Editorial

Autor(en): **Fontana, Jole**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): **- (1988)**

Heft 76

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

WORT IN ALLER MUNDE: INNOVATION

JOLE FONTANA

«Am Neuen hängt, nach Neuem drängt doch alles, ach wir Armen!» Gretchen in Goethes «Faust» drängt es zwar nach Gold, doch die Abwandlung des Stoss-Seufzers sei gestattet: sie ist zeitgemäss angesichts des enormen Stellenwertes, den Innovation erlangt hat. Das Neue erscheint heutzutage noch erstrebenswerter als gleissendes Edelmetall, und zunächst sogar unbesehen, ob es überhaupt Sinn macht, ob es schön, gut, angenehm ist oder nicht. Neu definiert sich in unserer modernen Konsumgesellschaft von vornherein als eine positive Eigenschaft. Innovation ist (bis zum allfälligen Beweis des Gegenteils) stets ein Vorteil, zeigt Vorsprung an.

Mode zumal lebt von der Neuheit, die mit kreativem Einsatz forciert und mit Aufwand verbreitet wird, denn ohne sie käme Veränderung nur sehr zäh und träge zustande. Neu ist gewiss das geläufigste Wort im Modevokabular und das strapazierteste Argument als Absatzmotor. Keineswegs neu ist dieser Tatbestand – neu daran ist lediglich die rasante Beschleunigung der Erneuerung, der wachsende Zwang zur Innovation, die hektische Jagd auf neue Talente. Was dabei mitunter für seltsame Blüten spriessen, illustriert das Motto zu einem aktuellen Modetrend: «Neue Normalität». Sogar das ganz und gar Übliche und Alltägliche wird mit Neuigkeitswert belegt, zumindest verbal ... In der Tat ist der Druck gross, und die Mode, die ohne Unterlass mit neuen Impulsen das Geschäft auf allen Ebenen beleben sollte, bringt ihn am unerbittlichsten zum Vorschein. «Wo Innovationen sich vollziehen, kommt es in einem gewissen Ausmass auch zu Fehl-Innovationen. Anders ausgedrückt: Nicht alle Innovationen erweisen sich als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung ... Nur der Markt kann auf die Qualität (und Quantität) von Innovationen eine valable Antwort geben. Was dort ankommt, hat Zukunft, aber: in zahlreichen Bereichen werden die Innovationszyklen immer kürzer, die Gefahr, ständig daneben zu liegen und zu spät zu kommen, wird bei noch so grossen Anstrengungen immer grösser.» Diese Aussage von Walter Wittmann, Professor für Finanz- und Volkswirtschaft und Präsident der «Schweizerischen Vereinigung für Zukunftsforschung», dem Buch «Innovative Schweiz» entnommen, ist nicht auf Mode gemünzt, trifft aber Wort für Wort auch auf sie zu.

Wer, der in der Modebranche tätig ist, müht sich nicht ab, die Nase im Wind zu haben und schneller zu sein als der andere, der Konkurrent? Wer muss nicht dauernd lavieren zwischen Risiko und Vorsicht, zwischen Vorpreschen in modisches Neuland und Verharren auf vertrautem Boden? Mode bewege sich zwischen alten Riten und neuen Mythen. Wahres ist dran. Die Balance bestimmt den Grad akzeptabler Innovation.

Innovation ist in dieser Ausgabe von «Textiles Suisses» mehrfach ein Thema. Mannigfaltige Belege für neue Ansätze in der Mode finden sich vor allem im Bild, das – nebst herausragenden textilen Nouveautés – auch die erwähnte «Neue Normalität» wiedergibt. Von den «Neuen Kreativen», auf die neue Messen massgeschneidert sind («Contemporary» in Mailand, «Pitti Trend» in Florenz zum Beispiel oder auch die Wiener U-Modemesse) präsentieren sich junge Talente aus Wien mit Modellen aus Schweizer Stoffen. Und Innovation ist in ganz anderem Bereich Wort in aller Munde: keiner der Textilveredler, mit denen sich ein umfangreicher Report befasst, der nicht innovative Entwicklungen ins Zentrum des Interesses stellt.