmentierung
- Marktforschung
- SWOT-Analyse
- Portfolioanalyse

5. Strategische Lösungsoptionen

- Teilstrategien
- Strategien im Marketing

Prüfungsposition Rechnungswesen (Gewichtung/Faktor 2)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kennt die grundlegenden Strukturen des Rechnungswesens und kann sie als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen verwenden.

Informationsziel:

Die Finanzbuchhaltung eines Unternehmens verstehen.

Die Kostenstruktur eines Unternehmens mithilfe der Methoden der Betriebsbuchhaltung analysieren.

1. Die Finanzbuchhaltung

- Erfolgsrechnung
- Bilanz

2. Bilanz- und Erfolgsanalyse

- Kennzahlen

3. Kalkulation in Handelsbetrieben

- Kalkulation

4. Einführung Betriebsbuchhaltung

- Betriebsabrechnungsbogen

5. Kalkulation in Produktionsbetrieben

- Kosten Artikelgruppen
- Spezialanfertigungen

6. Teilkostenrechnung

- Break-Even Analyse

Prüfungsposition Planung und Beschaffung (Gewichtung/Faktor 2)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat erkennt die Problematik der Beschaffung und kann die Grundsätze erklären.

Informationsziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann die Bedürfnisse der Kollektion in Bezug auf Qualitäten, Preise, Menge, Dienstleistungen Dritter, Produktionsstandort und Transport festlegen und erläutern.

Den Aufbau der Termine in der Lieferkette von der Materialrecherche bis zum fertigen Modell planen und organisieren.

1. Teilgebiet Auslandproduktion

- Unterschiedliche Produzententypen
- Produzententypen in CH, EU, FO vergleichen
- Produktdefinition: Qualität, Preis, Menge
- Auswahl des geografischen Raumes
- Aktuelle Informationen beschaffen zu Transportzeit und Kosten
- Kriterien für Nachhaltigkeit definieren



2. Planung/Beschaffung

- Unterschiedliche Stoffhersteller unterscheiden anhand von Produktdefinition: Qualität, Preis, Menge
- Dienstleistungen Dritter und Zutaten auf Messen und Agenturen beschaffen
- Messedaten
- Eine Kollektionsplanung entwickeln und präzisieren anhand von Terminen und Eckdaten, Material- und Preisangaben, Mengen- und Produktionszeiten

Prüfungsposition BWL mündlich

1. Kollektionsmappe

- Zielgruppe
- Positionierung
- Konkurrenz
- Kostenkalkulation

2. Befragung durch Experte

- Fragen der Experten zu Volkswirtschaft, Marketing und Unternehmensführung in Bezug auf die Projektarbeit des Kandidaten, der Kandidatin

b) Prüfungsteil 2: Projektarbeit

selbständige Arbeit/ Kollektionserstellung (schriftlich und praktisch)

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat ist fähig, aus einem Trendthema einen Projektauftrag abzuleiten und daraus eine innovative, individuelle sowie marktgerechte Kollektion zu entwickeln.

Sie/er kennt die Verknüpfungen zwischen Design und Marketing, kann Segmente definieren und seine Kollektion kunden- oder zielgruppengerecht gestalten und visualisieren.

Bei der Lösung der Aufgaben muss ein persönlicher gestalterischer Ansatz entwickelt werden.

Informationsziel:

Kollektion entwickeln, die von der Idee bis zur Vermarktung schlüssig ist, neue Technologien ebenso reflektiert wie gesellschaftlich relevante Trendthemen.

Die Bedürfnisse der Kollektion in Bezug auf Qualitäten, Preise, Menge, technische Angaben und Produktionsstandort festlegen und dokumentieren.

Dreidimensionale Umsetzungen von eigenen Modellentwürfen ableiten und fachgerecht als Prototypen realisieren.

Bewertungskriterien:

B - Mappenaufbau:

- Allgemeine Gestaltung und Gestaltungselemente
- Stimmungsbild / Hinführung zum Thema
- Logischer Aufbau / Struktur und Informationsgehalt
- Stilistische Übereinstimmung mit dem Entwurfsthema /Konzept
- Dokumentation der Verknüpfung von Design, Marketing und betriebswirtschaftlichen Faktoren der Kollektion

C - Kollektionskonzept:

- Kreativer, innovativer und persönlicher Ansatz der Lösung
- Originalität und Neuigkeitswert der Ideen
- Klarheit der Marktpositionierung
- Bezug zu gesellschaftlich-modisch relevanten Trends
- Basisidee mit logischer stilistischer Umsetzung
- Stilgefühl, Linienführung und Proportionengefühl
- Innovative und umfangreiche Detailideen



A – Figurinen und technische Zeichnungen:

- allgemeine Darstellung
- Proportionen und technisches Verständnis Zeichentechnik / Illustration
- Übereinstimmung mit den Entwurfsthemen
- Sauberkeit und Lesbarkeit
- Technische Produktbeschreibung und Beschriftung
- Darstellung von Detailideen

C - Farbkonzept:

- Harmonien / Kontraste / Farbrhythmus
- Farbaussage / Inspiration / Herleitung
- Umsetzung in Styles / Gesamtwirkung
- Trendbezug / Modernität
- Stimmigkeit zu Kundenbedürfnis und Konzept
- Varianten der Komposition

C - Materialkonzept:

- Vielfalt von Motiv / Textur / Materialität
- Trendbezug / Modernität
- Übereinstimmung zum Entwurf
- Visuelle Darstellung

B - Zielgruppe:

- Potenzial und Kundenkenntnis
- realistisches Preissegment / Verkaufbarkeit
- schriftliche und visuelle Definition des Kundenprofils

B - Modethemen:

- Inspirationsquelle
- Bezug zu gesellschaftlich-modisch relevanten Trends
- Umsetzung der Themen

B - Prototypen:

- Durchdachte und innovative Entwurfsumsetzung
- Konzeptgerechte verarbeitungstechnische Umsetzung
- Passform
- Korrektur- Erkenntnisse

A - Produktdaten:

- Korrektheit
- Vollständigkeit
- Qualität und Quantität der Informationen



c) Prüfungsteil 3: Präsentation der Projektarbeit

mündliche Prüfung

Richtziel:

Die Kandidatin / der Kandidat kann die Projektarbeit anhand von geeigneten Kriterien ansprechend und logisch nachvollziehbar einem Fachpublikum präsentieren.

Informationsziel:

Ideen, Konzepte und Produkte innovativ und zielgruppengerecht mit dem Einsatz von unterschiedlichen Medien visualisieren und mündlich präsentieren.

Bewertungskriterien:

Kollektionspräsentation:

A - Sprache

A - Einsatz von Medien

B - Auftreten

B - Präsentationsablauf

C - Konzeptsicherheit

C - Präsentationsinhalt

C - Inszenierung der Kollektion

7. INKRAFTTRETEN

Diese Wegleitung tritt am 1.8.2024 in Kraft.

Olten, 1.8.2024

Prüfungskommission Fashiondesignerin und Fashiondesigner HFP

Georg Berger
Präsident

Andrea-Monika Haller Messner
Geschäftsstelle Prüfungskommission