

textilrevue

#11 | 9. AUGUST 2017 | CHF 10.50
TEXTILREVUE.COM



WIRKUNGSVOLLER STOFF
MEDIZINTEXTILIEN SIND LÄNGST MEHR
ALS NUR NISCHENPRODUKTE.

DOES FASHION MAKE SENSE?
MODE ZWISCHEN SINN UND SINNGEBUNG
AM FASHIONCLASH FESTIVAL.

ALLES ABSAHNER?
WIESO WIR IM HOCHPREISLAND
SCHWEIZ IMMER MEHR BEZAHLEN.

Sinn oder Unsinn?

Nach dem über den Vorrat an Lieblingsjoghurts informierenden Kühlschrank kommt nun der smarte Büstenhalter zur Früherkennung von Krebs. Nicht nur krankheitssensible Unterwäsche: Innovative Medizintextilien im grösseren Kontext bieten Potenzial zur Erschliessung neuer Märkte. Ist das noch sinnlich oder bloss sinnvoll? Sinnstiftend: Wir fühlten den vergleichsweise hohen Preisen im Schweizer Verkauf auf den Zahn, erfuhren von Messegründerin Ulrike Kähler, wie der Schuhmarkt aus seiner konservativen Ecke findet und der Verein Fashion Net den Orderstandort Düsseldorf stärken will. Sinnesfindung bot das Fashionclash Festival, an dem ich als Jurorin mit allen Teilnehmenden über Mode sinnierte. In diesem Sinne wünsche ich einen schönen Sommer.

Herzlich, Ihre Noémie Schwaller



Christina Noli
Chefredakteurin



Rhea Leisibach
Stv. Chefredakteurin



Noémie Schwaller
Redakteurin



Leila Alder
Redaktionsassistentin



Les Deux Garçons überraschten mit Pferden auf dem Laufsteg - hier geführt vom holländischen Model Isabella Rosalina.

Does Fashion Make Sense?

TEXT NOÉMIE SCHWALLER

An der 9. Edition hat das holländische Fashionclash Festival (FCF) nebst dem jährlichen Showblock neu das Forza Fashion House Maastricht eröffnet. Nach Thematiken wie «Age/ Art of Aging» (FCF 2014), «Gender» (FCF 2015) und «Heritage» (FCF 2016) wurde in diesem Juni mit «Fashion Makes Sense» die Relation zwischen Fashion, Sinn und Sinngebung untersucht.

– Wir hoffen, FCF inspiriert die Art und Weise zu untersuchen, wie Mode und Mensch ineinandergreifen und sich gegenseitig engagieren. –

GRÜNDERTRIO BRANKO POPOVICH, NAWIE KUIPER, LAURENS HAMACHER

Fashion Sense, Sense of Style: Terminologien, die die Idee evozieren, dass ein Gespür uns angibt, was Mode ist und wie sie getragen werden sollte. In einer Gesellschaft, die Fashion überwiegend als visuelles Phänomen versteht, und in einer Ökonomie, in der die Modeindustrie mit dem Vorwurf konfrontiert ist, die zweitgiftigste und umweltverschmutzendste Industrie zu sein, wirft FCF auch die Frage «(Why) Is Fashion Losing Sense?» auf.

Mit diesen Denkbildern von «Sense» setzten sich in der SAM-Decorfabrik über 150 internationale junge Mode- und Kunstschaffende auseinander und hatten die Gelegenheit, ihren Output einem gemischten Publikum zu präsentieren. Das Programm beinhaltete Modeschauen und -diskussionen, Ausstellungen, Publikationen, Auszeichnungen, Theater- und Tanzaufführungen sowie einen Designermarkt. An den Performances überzeugten Annika Kappner, Iris Wouter, Lagom, Mami Izumi, Raya van der Kroon und Rosanne van Wijk.

Mit dem diesjährigen Festivalthema setzte FCF in unserer von visuellen Sensationen dominierten Welt den Fokus auf die Sinne und sensorischen Erfahrungswerte von Mode. Am Closing wurde das Thema an zwei von Saskia van Stein, Direktorin am Bureau Europa, moderierten öffentlichen Diskussionsrunden aufgenommen und untersucht. Dabei hatte das Publikum die Chance, mit den Designschaffenden in Dialog zu treten, und nahm diese rege in Anspruch. Wie

können wir Mode nutzen, um sie – und uns durch sie – mit unseren Körpern zu verbinden, statt dass sie bloss dazu dient, die simple Ästhetik eines symbolischen Phänomens zu sein? Wie können wir uns durch und mit Mode mit der Welt in Einklang bringen? Ob Sinn oder Unsinn; nach hitziger Diskussion wurden sich die Partizipierenden einig, dass Moral der Mode nach wie vor fernsteht.

Aus der Schweiz war zum zweiten Mal das Designerduo Wüethrichfuerst da. Dessen Fokus liegt nicht in einer saisonalen Erschaffung von Kollektionen, sondern in der nachhaltigen Erweiterung der einen, die in kleineren Serien gestalterisch immer weiterentwickelt wird. So schaffen Modedesignerin Karin Wüthrich und Grafiker Matthias Fürst mit ihrem Rhythmus eine gewisse Entschleunigung und geben der Mode ihren Sinn – oder einen von vielen. «Gerade für Designer, die vor kurzem ihr Studium abgeschlossen haben, ist das Festival interessant. Aber auch Labels, die nicht in den klassischen Zyklen denken oder einen verstärkt künstlerischen Ansatz verfolgen, finden im FCF eine Veranstaltung, die es so anderswo nicht gibt. Aus unserer Sicht wäre es wünschenswert, dass auch grössere Modemetropolen ähnliche Veranstaltungen anbieten würden», fassen die Labelgründer zusammen.

Ebenfalls präsent war das Schweizer Familienunternehmen Slowfashionfast.com, ein in Bosnien und Herzegowina angesiedelter Konfektionsbetrieb mit dem Ziel, kleine Modeunternehmen und Start-ups in der Produktion zu unterstützen und transparente, ethisch vertretbare Arbeitsbedingungen zu bieten. Aida Durut und ihr Bruder Emir belebten am FCF ein Studio mitten im Showroom und erklärt: «FCF ist ein Anlass, den wir jedes Jahr auf der Agenda haben. Wir möchten zeigen, wer die Menschen hinter den Kleidern sind. Werte und soziale Umstände werden in den Medien oft genannt, aber Bedürfnisse und Perspektiven einer Näherin in Bosnien und eines Designers oder Endkunden in der Schweiz sind nicht die gleichen. Darauf wollen wir aufmerksam machen und zeigen, dass man mit kleinen Auftragsmengen etwas aufbauen und Spass haben kann.» In Echtzeit konnte man sich von den Näherinnen der Slowfashionfast-Produktion vor Ort ein T-Shirt schneiden lassen. Für diese war es ein unvergessliches Erlebnis, die von ihnen genähten Kreationen live auf dem Laufsteg zu sehen.



01 – Konzeptmode des Briten Jo Cope. – 02 – Clash Project: Duo Mandy Roos & Victoria Ledig. – 03 – Ganz in Weiss: Die neue Kollektion des letztjährigen Fashionclash-Award-Gewinners Alessandro Trincone. – 04 – Das Schweizer Duo Wüethrichfuerst zeigte zum zweiten Mal am Fashionclash. – 05 – Clash Project: Kiki Goossen.



Über Fashionclash

«Wir hoffen, FCF inspiriert die Art und Weise zu untersuchen, wie Mode und Mensch ineinandergreifen und sich gegenseitig engagieren.» Das Gründer- und Managing-Trio Branko Popovich, Nawie Kuiper und Laurens Hamacher initiierte die innovative, interdisziplinäre Entwicklungsplattform und das internationale Modenetzwerk mit Schwerpunkt auf Unterstützung einer neuen Generation von Design- und Kunstschaffenden. Seit 2009 haben sie so über 1000 Talenten aus 50 Ländern und 6 Kontinenten die Möglichkeit gegeben, ihr Können unter Beweis zu stellen. Neben der Festival-Plattform entwickeln sie diverse internationale, interdisziplinäre Projekte wie Masterclasses, Workshops und soziale Designprojekte. Dazu gehört auch das neu eröffnete Forza Fashion House Maastricht, ein Fashionlabor, welches eine neue Vision und enge Zusammenarbeit der vier Disziplinen Design, Produktion, Einzelhandel und Bildung anstrebt und fördert. Neben Holland ist Fashionclash in Zusammenarbeiten weltweit involviert.

—
fashionclash.nl
forzafashionhouse.nl



Die Kampagne wurde von Lonneke van der Palen fotografiert. Kostümdesign: Pleun van Dijk, Hair: Kevin Murphy, Models: Mami Izumi and Florian Fyjer.