Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1995)
Heft: 101

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: 25.05.2025

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

Neu denken ...

Jole Fontana

Die Schweizer Textilszene ist in Bewegung geraten. Nach Momenten der Lähmung angesichts von Rezession und scheinbar unüberwindlichen wirtschaftspolitischen und strukturellen Schwierigkeiten findet in vielen Köpfen ein auffallender Sinneswandel statt. Neue Ansätze im Denken lassen zu, dass Eingeübtes hinterfragt und festgefügte Form aufgebrochen wird. Daraus erwachsen unorthodoxe Losungen und flexible Lösungen. Zusammenrücken ist der gemeinsame Nenner, der manche neue Initiative, über die Besonderheit des einzelnen Falles hinaus, verbindet.

Textiler sind, da mit Mode befasst und von Kreativität zehrend, naturgemäss Individualisten und oft auch Einzelgänger, die vorzugsweise eifersüchtig ihr eigenes Gärtchen hegten, bis die zarten Pflänzchen der Innovation nicht mehr so gut gedeihen mochten im steinigeren Boden.

Neu denken ist nun aber auch Einsicht, dass Innovation nicht nur das modische Produkt betrifft, sondern den Weg, der ihm Beachtung verschaffen kann. Und dieser Weg ist belagert von allen Seiten und von Anbietern, die ihre Vorzüge (zumal Preisvorteile) viel aggressiver anpreisen, als es gern geübter schweizerischer Zurückhaltung entspricht. Als einzelner die Stimme erheben in diesem lauten Konzert, im Alleingang den wirkungsvollen Auftritt proben, ist nicht mehr unbedingt erfolgversprechend. Engere Zusammenarbeit über die Stufen hinweg, gemeinsam entwickelte Strategien, freilich auch teilweise Standortverlagerungen, bieten mehr Gewähr, dass es gelingt, dem rauhen Wind der Konkurrenz standzuhalten.

Die vorliegende Ausgabe der "Textiles Suisses" verweist auf Neugründungen, neue Firmenkonstellationen, die die Einbussen wettmachen und den Schwierigkeiten mit Zukunftsglauben entgegentreten wollen. Aber auch verdecktere neue Aktivitäten und Konzepte stehen hinter den dargestellten modischen Angeboten – den Stoffen vorab zum Sommer 96. Neu denken erstreckt sich nicht zuletzt auf die Feinarbeit, auf die Vertiefung und Profilierung von Kollektionen, auf die Schaffung von mehr Marktnähe, auf partnerschaftliche Beziehung zum Kunden.

Neu denken heisst auch: aus weniger mehr machen, mit schlechteren Karten ein besseres Spiel mischen.