

Editorial

Autor(en): **Butzerin, Anne Marie**

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): - **(1986)**

Heft 65

PDF erstellt am: **06.08.2024**

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>



ANNE MARIE
BUTZERIN

VOM REIZ DES NEUEN

Der Wandel der Mode, ihre Veränderlichkeit, ist paradoxerweise die Quintessenz ihrer Beständigkeit. Auch wenn besonders spitze Zungen behaupten, dass Mode langsam geht, so ist es gerade deshalb um so erstaunlicher, mit welcher Spannung modische Strömungen nicht nur von Frauen, sondern auch in zunehmendem Masse von den Männern verfolgt oder zumindest beobachtet werden. Ob man nun eine Modekapriole belächelt, bestaunt oder mitmacht, hängt von der Einstellung der Person ab. Sicher wäre aber jeder überrascht, würden alle frechen Outfits, die extravaganten Looks und die vielen kleinen Gags einmal ausbleiben, oder würde die Mode gar zur Uniform werden. Langeweile – in welchem Sinne auch immer – entspricht nicht dem heutigen Lebensstil. Der Konsument ist sensibilisiert auf Neuheiten, auch wenn er ihnen gegenüber inzwischen eine viel kritischere Haltung einnimmt. Allerdings, ent-

weder hat man Einfälle oder nicht, aber es wird um so schwieriger, diese Impulse weiterzuleiten, je übersättigter ein Markt ist. Deshalb ist das kreative Denken, bewusst oder nicht, zu einem nicht zu unterschätzenden Schlüsselwort für erfolgreiches Business geworden. Ohne neue Reize, ohne bedürfnisschaffende Motivationen wird der Konsum stagnieren. Die Medien spielen dabei eine vermittelnde Rolle. Es liegt in der Hand der Medienmacher, mit welchen Akzenten, durch welche Originalität sie die Aufmerksamkeit eines Lesers auf sich ziehen und Spannung durch optische Reize, seien sie nun neu oder einfach anders, auslösen wollen. Ausschlaggebend ist die Wirkung, die damit erreicht wird. Flexibilität und kalkulierte Risiko sind dabei unumgängliche Voraussetzungen. Von diesen Überlegungen ist auch die «Textiles Suisses» bei der Neugestaltung der vorliegenden Nummer ausgegangen.