Influenza–M. Mode steckt an

VON BIRGIT MEYER

Pforzheimer Mode-Designer*innen präsentieren den Schaffensprozess

Berühmte Häuser, wie Dior und Lanvin in Paris, bewahren in ihren Archiven Haute-Couture-Kleider im Original auf – gekühlt, in Seidenpapier. Dazu Skizzen und Stoffproben. Für die Öffentlichkeit zugänglich sind die Archive allerdings nicht. Das verdeutlicht, wie enorm hoch der Wert dieser empfindlichen Kulturgüter ist. Die Studierenden der Fakultät für Gestaltung dagegen zeigten in ihrer Ausstellung »Influenza–M« (Oktober bis Dezember 2018) den gesamten kreativen Arbeitsprozess.

Sie sehen eine Parallele zwischen Designern und Wissenschaftlern: Beide fokussieren sich auf bestimmte Themen, sezieren Proben, forschen in die Tiefe, analysieren, vergleichen, testen ungewohnte Kombinationen und entwickeln Konzepte mit Hilfe von Zufall und Misserfolg. So entsteht der Virus Mode! Die Ausstellung zeigte 26 Kollektionen und enthüllte Schritt für Schritt, wie sie entstanden sind. Dazu gehören Kunstwerke ebenso wie Installationen und Filme, Moodboards und Stoffproben, große Spiegel und kleine Knöpfe.

Die Eröffnungsrede

„Ich bin Rose Huynh. Mein Statement: Auf den Schauen ist die Mode heute Nebensache. Wer hat die Macht in der Mode? Die Deutungshoheit? Es ist das Handy. Bei den großen Modenschauen in London, Mailand oder New York werden heute als erstes die Smartphones neben dem Catwalk in Stellung gebracht. Mit größter Flüchtigkeit wird gezoomt, gestreamt, gescannt, überflogen. Prominente, Journalisten, Einkäufer und Blogger übertragen, platzieren, kommentieren und bewerten alles in Echtzeit. Und die ist kurz: Zwischen fünf und fünfzehn Minuten dauert eine klassische Modenschau. Die Kleidung verliert noch schneller an Kontur, wenn die Zuschauer sie durch eine kleine Handykamera betrachten. Der leichte Schimmer eines Stoffes, die Eleganz der aufspringenden Falte, der raffinierte Schnittverlauf, die aufwändige Verarbeitung mit von Hand genähten Jettperlen – sie schmelzen in Sekundenschnelle zum Glanzbild-

Impressionen der Ausstellung.

Den Alfons-Kern-Turm eindrucksvoll in Szene gesetzt.

Professor Johann Stockhammer, Studiengangleiter Mode, freut sich über die gelungene Ausstellung.

Fotos: Janusz Tschech

chen zusammen. Die klassische Modenschau funktioniert inzwischen so: Mode? Viel wichtiger sind die Fragen: Welcher Promi sitzt in der Front Row? Wer sendet welche Selfies mit wem? Währenddessen fotografieren Fotografen berühmte Menschen beim ‚Fotos machens'. Wer postet sie über welchen Kanal? Wer hat die meisten Follower? Die Mode selbst ist zur Nebensache geworden.

Digitale Impressionen werden vom VIP-Platz als Beweis der Anwesenheit auf Instagram und Co. geteilt. Nur die sehr wichtigen, kaufkräftigen – also handverlesenen – Kunden dürfen die Modelle nach der Show hinter der Bühne in Ruhe betrachten und sogar anfassen. Die Existenzform der Mode ist die Rasanz geworden. Wenn Designer – wie Karl Lagerfeld für Chanel – in Paris einen Catwalk mit echtem Sand und echtem Wasser als Strand inszenieren – Pamela Anderson als Baywatch-Nixe war auch dabei – können sie damit Atmosphäre kreieren. In wenigen Minuten kann aber niemals gezeigt und gesehen werden, was alles drin steckt an monatelanger Entwicklungsarbeit. Und egal ob Sand oder Runway, die Dramaturgie der klassischen Modenschauen ist immer ähnlich.

Aus diesem Grund wollen wir ‚Mode anders schauen', nämlich entschleunigt. Wir wollen sie sezieren, erfassen, durchdringen. Denn auch wenn die Modelle nur noch flüchtig betrachtet werden, bleiben sie kostbare Kulturgüter, die mit enormem zeitlichen und handwerklichen Aufwand entworfen und geschaffen werden. So bewahren berühmte Häuser in ihren Archiven Haute-Couture-Kleider im Original auf; sorgfältig gekühlt, in Seidenpapier verpackt und nur mit Stoffhandschuhen zu berühren. In diesen Archiven finden sich auch Skizzen und Stoffproben. Für die Öffentlichkeit zugänglich sind sie allerdings nicht – was verdeutlicht, wie enorm hoch der Wert dieser empfindlichen Ware ist. Ganz anders ist es in der Ausstellung: Wir lassen Sie ganz nah an die Mode ran, lassen Sie teilhaben an den vielen Ideen, Prozessen, am Suchen, Finden, Scheitern, am Durchbruch, am Design, an den verschiedenen Möglichkeiten der Präsentation. Schnell wird eines klar:

Mode ist nicht nur Bekleidung, Mode ist Botschaft, ist Statement, Mode ist Visuelle Kommunikation."

„Ich bin Saskia Lorenz. Mein Statement: Das Raster als Raum für Freiheit. Am Anfang? – war der Turm. Genauer: Der Alfons-Kern-Turm. Damit eine Ausstellung – wortwörtlich – Gestalt annehmen kann, braucht sie natürlich ein Corporate Design. Dieses soll die Inhalte verbinden, ihnen einen Rahmen geben und nach innen und außen kommunizieren. Beginn des Designs für die Ausstellung war der Turm selbst und seine immer wiederkehrenden Quadrate, zum Beispiel im Fußboden. Das Quadrat als Raster haben wir daher als Leitmotiv in unser Logo aufgenommen. Sie finden es nicht nur im Logo, auf den Flyern und den Objekttexten von Influenza-M, sondern auch in der Architektur der Ausstellung. Ein Beispiel: Die 26 Kollektionen der Studierenden präsentieren wir an quadratischen Gittermöbeln. Die Arbeiten liegen, hängen und drapieren sich an ihnen. Auch unser Konzept ‚anders schauen' findet sich im Corporate Design. Denn trotz der durch Smartphones und soziale Medien entstandenen Bilderflut ist die Haptik, also die Berührung, das wesentliche Element der Mode: Wir tragen sie, Mode ist anfassbar. Für die Einladung wurden Stoffe fotografiert und diese zu Schnittmu-

>>

stern gemacht. Obwohl es Papier ist, transportiert es die unterschiedlichen Textilien durch die Muster. Sichtbar und spürbar wird dabei auch, dass wir den Entstehungsprozess meinen. Dieser reicht von der Inspiration über die Idee zur Auswahl der Textilien und Kleidungsstücke. Deshalb lebt unser Erscheinungsbild nicht von ganzen und fertigen Kleidern, sondern von einzelnen Teilen. So wie sie in der Realität auf dem Schneidertisch liegen, so wie wir es im Atelier zeigen. Durch die Elemente des Corporate Design müssen Gefühle und Stimmungen im Raum entstehen; das Konzept von Influenza-M soll seine Besucher assoziativ, mehrdeutig und gleichzeitig nahbar ‚anstecken'. Mit den Träumen, die Mode mit sich bringt, mit Begeisterung für neue Sichtweisen. Dazu gehört, dass das Raster, das Quadrat zwar den Rahmen bildet, aber in diesem viel Raum lässt für Freiheit. Denn der Prozess der Modeschöpfung besteht aus wild herumfliegenden Einzelteilen. Egal, ob es die Mood-Boards sind, wo ständig ein Papierstück über das nächste geheftet wird – oder die Schneidertische, die von großen und kleinen Schnittmustern, Scheren, Linealen und Stecknadeln übersäht sind. ‚Mode anders schauen' heißt, ihre Modularität anzuerkennen und sichtbar zu machen."

„Ich bin Linda Schannen. Mein Statement: Das Atelier ist ein Arbeitsplatz. Eine Werkstatt, die im kreativen Schaffensprozess zu einem Labor der Ideen wird. Auf 70 Quadratmetern vermitteln wir Ihnen, woraus dieser Mikrokosmos besteht und wie Einfälle und Potzblitz!-Momente am Ende zu Kleidungsstücken werden. Zur Handwerkskunst gehören, ganz praktisch, verschiedene Scheren: Für Stoff, für Papier, für Fäden und mit Zickzack-Muster. Die Lineale sind oft rund; Rollmesser schneiden keine Pizza, sondern Seide, Baumwolle oder Tweed. Nähmaschinen gehören dazu, Stoffballen, Garne. Dazu kommen die Inspirationen, die jeden Quadratzentimeter ausfüllen: Stoffreste, Schnittmuster, herausgerissene Seiten aus Zeitschriften, Fotos; Postkarten, Kunstdrucke, Bücher, Kataloge, Papiere in unterschiedlichen Stärken. Alles aneinander, übereinander, miteinander geheftet, gestapelt, geordnet. In jedem Moment entsteht aus dem Alten etwas Neues, immer ist es flüchtig und zufällig und bekommt doch in seiner Beweglichkeit Kontur und eine Basis.

Ateliers sind mehr als reine Arbeits- und Denkräume. Es sind Orte des Ungeplanten und des Unplanbaren. Ihre Basis ist das Vertrauen in die Zukunft: Was entstehen wird, weiß man vorher nicht, wie es aussehen wird, auch nicht – aber dass sich etwas fügen wird, ist sicher. In diesen explorierenden Räumen entfalten sich Zufälle und Geistesblitze. Im Atelier, dem Wissenschaftsraum des Designers, ist die denkende und fühlende Hand das wesentliche Werkzeug. Sie nähert sich dem Material an, erprobt forschend seine Form, Proportion und Silhouette. Sie analysiert Oberflächen, Strukturen, Muster und Ornamente.

Sie experimentiert mit Kontrasten, Verzerrungen und Harmonien. Sie eruiert Codes, Symbole, Metaphern und Konnotationen.

Deshalb haben wir diese Inszenierung als Eingang zur Ausstellung gewählt. Denn zum einen ist es der logische Anfang der fertigen Kollektionen. Und zum anderen bekommen wir normalerweise keinen Zugang zu solchen Räumen, weder in den großen, internationalen Design-Ateliers, noch in ihren Archiven.

Bei uns können Sie Mode anders schauen. Auch für uns ist das Atelier ein Lebensraum, ein lebendiger Raum. Dort ist es eher wüst als chic, denn Wegwerfen ist keine Lösung. Der Boden liegt voller Material, man pint ständig was Neues an die Wand, schreibt drüber, alles überlappt sich – und bildet am Ende ein Ganzes. Wie unsere Studierenden in den Werkstätten arbeiten, haben wir gefilmt – und diese Quintessenz des Arbeitens ist als Projektion an den Wänden des Ausstellungs-Ateliers zu sehen."

Fotos: Harald Koch

Ausgezeichnet: Das Ausstellungskonzept erhielt einen Bronzenen Nagel des Art Director Club ADC und wurde in das Eventdesign-Jahrbuch 2019 aufgenommen.

Eine Kooperation mit dem Kulturamt der Stadt Pforzheim, gefördert von der Werner Wild Stiftung.

„Ich bin Sarah Tribula. Mein Statement: Orte ohne Mode? Gibt es nicht! Der Anzug für einen Bräutigam, aber genderless – also ohne die Zuschreibung zu einem sozial geschaffenen Geschlecht – wie könnte der aussehen? Schwarz, ja. Aber komplett aus Tüll gefertigt. Dieser Anzug knistert. 26 Kollektionen stellen wir Ihnen in unserer Ausstellung Influenza–M vor. Wir haben sie unterschiedlichen Kategorien und Verortungen zugedacht. Denn Mode prägt bestimmte Orte – und umgekehrt. Ein Ort ist der soziale Raum Standesamt. Die Röcke mögen in den vergangenen Jahrzehnten kürzer, länger oder zu Hosenbeinen geworden sein, in der Regel trägt der Herr aber immer noch den Anzug und die Dame immer noch ein Kleid. Tommy Dombrowski, einer der Studierenden, hat den genannten Herrenanzug aus Tüll kreiert – und noch einiges mehr an Genderless Wedding Wear. Sein Leitsatz: Unbekanntes umarmen, Traditionen wahren. Mode schafft Homogenität und sie ermöglicht Eingrenzungen, Abgrenzungen und Ausgrenzungen. Somit ist sie eine Kulturtechnik mit zeitlichen Festschreibungen. Als soziales Zeichensystem nutzt sie nicht nur Kleidung und Körper, sondern auch Sprache, Gestik und Verhaltensweise. Damit fungiert Mode auch als strukturierendes Element unseres Alltags. Kleidung hat soziale Codes. Das trifft auf den Smoking ebenso zu wie auf Jeans. Heute aber, mit der Ehe für Alle und der Anerkennung von Trans- und Intersexualität, können sich auch Designer aus der Uniformierung lösen und die Menschen ins Zentrum rücken, nicht ihr Geschlecht. Bei Tommy Drombowski kann der Mann einen Schleier aus Tüll in Form eines Hutes tragen. Eine ‚Hochzeit' mit seiner Kollektion wurde im Standesamt Pforzheim gefilmt, der Film ist Teil der Ausstellung. Eine Performance, getreu dem Leitsatz: ‚Mode anders schauen'.

Die Kollektion von Nadia Marino heißt ME-LITARY. Schon längst ist die Kleidung des Militärs, ihre Muster und Farben, in der Alltagsmode angekommen. Nadia Marino hat allerdings mit einem Griff in die Vergangenheit ein neues Jetzt erschaffen, eine Symbiose aus alt und neu. Denn ihre Kollektion besteht aus Original-Stoffen der 1940er und 50er Jahre, die sie bei ihrer Recherche in Second-Hand-Military-Shops aufgespürt hat. Ihre Kategorie ist das Be-Greifen und Er-Fassen. Welche Gefühle lösen die alten Stoffe aus? Die oft hart, schwer und steif sind; die muffelig riechen und ganz weit entfernt sind von atmungsaktiven Fasern? Mode ist immer auch Haptik, diese Uniformen sind solche der Emotionen – sie tragen sich anders, weil man weiß, dass Männer sie bei ihrer Arbeit, im Dienst getragen haben. So wird es auch den Hauptdarstellern der Erfolgsserie Babylon Berlin gegangen sein – die Kleidung von Kommissar Gereon Rath und seiner Partnerin Charlotte Ritter wurden aus Original-Stoffen der 1920er Jahre gefertigt. Zu unserem Konzept Mode anders schauen gehört auch, dass wir sie wieder aus ihrer Verbildlichung zurück bringen wollen, zurück zur erlebten Kleidung. Ja, natürlich sehen wir Mode auf Fotos und im Web – aber vor allem tragen, riechen und fühlen wir sie."

BIRGIT MEYER
ist PR-Referentin an der Fakultät für Gestaltung.