

Editorial

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

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): - **(1995)**

Heft 104

PDF erstellt am: **28.06.2024**

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

Die Sparsamen

«Wenn das Geld für die Verschwender rund ist, so ist es doch flach für die Sparsamen, die es aufschichten», sagt Balzac.

Alle reden vom Sparen. Alle Zeitungen schreiben besorgt vom Sparen. Der Staat verlangt's von seinen Bürgern. Die Rezession zwingt die Betroffenen dazu, und die Vorsicht gebietet es den Ängstlichen. (Wieviel am Ende überhaupt noch zum Aufschichten bleibt, ist eine andere Frage.) Derweil beklagt der Handel, landauf, landab und europaweit, die einschneidende Kaufzurückhaltung, die sich so viele Konsumenten auferlegen, und dies zumal bei Kleidung. Das Geschäft mit Mode steht unter keinem günstigen Stern.

«Nur nichts kaufen ist billiger» - das ist der verhängliche Slogan, den ein Konfektionshaus für Lockvogel-Artikel einsetzt. Die Jagd auf Billigangebote aber ist just nicht das, was der gebeutelten Modebranche auf die Beine hilft, weder im Handel, noch in der Industrie. Bei solch unerbittlichem Wettbewerb auf Produktionsseite mithalten zu wollen, wäre von vornherein fatal. Da liegen Ansätze zur Besserung schon eher auf dem genau entgegengesetzten Weg: statt den Preis den Wert hervorheben.

Zumal der Schweizer Textilindustrie bleibt anderes nicht übrig, als noch mehr auf Qualität zu setzen, noch mehr Nischen ausfindig zu machen und Spezialitäten zu pflegen, noch mehr zu investieren in Kreativität und Innovation. Dass sich die Resultate solcher Anstrengungen sehen lassen können, belegen die folgenden Seiten in vielerlei aufwendiger Form. Luxus muss nicht auf der Strecke bleiben, weil den (freiwillig oder notgedrungen) Sparsamen das Geld nicht mehr so locker in der Tasche sitzt. Allemal ist er ein verführerisches Argument, wenn es gelingt, das Besondere, Einmalige herzustellen und darzustellen.

Als einen harten Widersacher der Gleichheit hat Hans Magnus Enzensberger in einem Essay den Luxus charakterisiert. Wer möchte sich nicht unterscheiden vom anderen, sich abheben zum Beispiel mit Hilfe exklusiver Mode? Das mag manchem selbst in sparsamen Zeiten etwas wert sein. Auch stehen die Chancen vielleicht nicht so schlecht, hält man sich des Philosophen Montesquieu (1689-1755) Überzeugung vor Augen: «Ohne Luxus geht es nicht. Wenn die Reichen nicht reichlich ausgeben, werden die Armen Hungers sterben.» Ganz verloren hat der Satz seine Bedeutung nicht.