

Zu Besuch auf der Modebiennale Arnheim: Zukunftsvisionen der Beziehung von Mensch & Mode

„Die Modewelt befindet sich in der Krise. Dies ist nicht weiter verwunderlich, denn Mode verkörpert gewissermaßen die Essenz des Konsumismus; das unbegrenzte Verlangen nach Stimuli, Dingen, Ideen und Sehnsüchten. Immer und immer wieder, schneller und öfter. Die Kleidung, die wir heutzutage tragen ist zu einem Teil der Wegwerfgesellschaft geworden, während Designer der Haut Couture an untragbaren Kreationen feilen, die sich eher für das Museum als für die Straße eignen. Bei der Mode von heute handelt es sich nicht länger einfach nur um *Kleidung*.“¹ (Mieke Gerritzen)

Die heutige Modewelt ist eine ambivalente Erscheinung.

Welche Innovationen und Denkansätze hält die Mode von morgen für uns bereit, die uns helfen könnten die scheinbaren Gegensätze zwischen Konsum & Verantwortung zu überwinden?

Mit dieser Frage fuhr ich Mitte Juni 2013 zur Modebiennale² nach Arnheim in die Niederlande. Das international renommierte Event M°BA13 (09. Juni-21. Juli 2013) wirft alle zwei Jahre ein neues Licht auf die zeitgenössische Mode- und Bekleidungskultur. Die Biennale hat sich erfolgreich als kulturelle Plattform für Designinnovation und kritischen Modediskurs etabliert. Lidewij Edelkoort, eine der bekanntesten Trendforscherinnen weltweit, hat das Programm der diesjährigen Biennale als Hauptkuratorin entscheidend mitgeprägt. Im Jahr 2003 nannte das *Time Magazine* Edelkoort eine der „25 einflussreichsten Menschen in der Mode“. Für die M°BA13 rückte die Trendforscherin die leidenschaftliche Beziehung des Menschen zu Mode, Accessoires und der eigenen Erscheinung in den Mittelpunkt. Das brisante Motto der diesjährigen Biennale: „Fetishism in Fashion“

Nach meiner Ankunft am futuristisch anmutenden Hauptbahnhof von Arnheim, begab ich mich zunächst zum Hauptgebäude der Biennale, ins sogenannte M°BA CENTRAAL. Das gerade fertiggestellte Gebäude beeindruckt mit seiner lichten, offenen Raumgestaltung. Imposante Glasfronten und eine wunderschöne Dachterrasse eröffnen dem Besucher einen völlig neuen Blick auf die Stadt, ihre Menschen und die Mode.

Die Hauptausstellung FETISHISM IN FASHION besteht aus insgesamt 13 Trendthemen, die jeweils ein bestimmtes gestalterisches bzw. gesellschaftliches Thema widerspiegeln und damit einen Aspekt der Liaison zwischen Mensch & Mode zum Leben erwecken. Der Besucher erkundet Raum um Raum und immer neue wundersame Welten: Im Raum „NOMADISM“ beispielsweise verzaubert uns ein harmonischer Reigen der Extreme: sachliche Funktionstextilien erhalten überraschend einen romantischen, surrealen Charakter, z.B. in Form der grau-grünen Outdoorjacke „*Epizode 1*“ des Labels MAREUNROL'S aus der Kollektion von 2010: Seitlich oberhalb der Kapuze flattert ein kleiner Vogel, der den Saum scheinbar im Schnabel hält und die Kapuze in die Höhe zieht.

¹ Gerritzen, M., *MODE@MOTI: Design for Debate*, Breda: MOTI Museum of the Image, p.5.

² Homepage der M°BA13, <http://moba.nu/de> (19.07.2013).

Auch hinsichtlich neuer Materialien verblüfft die M^oBA13 den aufmerksamen Betrachter mit innovativem Textildesign, wie beispielsweise *Minki Chengs* archaischem Pelzumhang „PLASTIC FUR COAT“ (2012), welcher komplett aus spitz zugeschnittener Plastikfolie gefertigt wurde.

Unterwegs zuhaus

Wenn wir den Ausblick in die Zukunft wagen eignet sich dieses Motiv des NOMADEN ganz hervorragend, um die Bedürfnisse des Menschen an die Mode von morgen zu veranschaulichen. Die Garderobe der Zukunft wird abgestimmt sein auf unseren mobilen Lebensstil und gleichzeitig als Projektionsfläche für Fantasie und individuellen Ausdruck dienen. Ein mobiler Lebensstil erfordert jedoch „leichtes Gepäck“. Die konsumistische Angewohnheit materielle Güter anzuhäufen erzeugt bei den Nomaden von morgen folglich unliebsamen Ballast. Verschiedene Trends werden sich daher als Alternativen zum heutigen Modekonsum etablieren:

Multifunktionalität statt Quantität

Wie sich dieser Trend bereits im Bereich mobiler Endgeräte durchgesetzt hat und das heutige Smart Phone diverse Funktionen bündelt, so werden wir in Zukunft Kleidung schätzen, mit denen wir eine breite Anzahl an Variationen und „Looks“ erzeugen können.

Diese Variantenvielfalt kann beispielsweise erreicht werden durch den Erwerb von Mode-Basics, die den Kern der Garderobe bilden und mit entsprechenden Accessoires auf immer neue Art und Weise kombiniert werden können. Sheena Matheikens innovatives Fashion Fundraising-Konzept „The Uniform Project“³ liefert ein eindrucksvolles Beispiel für die Vielfalt an Stilen, die sich mit einem Kleidungsstück erreichen lassen: Matheiken trug für 365 Tage den selben „little black dress“ und erfand ihn mithilfe ihres Styling-Know-Hows und diversen Accessoires täglich neu.

Die Mode der Zukunft wird das Konzept der wenigen Basisstücke, denen multiple Funktionen innewohnen noch wesentlich weiterführen. Die Zukunft wird Kleidung aus optischen Fasern hervorbringen, die als tragbarer „Screen“ genutzt werden können. Es wird möglich sein die eigene Bewegungsenergie zu nutzen, um sein Kleidungsstück mithilfe von Muster-Apps mit immer neuen Textildessins zu bespielen.

Einen hervorragenden Überblick über in die Vielzahl an bahnbrechenden Entwicklungen im Bereich Mode & Technologie liefert Dr. Sabine Seymour, einer der Referenten der M^oBA13, in ihrem Buch „*Fashionable Technology*“⁴. Als Trendforscherin, Beraterin der Modeindustrie und Direktorin des *Fashionable Technology Lab* der renommierten *Parsons The New School for Design* (New York) forscht sie an der Schnittstelle zwischen Ästhetik und neuen Technologien, um ihre Visionen sogenannter „wearables“ zu realisieren und erfolgreich im Markt zu implementieren.

Fashion on demand

Der Bürger der Zukunft wird weit stärker Anteil haben am Designprozess: Er betritt ein Modegeschäft, lässt vor Ort einen aktuellen 3D-Körperscan von sich vornehmen und sich mithilfe der neuen Technik des 3D-Printing ein Kleidungsstück seiner Wahl anfertigen. Die Maßanfertigung wird wiederauferstehen, ausgelöst durch die neuen technischen Möglichkeiten. Ganz neue Berufsbilder werden entstehen und verschiedene Disziplinen wie Bekleidungstechnik und IT-Programmierung miteinander vereinen.

³ <http://www.theuniformproject.com> (20.07.2013).

⁴ <http://www.fashionabletechnology.org> (20.07.2013).

David Shah, Trendexperte und Herausgeber des Magazins *View Textile*, spricht in seinem Textbeitrag für die Trendpublikation *MODE@MOTI* des MUSEUM OF THE IMAGE (Breda), die anlässlich der M^oBA13 veröffentlicht wurde, gar vom Anbruch einer „*Neuen Industriellen Revolution*“⁵. Diese werde ausgelöst durch neue Technologien (3D-Printing, 3D-Scanning, etc.) sowie innovative Strukturen, wie z.B. dem Crowd Sourcing, Crowd Buying und dem Co-Manufacturing.

Die neue Crowd Buying-Plattform Buyerspool.eu⁶ war ebenfalls auf der M^oBA13 zugegen. Sie ermöglicht es kleinen Modelabels ihre Bestellungen für nachhaltige Stoffe zu bündeln. Trotz hoher Mindestbestellmengen seitens der Textilproduzenten können kleine Modeunternehmen auf diese Weise Ökotextilien in kleinen Quantitäten erwerben, und sie in ihren Kollektionen verarbeiten.

Der heilige Gral der Authentizität

Wir leben in einer Gesellschaft, die geprägt ist von materiellem Überfluss. Wir sehen uns konfrontiert mit einem Überangebot ähnlicher Waren, die sich oftmals nur durch ein spezifisches Ensemble konstruierter Markenwerte unterscheiden. Die Reaktion darauf ist die Suche vieler Menschen nach nach individuellen Erfahrungen und Produkten, die „echte“ Geschichten erzählen.

Der emotionale Reiz neuer „Kleidung von der Stange“ scheint oftmals direkt nach dem Erwerb eines Produkts zu verblassen. Viele Kleidungsstücke landen so nach einmaligem Tragen bzw. ungetragen in den Tiefen des Kleiderschranks, im Kleidersack oder direkt im Mülleimer.

Innerhalb der letzten Dekade erfuhr Vintage- und Second-Hand-Mode eine starke gesellschaftliche Aufwertung. Die Ursache dafür bildet die Sehnsucht vieler Menschen nach Authentizität, Individualität und einem persönlicheren Bezug zu ihrer Kleidung. Die mysteriöse Vorgeschichte eines gebrauchten Kleidungsstückes hat sich somit in vielen sozialen Kreisen von einem Makel in einen Mehrwert verkehrt.

Open source fashion

Seit einigen Jahren können wir beobachten, wie sukzessive eine *Neue Kultur des Teilens* entsteht und sich um uns herum neue Systeme des *Tauschen & Teilens* etablieren: Dem WorldWideWeb entstammend, formieren sie sich mittlerweile über alle Branchen hinweg (z.B. als CarSharing⁷ und CarPooling⁸-Konzepte) und werden in Form von Kleidertauschpartys⁹ und Online-Tauschböden (z.B. Kleiderkreisel¹⁰) zunehmend auch im Bereich der Mode sichtbar.

Modeerfahrungen im Abo

Michael Schragger, Experte in Sachen Nachhaltigkeit und Geschäftsführer der Sustainable Fashion Academy¹¹ entwickelt als Berater für Konzerne wie beispielsweise H&M ganz neue Visionen zukünftigen Modekonsums. Auch er plädiert für innovative Retailkonzepte auf der Basis des Tauschen & Teilens, wie beispielsweise die Idee der

⁵ Gerritzen, M., *MODE@MOTI: Design for Debate*, Breda: MOTI Museum of the Image, p.154.

⁶ <http://fun4maui.wix.com/buyerspool> (20.07.2013)

⁷ <http://www.carsharing.de> (19.07.2013).

⁸ <http://www.mitfahrgelegenheit.de> (19.07.2013).

⁹ <http://www.klamottentausch.net> (20.07.2013)

¹⁰ <http://www.kleiderkreisel.de> (19.07.2013).

¹¹ <http://www.sustainablefashionacademy.org> (19.07.2013).

Mode-Bibliothek: sie ermöglicht es ihren Mitgliedern gegen einen geringen Mitgliedsbeitrag regelmäßig neue Kleidung auszuleihen, dem Spaß an neuer Kleidung zu fröhnen, ohne jedoch immer neue Produkte käuflich zu erwerben.

Von Kleider-Konsumenten zum Mode-User

Wir werden neue Wege beschreiten in den Bereichen *Recycling* und *Upcycling*. Innovative Designtheorien zum Thema *Ökoeffektivität*, wie beispielsweise das Konzept des Cradle2Cradle¹² von Dr. Michael Braungart, werden unsere Sicht auf Produkte verändern: der Begriff des „Mülls“ wird zunehmend an Bedeutung verlieren, zugunsten einer Sichtweise, die textile Erzeugnisse als nutzbares *Material* betrachtet, unabhängig des jeweiligen Aggregatzustandes. Darüber hinaus wird sich schließlich auch unser Selbstverständnis verändern: statt als Konsumenten von Mode werden wir uns in der Zukunft als *Mode-User* begreifen.

Schon jetzt zeichnen sich mannigfaltige neue Ansätze des Modekonsums von morgen ab. Diese werden sich in Zukunft weiter verstärken und unsere Beziehung zur Mode nachhaltig verändern. Wir dürfen gespannt sein auf neue Formen der Bekleidungskultur, welche die Grenzen unseres heutigen Modebegriffes neu ausloten und erweitern werden.

¹² <http://www.braungart.com/de/content/vision> (20.07.2013)