

Editorial

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

Objektyp: **Preface**

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

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

Heft 107

PDF erstellt am: **17.09.2024**

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.



Jole Fontana

Good News

«Die Zukunft gehört jenen, die an die Schönheit ihrer Träume glauben» (Eleanor Roosevelt), oder: «Was lange währt, wird endlich gut». Mitunter bewahrheiten sich Spruchweisheiten. Der lange Leidensweg mit dem Passiven Veredlungsverkehr, der die exportierenden Schweizer Textilunternehmen trotz wiederholter verbandspolitischer Vorstösse über Jahre hinweg in gravierenden Nachteil versetzt hat, ist zu einem überraschenden guten Ende gekommen. Die Einführung der paneuropäischen Kumulation erkennt den Waren schweizerischer Herkunft einen integral europäischen Ursprung zu – darüber informiert die vorliegende Ausgabe der «Textiles Suisses»: Good News in der Tat für die Textilindustrie. Und Anlass für eine Spur mehr Glaube an die «Schönheit der Träume», die zu deuten wären mit Belebung und Bewegung im Exportmarkt und zumal im vorrangigen deutschen Markt.

Bewegung kommt auch anderweitig in die textile Szene. Dass Mode sich bewegt, ist nur natürlich. Dass aber das Geschäft mit Mode, trotz der beweglichen Ware, durchaus auch Beharrlichkeit zeigt, ist nicht immer von Vorteil. So zeichnet sich längst ab, dass der Saisonwechsel, der Bekleidung, entgegen klimatisch und modisch fließender Übergänge, unbeirrt in Sommer und Winter unterteilt, die Konsumenten wenig kümmert. Und erst recht bleiben sie ungerührt, wenn ihnen der Handel den neuen Wintermantel schon im Juli ans Herz legen möchte. Von solch überholter Angebotsstruktur abzurücken, gelingt aber offenbar erst unter dem Druck einer zunehmenden Konsumverweigerung. Und der Anstoss kommt nicht vom Handel, der auf der Ware sitzen bleibt. Vielmehr kommen neue Denkmodelle zur Zeit in der Messeszene zum Tragen; freilich hängt ihr Erfolg ab von der Unterstützung ihrer Partner auf Anbieter- und Abnehmerseite.

Das Reizwort «Vier-Jahreszeiten-Modell» umschreibt die neue Marketing-Strategie der Igedo: alle drei Monate eine Damenkonfektionsmesse, die das Angebot näher an die Bedürfnisse der Verbraucherin rückt. Natürlich wirkt eine solche Beschleunigung des Orderrhythmus auf die textile Stufe zurück, für die indes rollende Musterung, Segmentierung des Angebots, Verkürzung der Lieferfristen auch keine Fremdwörter sind. Ob die aktuelle Neugliederung der Stoffmessen – Interstoff, Première Vision, Ideacom entwickeln zielgruppenorientierte Raster mit Früh- und Späterminen – nicht bloss Mehraufwand, sondern auch eine konsumgerechtere und daher erfolgversprechende Formel darstellt, – ob sie Belebung des Geschäftes, also Good News bedeutet, muss sich nun erst weisen.