

Editorial

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

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): - **(1993)**

Heft 95

PDF erstellt am: **23.07.2024**

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.e-periodica.ch>

EDITORIAL

Das neue Schlankheitsideal



Jole Fontana

Zur Zeit neigt Mode wieder zu einer gewissen Fülle mit Oversize-Shirts, als stammten sie vom grossen Bruder, mit weiten Röcken über Hosen, mit Chasubles und Jacken und Kasaks, die scheinbar achtlos übereinandergeschichtet werden zum aktuellen Layering Look. Die Dekonstruktion als Modestil, um mit dem neuen Schlagwort zu argumentieren, die den Eindruck von Recycling und Ärmlichkeit aus Zusammenwürfeln erwecken soll, gepaart mit dem Effekt des Unabsichtlichen und Nichtperfekten, betrifft bloss die äusseren Hüllen. Denn die unterste Lage, die in aller Regel so knapp sitzt wie eine zweite Haut, bringt die perfekte Figur zum Vorschein. Folglich bleibt es in dieser Beziehung durchaus beim alten wohlbekanntem Schönheitsideal: Mode nimmt nach wie vor fast nur von gertenschlanken Trägerinnen Notiz. Und dementsprechend geht der Kampf gegen die überflüssigen Pfunde unvermindert weiter, mit mässigem Erfolg, wie man weiss (Übergewicht steht an vorderer Stelle unter den Zivilisationskrankheiten), aber mit allerbesten Vorsätzen – „der Geist ist willig“, undsoweiter...

Doch hier geht es nicht ums leidige Kalorienzählen; hier stehen

ganz andere, nicht so sehr ästhetische schlanke Formen zur Diskussion.

Abspecken sollen nicht die Menschen, sondern Produktionen, Kollektionen, Lieferketten. „Lean Production“ ist das Schlüsselwort in aller Munde, das einen Vorsprung im beinharten Wettbewerb verheisst. Von einer „schlanken Produktion“ verspricht man sich mehr Effizienz, mithin einen Fortschritt im Bemühen, die Krise zu meistern. Kleine Gruppen, die im Arbeitsablauf wendig reagieren, möglichst wenige Glieder, die über die Fabrikationsstufen hinweg präzise ineinandergreifen, bewegliche Systeme und kurze Wege, räumlich so gut wie zeitlich, erhöhen die Flexibilität, die in kaum einer anderen Branche derart ausschlaggebend ist wie in der Modeindustrie. Wohl nirgendwo sonst ändern sich die Marktverhältnisse und Konsumentenbedürfnisse so rasch und oft überraschend. Um so wichtiger ist es, die Spanne von der Planung zur Auslieferung, vom Trend zum Konsument zu verkürzen und dadurch das Risiko zu mindern. Die Zeit der kleineren agilen Unternehmen ist gekommen. Natürlich sind Rezepte leicht zur Hand, Lippenbekenntnisse schnell

gemacht. Die Umsetzung neu gewonnener Erkenntnisse ist schon schwieriger, langwieriger, mitunter schmerzlich, denn „schlanker“ bedeutet in der Wirtschaft straffer, knapper, rationeller, bedeutet Einsparung, sei es an Materiellem, sei es an Arbeitskräften. Rationalisierung bringt im Endeffekt manchmal auch weniger – quantitativ: kleineres, aber gezielteres Angebot. Das ist kein Nachteil, denn es überzeugt nicht unbedingt, wer vieles bringt, schon gar nicht in der Mode. Gerade die Stoffkollektionen sind ein gutes Beispiel dafür, dass die interessante, überzeugende Aussage nicht an einer Unmenge von Mustern hängt. „Schlank“ ist auch hier ideal. Oder: In der Beschränkung zeigt sich der Meister – und in der kreativen Auseinandersetzung mit den aufkommenden Tendenzen und Veränderungen in der Gesellschaft.

„Lean“ freilich heisst mager. Und da zeigt sich bei der „lean production“ auch schon eine Schwierigkeit, das bekömmliche (Gleich-) Gewicht (sprich: den optimalen Kollektionsumfang) zu finden und zu halten. Eine dünne Linie trennt erstrebenswerte Schlankheit von anstössiger Magerkeit.