Editorial

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

Objekttyp: **Preface**

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

Band (Jahr): **- (1992)**

Heft 89

PDF erstellt am: **27.05.2024**

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

Jole Fontana

Editorial

Wieviel Mode braucht der Mensch?

Mode ist, für Frauen, die schönste Nebensache der Welt. (Den Männern seien, an vorderer Stelle in der Rangfolge, Sport oder Auto zugestanden, in der Hoffnung, dass dabei Lust auf modische Kleidung nicht zu sehr ins Hintertreffen gerate...) Mode ist freilich auch Inbegriff des Flüchtigen, Wandelbaren. Folglich besitzt man Mode nicht ein für allemal oder wenigstens auf längere Sicht, sondern muss sie stets neu erwerben. Erst dieser trendbedingte (und nicht eigentlich notwendige) Erwerb kurbelt die Geschäfte richtig an zu Nutz' und Frommen von Modeindustrien und Modehandel und allen, die von Mode leben. So weit, so Binsenwahrheit.

Nun ist der Mensch bekanntlich nie zufrieden, will immer mehr – zum Beispiel mehr Umsatz. Um mehr zu verkaufen, scheint die logische Voraussetzung: mehr und Neues anbieten. Auf Mode bezogen heisst das: noch mehr Ideen entwickeln, mehr Kollektionen gestalten, laufend Neuheiten vorlegen ohne Rücksicht auf das Risiko. Es heisst mehr mustern auf der ganzen Linie, damit sich die Moden immer rascher folgen und immer früher unter die Leute kommen.

Der Beschleunigungseffekt funktionierte, und lange schien das gut zu gehen, zumal in den konsumfreudigen 80er Jahren. Erst jetzt, im rauher gewordenen Wirtschaftsklima, sind ernsthafte Zweifel aufgekommen und hitzige Diskussionen entbrannt über den Sinn von so viel Überfluss, der die Musterungskosten in schwindelnde Höhen treibt und das Modeangebot über Gebühr verteuert. Brauchen die Konsumenten denn die verwirrende Fülle von Farben, Mustern, Linien? Wollen sie im Januar schon ein Sommerkleid im neusten Trend, der bis dahin vielleicht gar nicht mehr so aktuell ist?

Wieviel Mode braucht denn überhaupt der Mensch? Müssige Frage – aber sicher ist eines: er erkennt schnell, dass er mit weniger auskommen kann, wenn er den Gürtel enger schnallen muss. Dabei ist gar nicht gesagt, dass sein Interesse an Mode abflaut. Auch der modische Auftritt wird nicht beeinträchtigt, sofern die Abstriche bei der Quantität erfolgen und nicht bei der Qualität und Kreativität.

Letzteres gilt genauso für den Modehersteller. Eine geringere Anzahl von Modellen oder Mustern bedeutet nicht von vornherein eine Einbusse. Die Kollektionen können nur gewinnen, wenn halbherzig auch noch berücksichtigte Trends am Rande, belanglose Standards, die anderswo billiger produziert werden, oder Produkte ohne Profil wegfallen. Kein Einkäufer wird sie missen.

Die neuen Schweizer Stoffkollektionen, die in dieser Nummer der «Textiles Suisses» vorgestellt werden, belegen die These. Der auf allen Beteiligten lastende Druck, die enormen Musterungskosten im Griff halten oder womöglich reduzieren zu müssen, zeitigt keine negativen Auswirkungen. Im Gegenteil hat durch Straffen und Bündeln zu präzis herausgearbeiteten Themen manche modische Aussage an Prägnanz und Überzeugungskraft gewonnen. Schwierige Situationen können auch als Herausforderung an die Kreativität verstanden werden.