

# Editorial

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

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): - **(1996)**

Heft 106

PDF erstellt am: **15.08.2024**

## **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.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>



Jole Fontana

### Ins Netz gegangen

«Nachgeahmt zu werden, ist die aufrichtigste Form der Modehuldigung», sagte Coco Chanel genau in der Mitte dieses Jahrhunderts. Gegen dessen Ende nun stürzt das Ausmass der Nachahmungsmöglichkeiten die Kreativen in Verwirrung. Die (informationstechnische) Revolution frisst ihre Kinder. Internet heisst der Schlüssel zu beliebiger Verfügbarkeit von Information, zum Beispiel über neuste Mode. Für 999 Dollar Jahresbeitrag bietet «First View», ein amerikanischer Internet-Service, die unmittelbare Wiedergabe von Entwürfen der Designer und Couturiers. Dank digitalisierter Bildübermittlung innert Minuten kann jeder Internet-Surfer sozusagen «live» via Computer an den Schauen teilnehmen, die bislang bloss einem verschworenen Zirkel von Insidern zugänglich waren, kann überdies jedes Modell zu jeder Zeit abrufen, vergrössern, manipulieren. Was einen kreativ und finanziell aufwendigen, in der Innovationsphase aber noch relativ abgeschirmten Kreislauf von trendsetzendem Modedesign und Modemarketing darstellte, ist dem allgemeinen Zugriff, auch dem durchaus unlauteren von Kopisten, überlassen.

Die Pariser Modekammer will das verhindern, will gerichtlich gegen Internet-Piraten vorgehen. Eine restriktivere Zulassung von Kameralenten, die Beschränkung der TV-Sendezeit auf drei Minuten pro Schau sollen das Risiko mindern. Ausserdem erwägt sie die Verlegung der Défilés auf einen späteren Zeitpunkt (damit zum Kopieren weniger Zeit bleibt), möchte allenfalls sogar die einstige Sperrfrist für Bildveröffentlichungen wieder einführen. «Wir sind übereingekommen, jede Verbreitung über Internet zu unterbinden», beteuert der Präsident der Chambre Syndicale.

Doch das Rad zurückdrehen war noch nie eine gute Lösung.

«Internet ist schlicht nicht kontrollierbar. Es gibt keinen Weg, das zu ändern», sagt Nicholas Negroponte, amerikanischer Medienforscher und Autor des Buches «Total digital». Das scheinen progressivere Designer zu erkennen, sie wollen die globale Vernetzung zu ihrem Vorteil nutzen. Jean-Paul Gaultier kündigt einen Internet-Auftritt an, amerikanische Modemacher tummeln sich bereits im World Wide Web. Denn schliesslich bedeute, laut Karl Lagerfeld, ein Modell zu sehen, noch lange nicht, dass man es kopieren kann. Erst recht gilt das für den Stoff, aus dem moderne Mode ist, zumal für den technologisch raffinierten, innovativen Stoff.

Paris – Mailand:  
Prêt-à-porter der Designer  
Winter 96/97

## VERNUNFT MIT

# WITZ

Der Witz überspielt die Reduzierung auf das Notwendige. Der Mix von nicht Zusammenpassendem setzt der Vernunft amüsante Lichter auf. «The Cult of the Cool» löst die Verehrung des betont Weiblichen ab.

**Text: Jole Fontana**  
**Zeichnungen: Christel Neff**

Natürlich ist – als Essenz der Designerkollektionen zum nächsten Winter – derlei «terrible simplification» unzulässig, wäre sie mit dem Anspruch verknüpft, neue Mode in all ihren auseinanderstrebenden Erscheinungsformen und Subkulturen zu erfassen und auf einen Nenner zu zwingen. Indessen trifft sie den brisanten Kern der Veränderung, denn es ist unverkennbar, dass puristische Linien und sachliche Silhouetten den verlässlichen Unterbau abgeben für Kollektionen, die sich nicht mehr leisten können, nur zu blenden und zu überraschen, die vielmehr Normalität und Wertbeständigkeit vermitteln wollen (oder müssen...). Mode ist vom Laufsteg heruntergestiegen. Bildlich und wört-

lich. Zumal selbst Designer, die bis anhin stets der grossen Show huldigten, ihre Models auf den Boden der Realität stellten und zu ebener Erde, in «Tuchföhlung» mit dem sachverständigen Publikum, defilieren liessen.

Normalität – das heisst zuallererst: Hosen. Hosenanzüge sind unbestritten der Angelpunkt, an dem sich die Abwendung von vordergründiger Weiblichkeit festmacht. Sie sind allgegenwärtig und überaus variantenreich und gehen oft noch einen Schritt weiter in die Männerwelt – zur Uniform. Militärischen Attributen werden umgekehrt, als Brechung der Strenge, wiederum weiche Stilelemente und spielerische Details hinzugefügt. Diese ebenso subtile wie listenreiche Methode

der vielfältigen Verquickung von männlichen und weiblichen Zügen schafft Spannung, durchaus auch eine erotische, denn sie bringt eine verhaltene Sinnlichkeit hervor, die Modernität einfühlsamer verkörpert als das Beharren auf abgegrenzten femininen und maskulinen Standpunkten.

Gegensätze zusammenbinden und mit scheinbar unverträglicher Mischung neue Formeln erproben – darin entwickeln die Designer überhaupt grosse Fertigkeit, die sie zur Zeit mit besonderer Hingabe dem Umgang mit Stoffen widmen. Die Ergebnisse sind verblüffend und erfrischend. Sie vermitteln der Mode, bei allem Hang zum vernünftigen Masshalten, Schwung und Neuerung, Reiz und Witz.

### **Bikkembergs**

Klare, strenge Linie mit witzigem Detail: schmaler Hosenanzug aus Tweed mit grosser, einseitig platzierter Pattentasche.

### **Helmut Lang**

Drunter wie drüber, drüber wie drunter: T-Shirt-Top und Rock aus Feinstrick über durchscheinendem Paillettenrock.

### **Gaultier**

Klassische Linie, überraschendes Innenleben: schmale Hose und bodenlange Redingote mit raffinierten Innentaschen.