Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1982)
Heft: [1]

Artikel: Kreativität als "Schulfach"
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-795483

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

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

KREATIVITÄT ALS «SCHULFACH»

EIN PANELGESPRÄCH ÜBER ASPEKTE DER NACHWUCHSFÖRDERUNG

● Unter der straffen Führung von Professor Dr. Rolf Dubs, Direktor des Instituts für Wirtschaftspädagogik an der Hochschule St. Gallen, haben führende Persönlichkeiten der Welt der Mode die Gelegenheit benutzt, um sich mit den mannigfaltigen Problemen und Aufgaben der Nachwuchsförderung auseinanderzusetzen. Dabei wurde dem Begriff der Kreativität und deren Lehr- und Lernbarkeit grösste Aufmerksamkeit geschenkt. Von der Industrieseite her ist jener Designer kreativ, der sich mit den Zielen, dem Markt und dem Team, in dem er arbeitet, identifiziert und mit seinem individuellen Einsatz dem gesamten Firmenkonzept einen weiteren Stein hinzufügt. So kann ein Gestaltungsprogramm errichtet werden, das überzeugt und der Firmenstrategie und dem Firmenimage entspricht. Als Créateur muss man aber auch um seine Identität wissen, sie ist die Quelle seiner schöpferischen Kraft. Weiter ist das Moment der Kommunikation von eminenter Bedeutung. Der aktive Kontakt mit der Umwelt, die Fähigkeit, sich mitzuteilen, und zuzuhören ist Voraussetzung für neue Impulse. Marktkenntnis und individuelle Anpassung an den Markt sind erforderlich, um nicht an den Marktansprüchen vorbei zu produzieren. Grundsätzlich zeigte sich die Unternehmerseite von den heutigen Ausbildungsmethoden sehr zufrieden, wobei an die jungen Designer von morgen mehrmals der Wunsch zu intensiverem Teamwork und zur überzeugten Integration in die Firma geäussert wurde.
Der selbständige «arrivierte» Créateur sieht im vermehrten Kontakt der Schüler mit der Industrie, der Praxis, positive Ausbildungsmöglichkeiten. Diese Öffnung der Industrie ist angesichts des Konkurrenzkampfes und des dadurch notwendigen Technologie- und Musterschutzes aber nicht unbegrenzt möglich. Im weiteren sollte das Schwergewicht bei der Grundausbildung nach Ansicht der Créateurs vermehrt bei der Aneignung des technischen Rüstzeugs liegen. Die Beherrschung des Handwerks führt zur umfassenden Meisterschaft.

Auch der Fachlehrer, der Leiter von Modeschulen, würde eine praxisnähere Ausbildung begrüssen. Die Schüler, und damit letzten Endes die Industrie, könnten von einem interessenspezifischen Praktikum während der Ausbildung in hohem Masse profitieren. Wettbewerbe innerhalb der Schulzeit werden begrüsst, da sie den Schüler auf den sicherlich nicht ausbleibenden Leistungsdruck im Berufsleben vorbereiten. Diese Wettbewerbe sollen jedoch so gestaltet werden, dass sie nicht unnötige Aggressivitäten wecken.

Otto Drögsler, Student an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien

Ich stelle die Anforderung an die Schule, dass der Schüler bei grösstmöglicher Objektivität trotzdem auf den für ihn optimalen Weg gebracht wird. Es soll gelernt und gleichzeitig Freiheit und Individualität des Schülers gewahrt werden. Dabei soll er auch negative Kritik erfahren, es bringt dem Studenten nichts, wenn er nur verwöhnt wird, während seiner Studienzeit.

Marie Rucki, Direktorin des Studios Berçot, Paris

Für einen jungen Schüler, der sich für ein ganz bestimmtes Studium entschieden hat, ist es wesentlich, dass er sich – neben dem theoretischen Unterricht – in der Industrie auch praktische Kenntnisse erwerben kann. Nur so begreift er die Zusammenhänge, das Werden einer Kollektion vom Garn bis zum fertigen Modell.

Gianfranco Ferré, Créateur, Mailand

Wettbewerbe zeigen den kreativen Charakter einer Person, doch geben sie kein gültiges Werturteil. Ich selbst habe kein Bedürfnis, einen Rivalen zu bezwingen. Wenn nun jemand kreativer ist als ich, dann betrachte ich das einfach als naturgegebene Tatsache.

Der ebenfalls am Panelgespräch teilnehmende Student erwies sich als unbedingter Anhänger von Wettbewerben, für ihn sind sie Gradmesser seines Könnens innerhalb seiner Generation und gleichzeitig eine Möglichkeit, wichtige Kontakte für die zukünftige Karriere anzuknüpfen. Von den Lehrern selbst wünscht sich der Hochschulabsolvent klarere Kritik. «Samthandschuhe» erachtete er nicht als sehr ausbildungsfördernd!

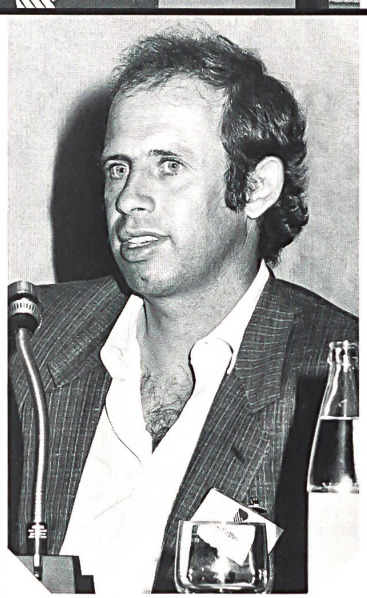
Befragt nach dem wichtigsten Postulat für eine effiziente Nachwuchsförderung, bekannten sich alle Gesprächspartner zu dem Wunsch nach echtem, freudigem Engagement der Schüler. Positives Denken und Vergnügen an der eigenen Tätigkeit seien unabdingbare Grundlage für echte Kreativität. Dazu gehören aber auch – dies von Seiten des Créateurs – Bescheidenheit und das ehrliche Bemühen, sich seine Lernfähigkeit in allen Bereichen zu erhalten. Nur so schafft man die Voraussetzung zur eigenen Weiterentwicklung.

● Under the firm leadership of Professor Dr. Rolf Dubs, Director of the Institute for Education in Economics at the St. Gall Graduate School, leading personalities from the world of fashion wrestled with the problems and tasks associated with development of the rising generation's potential. Attention was focussed principally on the concept of creativity and the extent to which it may be taught and learned. Viewed by industry, a creative designer is one who fully identifies with the goals, the market and the team in which he works and who, through his own personal interpretation of the firm's overall approach, makes a positive contribution. This allows an effective design programme corresponding to the firm's strategy and image to be established. In his capacity as a creator, Man must be conscious of his identity, the source of his creative powers. Communication is an element of supreme importance. Active contact with the environment, and the capacity to give of oneself and to listen to oneself are vital to the upsurge of fresh creative drive. Knowledge of and attunement to the market are essential to a well-oriented production. Employers expressed their basic satisfaction with current teaching methods and their desire for closer teamwork and fuller integration of the potential designers into the firm.
For the independent, "self-made" creator, intensified contacts between students and the practical world of industry afford valuable educational opportunities. However, competition and the need to protect technology and patterns impose certain restrictions on this "open house" attitude on the part of industry. In addition, in the creators' opinion, the emphasis of the basic studies course should lie on the acquisition of technical skills. Proficiency in the practical skills leads to mastery of all.
The lecturers and directors of the fashion schools are also in favour of a more practically oriented training. The students and, ultimately, industry would derive enormous benefit from practical experience in a specific field during the training period. Contests during the study years, which provide a foretaste of the inescapable pressures of professional life, are another popular notion. They should, however, be so organized as to preclude unnecessary aggression. The students on the panel were all fervent advocates of contests, which they regard as yardsticks for measuring themselves against their peers and as the occasion

Professor Dr. Rolf Dubs, Chairman, Direktor des Instituts für Wirtschaftspädagogik an der Hochschule St. Gallen.

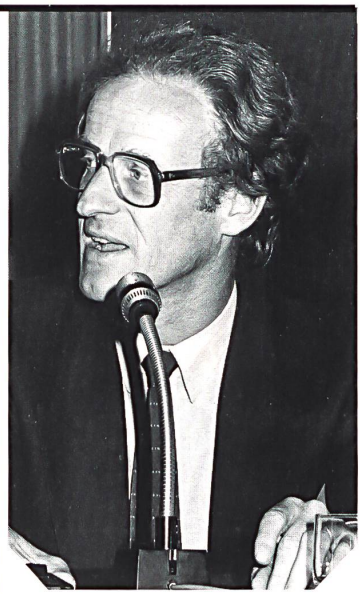
Anne Marie Beretta, Créatrice, Paris

Es sollte wieder grösseres Gewicht auf die technische Grundausbildung gelegt werden. Die Beherrschung des Handwerks ist immer noch die beste Voraussetzung für einen erfolgreichen Designer.



Willy Bogner, Geschäftsführender Gesellschafter, Willy Bogner GmbH + Co. KG, München

Es ist wichtig, dass vom einzelnen Créateur sehr viel persönlicher Einsatz und persönliche Ideen kommen. Diese Ideen müssen dann aber im Gesamten einer Firma effektiv werden können, und da ist der menschliche Faktor der Anpassungsfähigkeit, des Arbeitenkönnens im Team genauso wichtig, wie das Fachliche und das Kreative.



Ruedi Mettler, Präsident des Verwaltungsrates, Mettler + Co. AG, St. Gallen

Bei uns muss ein junger Gestalter erkennen, weshalb wir was bis heute so machten, nicht damit er das Gleiche wiederum gleich macht, sondern damit er versteht, welchen Markt wir eigentlich ansprechen und mit welchen Produkten wir Erfolg haben. Unser Créateur muss selbst Kontakt zum Markt haben, denn der Markt ist unser Leben, unsere Zukunft.

for making contacts with an important bearing on their future careers. The final-year students would also welcome franker criticism from the teaching staff; "kid gloves" are not the most effective teaching aid!
When questioned as to the most critical factor in the effective development of the next generation's potential, all partners to the discussion confessed to a desire for genuine, whole-hearted student involvement. True creativity demands a positive attitude and a high degree of job satisfaction. As the creators pointed out, modesty and a sincere attempt to keep abreast of developments in every sphere are essential to one's own further education.

● Sous la conduite précise du professeur Dr Rolf Dubs, Directeur de l'Institut de pédagogie économique à l'Ecole des Hautes Études de St-Gall, des personnalités de la mode ont eu l'occasion de se familiariser avec les divers problèmes et tâches inhérents à la promotion des jeunes, de la relève. La notion de créativité, la possibilité de l'enseigner et celle de l'assimiler ont suscité un vif intérêt. Du point de vue de l'industrie, le designer créatif est celui qui s'identifie avec l'objectif, le marché et l'équipe dans laquelle il travaille et dont l'engagement personnel contribue à faire progresser le concept d'ensemble de l'entreprise. Un programme concluant pourra alors être élaboré, fidèle à la stratégie et à l'image de l'entreprise. Le créateur devra cependant être aussi en accord avec sa propre personnalité, source de sa capacité créatrice. Autre aspect important: le phénomène de la communication. Le contact actif avec l'environnement, la faculté d'expression et la réceptivité sont à la base de nouveaux élans. La connaissance du marché et une adaptation individuelle sont indispensables si l'on veut éviter de produire à contresens de la demande. Dans l'ensemble, les représentants de l'industrie se déclarent très satisfaits des méthodes de formation actuelles, à plusieurs reprises pourtant ils expriment le désir de voir un travail d'équipe plus poussé et une meilleure intégration des jeunes au sein de l'entreprise.
Le créateur indépendant et «arrivé» entrevoit une formation plus positive par un meilleur contact des élèves avec l'industrie et les travaux pratiques. La concurrence et l'indispensable protection des modèles et de la technologie rendent pourtant une telle ouverture de la part de l'industrie partiellement irréalisable. Les créateurs aimeraient en outre voir attribuer une importance accrue aux connaissances d'ordre technique dans la formation de base. L'ampleur et la solidité des connaissances conduisent à la maîtrise du métier.
L'enseignant, de son côté, le directeur d'écoles de mode verraient avec plaisir une formation mieux axée sur les connaissances pratiques. Les élèves et l'industrie enfin profiteraient dans une large mesure de l'instauration d'un stage pratique bien spécifié en cours de formation. Les concours pendant les études sont appréciés, l'élève étant appelé à se familiariser avec l'effort qu'il sera appelé à fournir dans sa vie professionnelle. Les concours doivent être organisés de manière à ne pas susciter d'agressivité inutile.
L'étudiant qui participait au panel se déclara un adepte inconditionnel des concours qui permettent de mesurer ses connaissances dans le cadre de sa génération, tout en facilitant des contacts importants pour sa carrière future. De la part des enseignants, il saluerait une critique mieux charpentée, considérant le «gant de velours» comme peu promotionnel.
A la question de savoir quel serait le vœu primordial à formuler pour une promotion efficace dans la formation de la relève, les participants furent unanimes à souhaiter un engagement profond et positif de la part des élèves. Un esprit positif et la joie dans l'exercice de son activité sont indispensables à une créativité réelle. De la part du créateur s'ajoutent à cela la modestie, l'effort sincère de sauvegarder sa faculté de parfaire ses connaissances dans tous les secteurs. Ainsi seulement les conditions d'une progression personnelle permanente seront remplies.