

Zeitschrift: Textiles suisses [Édition multilingue]
Herausgeber: Textilverband Schweiz
Band: - (1995)
Heft: 102

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: 17.04.2026

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



Jole Fontana

Medienkitzel

“Wir sind dazu da, von der Welt ein knitterfreies Bild zu liefern”, versicherte ein prominenter französischer TV-Macher. Die Gewöhnung an eine Realität, die aus Fernsehbildern komponiert wird, beeinflusst umgekehrt ebendiese Realität, die sich im Bildertaumel behaupten will und sich entsprechend zurechtbiegt. Mode macht da munter mit.

Eine kurze Rückblende auf die Défilés des Créateurs in Paris: An die hundert Schauen an allen Ecken und Enden der Stadt, in der eleganten Funktionalität des Carrousel du Louvre, in der Pracht von Luxushotels oder in der Ärmlichkeit behelfsmässig zurechtgemachter, etwas abgetakelter Lokalitäten. Bei Dries van Noten stolpert die internationale Presse- und Einkäuferschar im Fast-Dunkeln zu den Holzbänken im überlangen schmalen Raum, wo allein schon der Gedanke an Feuer Panik auslösen würde. Gaultier schickt eine Schwangere mit entblösstem, tätowiertem Bauch über den Laufsteg oder inszeniert einen Auftritt auf schwerem Motorrad. Lauter Showbiz mit Blickfängen und Übertreibungen, die nicht Mode oder Trend darstellen, sondern Effekt machen wollen für die gefräsigen Fernsehkameras. Sie senden die Bilder rund um die Welt – eine höchst wirkungsvolle und absolut unbezahlbare Werbung.

Da Langeweile (sprich: Normalität) Todsünde ist, zumal fürs Fernsehen, das sich auf Zapper einstellt mit Häppchen von diesem und jenem, die sich gegenseitig übertrumpfen, zappt auch die Mode ein bisschen vor und zurück, in die Vergangenheit und in die Zukunft und in die Utopie, wenigstens für ihre mediale Präsenz. Sie simuliert eine Mode zwecks Verbreitung auf dem TV-Netz, die weit auffälliger und aufregender ist als die Realität. Ob man da nicht zu viel für die Medien und zu wenig für die Menschen tut, die sich, nach der Animation auf dem Bildschirm, dann doch oft mit gleichmacherischem, risikoscheuendem und daher letztlich langweiligem Angebot im Handel begnügen müssen?

Freilich: wenn die Mediatisierung so weit fortschreitet, dass der Arbeitsalltag bloss noch zu Hause vor dem Computer und der Freizeitabend vor der Mattscheibe stattfinden, nimmt der reale Bedarf an Mode womöglich ab. Dass der Appetit darauf dennoch nicht gleich via TV-Spektakel gestillt wird, dafür sorgen – hoffentlich – die Modemacher mit genügend echten (nicht medialen) Anreizen an vielen Schauplätzen. Die nachfolgenden Seiten stimmen durchaus optimistisch...