

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1988)
Heft: 74

Vorwort: Editorial
Autor: Fontana, Jole

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.05.2025

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

MÄNNERROLLEN



J O L E F O N T A N A

Der Mann, einst sicher in seiner Rolle als Macher, der die Welt bewegt, und sei's nur die eigene kleine, ist verunsichert. Bekanntlich wollen die Frauen jetzt auch bewegen. Auf den Halt der etablierten Männergesellschaften ist kein Verlass mehr. Am festgefühten Image wird gekratzt. Verhaltensnormen werden in Frage gestellt und Traditionen aufgeweicht. Mann ist nun auf sich selbst gestellt. Und er muss sich selbst darstellen.

Von seiner Not und seiner Lust auf der Suche nach dem passenden neuen Kleid – im wörtlichen und übertragenen Sinn – gibt die

aktuelle Männermode getreulich Aufschluss.

Dabei haben sich die Ereignisse, die den Schritt von gruppenspezifischer Bekleidung (Gruppe: seriöser Mann) zu individuellem modischem Ausdruck markieren, in jüngster Zeit geradezu überstürzt. «Changez-vous, ça change tout!» riefen im letzten Sommer die französischen Bekleidungsverbände in ihrer Werbebotschaft den Männern zu. Schützenhilfe für diese Verwandlungen kommt in (fantasie-)reichem Mass von den kreativen Designern, die die Mode bewegen. Und die, nebenbei bemerkt, die selben sind auf männlicher und weiblicher Seite, denn Mode ist nicht mehr teilbar.

Jean-Paul Gaultier bittet zu König Artus' Tafelrunde: Er steckt seine getreuen Ritter in Wams, beinenge Hosen und farbige Schnabelschuhe, dekoriert sie mit imposantem Federschmuck und glänzenden Emblemen und untermalt ihren Auftritt stilgerecht mit höfischer Musik. Romeo Gigli hüllt einen bleichen jungen Mann in einen puritanisch schlichten, hochgeschlossenen dunklen Anzug wie in ein knappes Futteral. Man kann ihn sich gut als Grübler in einer Mönchsklausel

vorstellen. Comme des Garçons nimmt sich den Frack vor. Byblos weiss, was er dem Dandy schuldig ist.

Mystisches mischt sich mit Prächtigen. Für die Künstlerateliers und Literatencafés des 19. Jahrhunderts gibt es mancherlei romantische Gewandungen mit Spitzenhemd und Lavallière, mit weichen fließenden Silhouetten und der melancholischen Farbe Violett. Es könnte nicht erstaunen, wenn Oscar Wilde oder Marcel Proust sich zu den samtägigen Models gesellten. Die Belle Epoque und alle anderen «schönen Epochen» vom Mittelalter bis in die fünfziger Jahre geben Leitbilder ab für eine Männermode, die sich in ihren innovativsten Zügen lustvoll auf Posen der Nostalgie einlässt. Auf der Suche nach der Zukunft tauchen die Avantgardisten tief in die Vergangenheit ein.

Mann probt, was Frau schon längst beherrscht: das wechselnde Rollenspiel, die Verwandlungskunst. Er bekommt Spass an der Mode mit ihren spielerischen Gestaltungsmöglichkeiten. Wenn die angeführten Beispiele von der kreativen Spitze stammen, so ist dennoch nicht die Rede bloss von

der dünnen Schicht der Modefreaks. Bereits ist ein sehr viel breiterer Kreis von Männern angesteckt vom Vergnügen, bewusst mit Mode umzugehen und sich durch Mode wechselnd darzustellen. Ihm geben Designer, die Ideen, aber auch deren kommerzielle Verwertbarkeit im Auge haben, Mittel an die Hand, sich zu verwandeln, ohne sich zu verkleiden.

Diesem Anspruch genügen Entwürfe von Schweizer Modemachern aus Schweizer Modestoffen. Mit ihrer Auswahl aus Sommerkollektionen 89 dokumentieren sie einen der wesentlichen Punkte in der Entwicklung von Herrenbekleidung: Was an Material für Männermode möglich ist, unterliegt keiner Einschränkung durch vorgefasste Meinung mehr. Das sind günstige Voraussetzungen für Schweizer Stoffhersteller, unter denen klassische Haka-Tuchweber die Ausnahme darstellen, ihren Radius zu erweitern. Wie überzeugend sich auch unkonventionelle Stoffqualitäten in der Herrenmode ausnehmen, das belegt in dieser Ausgabe von «Textiles Suisses» die Fotoreportage «Mann, oh Mann . . .».