Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1986)
Heft: 65

Vorwort: Editorial
Autor: Butzerin, Anne Marie

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: 28.07.2025

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

ANNE MARIE
BUTZERIN

VOM REIZ DES NEUEN

Der Wandel der Mode, ihre Veränderlichkeit, ist paradoxerweise die Quintessenz ihrer Beständigkeit. Auch wenn besonders spitze Zungen behaupten, dass Mode langsam geht, so ist es gerade deshalb um so erstaunlicher, mit welcher Spannung modische Strömungen nicht nur von Frauen, sondern auch in zunehmendem Masse von den Männern verfolgt oder zumindest beobachtet werden. Ob man nun eine Modekapriole belächelt, bestaunt oder mitmacht, hängt von der Einstellung der Person ab. Sicher wäre aber jeder überrascht, würden alle frechen Outfits, die extravaganten Looks und die vielen kleinen Gags einmal ausbleiben, oder würde die Mode gar zur Uniform werden. Langeweile – in welchem Sinne auch immer – entspricht nicht dem heutigen Lebensstil. Der Konsument ist sensibilisiert auf Neuheiten, auch wenn er ihnen gegenüber inzwischen eine viel kritischere Haltung einnimmt. Allerdings, entweder hat man Einfälle oder nicht, aber es wird um so schwieriger, diese Impulse weiterzuleiten, je übersättigter ein Markt ist. Deshalb ist das kreative Denken, bewusst oder nicht, zu einem nicht zu unterschätzenden Schlüsselwort für erfolgreiches Business geworden. Ohne neue Reize, ohne bedürfnisschaffende Motivationen wird der Konsum stagnieren. Die Medien spielen dabei eine vermittelnde Rolle. Es liegt in der Hand der Medienmacher, mit welchen Akzenten, durch welche Originalität sie die Aufmerksamkeit eines Lesers auf sich ziehen und Spannung durch optische Reize, seien sie nun neu oder einfach anders, auslösen wollen. Ausschlaggebend ist die Wirkung, die damit erreicht wird. Flexibilität und kalkuliertes Risiko sind dabei unumgängliche Voraussetzungen. Von diesen Überlegungen ist auch die «Textiles Suisses» bei der Neugestaltung der vorliegenden Nummer ausgegangen.