

**Zeitschrift:** Textiles suisses - Intérieur  
**Herausgeber:** Office Suisse d'Expansion Commerciale  
**Band:** - (1989)  
**Heft:** 2

**Vorwort:** Cocooning  
**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:** 08.02.2026

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



JOLE FONTANA

## COCOONING

Die Raupe des Seidenspinners, eines flugunatligen Schmetterlings aus Ostasien,wickelt sich in einen selbstproduzierten, viertausend Meter langen Seidenfaden ein und schafft sich so eine Schutzhülle, die völlig von der Aussenwelt abschirmt. An das eindrückliche Bild des Verpuppungsvorganges lehnt sich ein Begriff an, der allerdings nicht auf die Beschreibung zoologischer Tatbestände abzielt. Vom Kokon abgeleitet, macht ein neues Schlüsselwort, ausgehend von Amerika, die Runde: «Cocooning» (nur die englische Sprache lässt so prägnante Verbalisierung zu) meint ein Empfinden und Verhalten, das sich auf sich selber besinnt, sich in die eigenen vier Wände zurückzieht, sich einspinnt im übertragenen Sinn. Solcher Rückzug aufs Private kommt zum Beispiel in der Literatur der späten achtziger

Jahre markant zum Vorschein. Ähnliches lässt sich auch an anderen künstlerischen Ausdrucksformen ablesen. In fast allen kulturellen und gesellschaftlichen Bereichen schält sich ein Hang zur Individualisierung heraus. Möglicherweise handelt es sich dabei um einen notwendigen Ausgleich zu den umfassenden weltweiten Aufgaben und Problemen, die den einzelnen – das Individuum eben – in einem gewissen Sinn verkleinern. Wenn von Strömungen die Rede ist, die die Empfindungsweisen und Lebensformen beeinflussen, ist stets auch Mode betroffen. Sie ist bekanntlich ein überaus sensibler Seismograph für Schwingungen, wie sie sich in Cocooning als einem Bedürfnis nach Geborgenheit ausdrücken. Die Kleidermode gibt ihm äusserlichen Ausdruck mit molligen, schützenden, ko-

konartig umfangenden Hüllen. Mit schmeichelweichen Materialien und fülligen gerundeten Formen, mit riesigen Kragen, die sich in der Geste einer Umarmung um die Schultern legen, gelingt auf anschauliche Weise die Umsetzung eines Zeitgefühls. Noch deutlicher wirkt sich Cocooning als zeitgemäss Leitidee natürlich in der Wohnmode aus. Sie tut das in zweifacher Hinsicht: Cocooning bringt Wohnen vermehrt in Mode, was wiederum Mode für die Wohnung gehörig aufwertet. Wohnen bedingt Wohnung einrichten. Den Abend gemütlich zu Hause verbringen nach den Strapazen des Arbeitstages ist das neue Freizeitvergnügen. Gäste, Freunde einladen macht mehr Spass als ausgehen. Ein schmackhaftes Essen bereiten, einen guten Tropfen kosten in häuslicher Umgebung – das sind zwar

altvertraute, aber neu geschätzte Genüsse. Gegen die aufreibende Geschäftswelt wird ganz bewusst eine erholsame Wohnwelt gesetzt, die sich in einem gepflegten, fantasievollen, raffinierten und vor allem in einem individuell zugeschnittenen Wohnkleid zeigen soll. Das ist ein ausserordentlich günstiges Klima für Interior Design, für Haus- und Heimtextilien. Und davon profitieren auch Antiquitäten und andere authentische schöne Gegenstände, die zur Harmonie im persönlichen Ambiente beitragen. Denn das zeichnet sich deutlich als Wohntrend ab: der Sinn für Qualitätvolles, Unverfälschtes, Formschönes, auch Handwerkliches, ist geschärft. Edle Materialien werden geschätzt, Luxus ist nicht verpönt. Schliesslich soll einem das Nest, in das man sich häufiger freiwillig zurückzieht, lieb und teuer sein ...