

**Zeitschrift:** Textiles suisses [Édition multilingue]  
**Herausgeber:** Textilverband Schweiz  
**Band:** - (1994)  
**Heft:** 100

**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:** 13.04.2026

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

## EDITORIAL

### Blick zurück nach vorn



Jole Fontana

**100** – kleingedruckt findet sich die runde Zahl auf dem Titelbild der vorliegenden "Textiles Suisses". Hundertmal wurden dem (Fach-)Leser in aller Welt im Verlaufe eines Vierteljahrhunderts Schweizer Textilien mittels einer aufwendig gemachten, reich illustrierten Zeitschrift nahegelegt. Im März 1970 erschien die Nummer eins, begann die fortlaufende Numerierung. Die eigentlichen Anfänge von "Textiles Suisses", als bescheidenes Bulletin ohne grosse Bildverführung, gehen freilich bis ins Jahr 1926 zurück.

Ist 100 eine magische Zahl und Grund zum Blick zurück? Wohl darf ein Gedanke darauf verwendet werden, dass eine Industriesparte solch' bemerkenswerte Treue zu "ihrem" Medium aufbringt, es demnach für unverändert informativ und imagefördernd hält. Allfällig vergleichbare Initiativen können nirgendwo auf so langes Bestehen verweisen. Ansonsten aber ist die Textilindustrie, und mit ihr "Textiles Suisses", vollauf beschäftigt mit dem Blick nach vorn.

Das Image textiler Erzeugnisse aus der Schweiz war einst festgemacht vor allem an der Haute Couture, die unbestrittene Leader-Funktion

innehatte. Die Modebotschaft kam von der Spitze, und Schweizer Nouveautéstoffe waren darin stets eingebunden. Heute kommen die wichtigsten Impulse von der Strasse, von der Basis also, die nicht einen, sondern eine Vielzahl disparater Trends entwickelt. Vom "Supermarket of Styles" ist die Rede und dem ebenso einflussreichen wie schwer berechenbaren "Trendfaktor Jugend" (was kürzlich Thema eines Seminars des Europäischen Mode-Instituts war). Damit ist die radikale Umkehr der innovativen Schubkraft benannt. Entsprechend muss das Selbstverständnis auch der Textilkreative ständig neu und in wechselndem Umfeld erworben werden. Denn die sichere Einbindung, ein "Treuebonus" gar, entfällt.

"Mode ist nicht dazu da, ästhetische Launen des Designers zu befriedigen", beteuert Giorgio Armani, und Helmut Lang mahnt: "Man darf nicht leichtfertig umgehen mit Design." Beide Statements lassen sich lesen als ein Bekenntnis zur Verantwortung der Modemacher, deren Aufgabe nicht darin besteht, kühne Entwürfe als l'art pour l'art in den Raum zu setzen, sondern die Strömungen

der Strasse, der Jugendszenen, der verschiedenen sozio-kulturellen Kraftfelder kreativ umzusetzen – mit anderen Worten: die Zeit mitzugestalten.

Natürlich sind von diesem Gestaltungsprozess die Stoffmodemacher keinesfalls ausgenommen, zumal die aktuelle modische Aussage stark vom Stoff geprägt ist und erwünschte Eigenschaften und Wirkungen überhaupt erst durch neu entwickelte Textiltechniken erzielt werden können. Es sei bloss erinnert an so wichtige Stichworte wie Stretch, Beschichtung, Schrumpfung, künstliche Alterung, Metallisierung, Plastifizierung, die den Materialaspekt geradezu revolutioniert haben.

Nouveautéstoffe, mit denen die Schweizer Textilindustrie ihrem Prestige gerecht wird, bestechen heute nur noch zum Teil mit luxuriöser Optik. Ebenso wichtige innovative Trends streben Techno-Effekte an oder suggerieren schon als brandneu eine fortgeschrittene Abnützung. Sie vor allem sind das bevorzugte Material der Street Styles, die das Erscheinungsbild der Mode erheblich verändert haben seit der Nummer 1 von "Textiles Suisses".