

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Band: - (1992)
Heft: 91

Vorwort: Editorial
Autor: Fontana, Jole

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 13.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EDITORIAL

NISCHENPOLITIK



Jole Fontana

„... und welches Glück grinst uns aus dem Spiegel entgegen, wenn wir Anschluss haben, aussehen wie alle, und alle anders aussehen als gestern!“, schreibt Robert Musil in einem seiner Essays aus dem Sammelband „Nachlass zu Lebzeiten“ (erschienen 1936) und fragt sich: „Warum das alles? Vielleicht befürchten wir zu Recht, dass unser Charakter wie ein Pulver auseinanderfallen könnte, wenn wir ihn nicht in eine öffentlich zugelassene Tüte stecken.“

Von diesem Glück, das Anschluss verheisst – „in sein“ auf neu-deutsch –, lebt die Mode. Aber das Glück bröckelt zusehends. Denn neben der öffentlich zugelassenen (das heisst breit akzeptierten) Tüte für die modebewussten Angepassten sind schon so viele andere Tüten im Umlauf, dass der charakterliche Halt womöglich nicht mehr gewährleistet ist. Oder er funktioniert nur in kleinen Gruppen Gleichgesinnter, die mit ihren Modenischen sozusagen Nischenpolitik betreiben.

„Künftig wird sich Mann/Frau für sich selbst anziehen und nicht für die anderen.“ Die Behauptung

steht im Raum und wirkt gegen Trend und Diktat. Denn für sich selbst bedeutet natürlich auch: nach eigenem Gutdünken, ohne allzu konkrete Anleitung oder genaue Vorgabe. Immer mehr Konsumenten gehen auf Distanz zur sogenannten „Mode“, das heisst sie nehmen davon, was ihnen gefällt, mixen, wie es ihnen einfällt, lassen eine Prise Ironie einfließen oder geben sich – nach neuestem Schlüsselwort – multi-kulturell und leihen sich hier ein Inka-Motiv und dort ein fernöstliches Element aus. Mit einem Wort: sie sind unabhängiger geworden von bewusst gesteuerten Einflüssen und schaffen sich ein Stück weit ihre eigene individuelle Mode. Besagte Tüten werden immer kleiner und die Trends immer aufgesplitteter und zahlreicher. Lauter Nischen.

Das hat Konsequenzen für die Kleidermacher und Stoffhersteller. Sie können die Trends nicht mehr verlässlich beziehen bei den Informanten, den Stylingbüros und Modeprognostikern, und auch der Besuch der einschlägigen Fachmessen bringt nur Basiserkenn-

nisse. Alles andere ist eigener Entscheid, eigene Interpretation von heutigem – oder morgigem – Lebensgefühl und gesellschaftlicher Entwicklung. Fraglos ist das weit anspruchsvoller und schwieriger zu formulieren, als „Anschluss zu haben und zu tun, was alle tun“ – in Abwandlung des eingangs zitierten Musil’schen Gedankens. Die eigene Überzeugung zählt, auf die Auswahl dessen, was man am besten kann – und zugleich auf die Beschränkung darauf –, kommt es an. Nischenpolitik, die beim exakten modischen Profil anfängt.

Ohnehin sind die Schweizer Textiler bekanntlich Nischen-spezialisten, nolens volens, schon weil ihnen das grosse Mittelfeld nur in den seltensten Fällen ein goldener Mittelweg sein kann. Das ist annähernd in jedem Kapitel der vorliegenden Ausgabe von „Textiles Suisses“ – von den Stoffen bis zu den Krawatten – nach-zuprüfen und nachzulesen.