

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1991)
Heft: 88

Vorwort: Editorial
Autor: Fontana, Jole

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: 23.02.2026

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



Editorial

Mythos Model

Jole Fontana

Seit die amerikanische Autorin Naomi Wolf mit ihrem Bestseller den «Mythos Schönheit» (Originalausgabe USA 1990, deutsche Übersetzung 1991) äusserst kritisch in Frage gestellt hat, ist Schönheit ins Zwielicht geraten. Schönheit zumal, die sich definiert durch eine festgelegte Norm, der nachzuleben als unbedingt notwendig suggeriert wird. Die Vorbilder liefern die mächtigen Schönheitsindustrien – Mode, Kosmetik, Diätetik zwecks unerlässlicher Schlankheit. («Hunger ist die Quintessenz zeitgenössischer Weiblichkeit», stellt die Autorin sarkastisch fest. Und Schönheitschirurgie verzeichnet eine enorme Ausbreitung.) Jedenfalls zwingt das kämpferische Buch zum Nachdenken über die Willfähigkeit, mit der Frau sich dem Diktat der

Schönheit unterzieht, scheinbar freiwillig, obgleich unter Opfern. Die Fantasie von der Model-Karriere sei heute wohl der meistgeträumte Traum unter jungen Amerikanerinnen, meint Naomi Wolf – der Traum, «eines der 200 hauptberuflichen Models zu werden, mit denen 120 Millionen amerikanische Frauen in Schach gehalten werden.» Der Mythos Model freilich hat nicht nur Einfluss auf die Frauen, die ihm nachhängen, sondern auch auf die Macher, die sich seiner bedienen, um ihre Botschaft zu transportieren. Modemacher zum Beispiel.

Die neuen Namen in aller Munde sind nicht notwendigerweise diejenigen aufstrebender Designer-Talente. Während der Prêt-à-porter-Schauen in Mailand und Paris in diesem Herbst gaben die

Models mehr zu reden. Weit höher gehandelt als die Modelle = Kleider wurden die Models = Mädchen auf dem Laufsteg – sofern sie zu den Stars ihrer Zunft gehören und zwischen 5000 und 10 000 Dollar pro Schau kassieren (und dies nicht selten drei bis vier Mal am Tag). Diese horrenden Gagen machen eine Naomi Campbell oder Linda Evangelista oder Claudia Schiffer so begehrswert. Gut aussehen tun andere auch, aber wer seinen Wert so steigern kann, indem sie ein (modisch) normiertes Schönheitsideal verkörpert, ist erst richtig interessant. Gianni Versace, der stets luxuriöseste Schauen auf die Beine stellt, hat vor einigen Saisons damit angefangen, Top-Fotomodelle für die live Vorführung einzusetzen. Inzwischen glaubt jeder, seine Mode mittels teuerster

Models ins beste Licht rücken zu müssen, auch wenn er es sich eigentlich gar nicht leisten kann. Natürlich kommt auch da Druck von aussen: «Wenn wir keine Top-Models haben, werden wir in den wichtigen Modezeitschriften nicht berücksichtigt», gibt Keith Varty von Byblos zu bedenken. Nur Romeo Gigli getraut sich zu sagen: «Ich mag keine Superstars. Sie machen das Kleid kaputt.» Er vertraut auf die kreative Kraft dessen, worum es geht – auf die Mode. Und auf das Material, das bei ihm so viele innovative Züge aufweist. Daher durchaus als Kompliment und Wertschätzung aufzufassen, dass davon einiges aus der Schweiz stammt, was auf den folgenden Seiten ersichtlich wird: Gigli ist ein grosser Liebhaber von St. Galler Stickerei.