

Fremde Federn

Borrowed Feathers



Schon immer haben Bräuche und Symbole verschiedener Kulturkreise die Mode inspiriert. Über den schmalen Grat zwischen Respekt und Ausbeutung

Fashion has always been inspired by the customs and symbols of different cultures. On the fine line between respect and exploitation

Text Katharina Kunath

Dieser Text ist im Rahmen der Abschlussarbeit (2016) zum Thema Tribe im AMD-Ausbildungsgang Modejournalismus / Medienkommunikation entstanden
This text was written as part of her final project on the subject of Tribe for the AMD Fashion Journalism / Media Communications major in 2016

Fremde Federn

In der Sommerkollektion 2017 zog Marc Jacobs alle Register. Seine Entwürfe verwandelten die Models in Feen, Harajuku-Mädchen und Rave-Prinzessinnen. Die Kollektion sorgte schnell für mediales Echo, allerdings nicht für das gewünschte. Denn um die Entwürfe ging es nicht, es waren die Frisuren, welche die Show kontrovers sein ließen – regenbogenfarbene Dreadlocks aus Wolle, zu hohen Buns zusammengesteckt. „Weiße Mädchen tragen Dreadlocks“, titelte Harper's Bazaar. Auf Twitter brach ein Shitstorm aus: „Dreadlocks sind Teil afroamerikanischer Kultur. Nichts, was DU verkaufen oder benutzen darfst!“, erboste sich Userin Mania. Hunderte bombardierten den Designer mit ihrem Zorn. Auch seine Herleitung wird als *white-washed* verurteilt: London in den 1980er-Jahren, Boy George und das Festival Burning Man. Kein Wort über die Rastafari-Religion oder die afroamerikanische Bürgerbewegung der

1960er-Jahre, die Dreadlocks zum politischen Statement machte. Der Vorwurf der Cultural Appropriation fliegt Marc Jacobs um die Ohren.

Cultural was? Kulturelle Aneignung heißt der Vorwurf, sperrig übersetzt. Kulturelle Entwendung kommt der Bedeutung näher. Deutsche Medien tun sich noch etwas schwer damit, in den Staaten und im Netz wird das Phänomen scharf diskutiert. Darf man sich bei Symboliken anderer Kulturen nach Lust und Laune bedienen? Wo fängt Ausbeutung an? Schließlich gibt es auch Cultural Appreciation, die Wertschätzung einer fremden Kultur, aus der Inspiration gezogen und deren Symbolik als Hommage übernommen wird. Die Grenze ist nicht klar gezogen. Was dem einen ein hübsches Accessoire ist, hat für den anderen ernste Bedeutung, ist religiös oder politisch aufgeladen. Aneignung wird in solchen Fällen als Angriff auf die jeweilige kulturelle Identität gesehen.

Das Hauptproblem ist meist nicht die Aneignung selbst, sondern das damit einhergehende gesellschaftliche Ungleichgewicht, wie auch im Fall Marc Jacobs. Dreadlocks galten lange als asozial und ungepflegt, als Frisuren des schwarzen Ghettos. Plötzlich, weil Weiße sie tragen, sind sie Trend. Der Vorwurf der Bigotterie ist nachvollziehbar.

Es sind nicht nur die Afroamerikaner, die gegen eine kulturelle Aneignung ihrer Stile und Symbole protestieren. Auch die First Nations wollen es nicht länger hinnehmen, dass ihr Kulturgut in einen anderen, oft modischen Kontext gestellt wird. Das Warbonnet etwa, eine traditionelle Federhaube, die männlichen Kriegerern oder Stammesoberhäuptern vorbehalten ist. Jede einzelne Feder muss durch besonderen Einsatz für die Gesellschaft oder durch kriegerische Tapferkeit verdient werden. Die Modebranche nutzt das Warbonnet als Gimmick. Karlie Kloss trägt es

¹ Cowles, Charlotte: „Karlie Kloss, Victoria's Secret Really Sorry About That Headdress“, in: The Cut, Onlinemagazin, 12.11.2012 [URL: <http://nymag.com/thecut/2012/11/karlie-kloss-really-sorry-about-that-headdress.html>] [letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

² Alexander, Ella: „Pharrell Williams apologises for wearing 'red face' Native American headdress on Elle cover“, in: Independent Onlineversion, Juni 2014, [Url: <http://www.independent.co.uk/news/people/pharrell-williams-apologises-for-wearing-native-american-headdress-on-elle-cover-9490529.html>] [letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

In his 2017 summer collection, Marc Jacobs pulled out all the stops. His designs transformed the models into fairies, Harajuku Girls and rave princesses. The collection quickly caused a stir in the media, not however, the desired one. It was not the designs, but rather the hairstyles, which made the show controversial – rainbow dreadlocks made of wool, put up into buns. „White girls wearing dreadlocks,“ was the headline from Harper's Bazaar. On Twitter it was a shitstorm: „Dreadlocks are part of Afro-American culture. Not something YOU are allowed to buy or use!“ infuriated users responded. Hundreds unleashed a barrage of anger on the designer. The sources inspiring the collection were also criticized as *white-washed*: London in the 1980s, Boy George and the Burning Man festival. Not a word about the Rastafarian religion or the African American Civil Rights Movement of the 1960s, which made dreadlocks a political statement. With the accusation of cultural appropriation the whole thing blew up in Marc Jacobs's face.

Cultural what? The accusation is of cultural acquisition, but cultural theft is closer to the meaning. The German media have had trouble with this, while in the U.S. and online, the phenomenon is hotly debated. Are you allowed to help yourself

to the symbols of other cultures on a whim? Where does exploitation begin? After all, there is also cultural appreciation: valuing a foreign culture from which inspiration is taken and the symbols of which are picked up as an homage. The boundary is not clearly drawn. What is a pretty accessory for one person has a serious meaning for someone else and may be religiously or politically charged. This kind of appropriation is seen as an attack on the respective cultural identity. The main problem usually is not the appropriation itself, but the associated societal imbalance, as in the case of Marc Jacobs. Dreadlocks were long considered anti-social and unkempt as the hairstyles of the black ghettos. Suddenly, because whites are wearing them, they are trendy. The accusation of bigotry is understandable.

It is not only Afro-Americans who are protesting against the cultural appropriation of their styles and symbols. First Nations are also no longer willing to stand for having their cultural heritage put into another context, often the fashion world. The war bonnet is a good example – a traditional feather headdress reserved for male warriors or tribal chiefs. Every single feather must be earned through a special service to the

Borrowed Feathers

auf dem Victoria's-Secret-Laufsteg,¹ Toni Garrn lässt sich damit für die Vogue ablichten, Pharrell Williams schmückt sich mit der bunten Federkrone auf dem Cover der Elle.² Schließlich landet das Warbonnet als Festival-Accessoire in den Regalen von Urban Outfitters oder Free People, und von dort auf den Köpfen junger Mädchen, die damit für Instagram posieren. Es ist das Symbol der Cultural Appropriation. Es steht für eine Ethnie, die durch Kolonisation beinahe ausgerottet und deren Kultur systematisch unterdrückt wurde, bis sich der weiße Mainstream dieser Kultur als lustiger Verkleidung bemächtigte. „Ein Genozid an rund 600.000 amerikanischen Ureinwohnern, der erst vor gut 100 Jahren ein Ende nahm. Die Überlebenden abgeschoben in Reservate, in denen sie größtenteils noch heute leben. [...] Und du willst dich wie eine lächerliche Karikatur eines Häuptlings verkleiden, in dem du dir einfach das Imitat eines heiligen, nur von der

Gemeinschaft verleihbaren Insignie überstülpt?“, schreibt das Onlinemagazin Noisy.³

Auch Elemente der indischen Kultur werden modisch adaptiert. So sind Mehndis, die verschnörkelte Bemalung von Händen, Armen und Beinen mit Henna, zu einem Trend geworden, den Stars wie Madonna popularisierten. Auch das Bindi erfreut sich großer Beliebtheit. Das Ornament wird in der Mitte der Stirn aufgemalt oder als Schmuckaufkleber angebracht. Der traditionell rote Punkt ist Zeichen der verheirateten Frau, soll sie und ihren Gatten beschützen. Schon in den 1990er-Jahren von Gwen Stefani benutzt, erlebt es ein Revival auf den Gesichtern retro-hippiesker Hipster. Indische Frauen protestieren unter dem Hashtag #reclaimthebindi – „unsere Kultur ist kein Accessoire“.

„Kulturelle Wertschätzung heißt, dass es einen fairen Austausch zwischen

Wirtschaftsmacht und Kulturgut gibt, von beiden Parteien gleichermaßen anerkannt und respektiert. Zwischen Zelebrieren und Kommerzialisieren ist es ein schmaler Grat. Kulturelle Ausbeutung ist immer dann, wenn eine Geschichte oder ein Lebensstil auf die Ästhetik reduziert wird“, erklärt Gabrielle Richardson das Problem.⁴ Die Aktivistin gründete das Art Hoe Collective, das farbige Kunstschaffende unterstützt und gegen Cultural Appropriation kämpft. Ingrid Chou, Kreativdirektorin des Museum of Modern Art in New York, stellte früh die Frage: „Was wird aus Symbolen und Gütern fremdländischer und nicht-industrieller Kulturen, wenn sie als rein ästhetischer Ausdruck in die westliche Kultur des 20. Jahrhunderts integriert werden?“ Sie argumentiert, dass den Dingen jegliche Verbindung zu ihrer Geschichte und Tradition verloren geht. Sie werden zu leeren Symbolen des Exotismus. „Extrahiert man nur die ästhetischen Elemente oder den kulturellen Code eines anderen Landes,

³ Noisy Staff: „14 Festival-Styles, auf die du diesen Sommer verzichten solltest“, in: Noisy Onlinemagazin, Juni 2016, [URL: https://noisy.vice.com/alps/article/14-festival-styles?utm_source=viceFBalps] [letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

⁴ Weinstock, Tish: „A Lesson On Cultural Appropriation By Art Hoe Founder Gabrielle Richardson“, in: I-Device Onlinemagazin, Juli 2016, https://i-d.vice.com/en_gb/article/a-lesson-on-cultural-appropriation-by-art-hoe-founder-gabrielle-richardson [letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

⁵ Chou, Ingrid: „Artificial Flavour: Asian Identity & the Cult of Fashion“, in: Valerie Steele und John S. Major (Hg.): China Chic: East Meets West London 1999, Kapitel/chapter 4, S./p. 69

community or an act of courage in battle. The fashion industry uses the war bonnet as a gimmick. Karlie Kloss wears it on the Victoria's Secret runway,¹ Toni Garrn gets some shots in Vogue with it, Pharrell Williams adorns himself with a colorful crown of feathers on the cover of Elle.² Ultimately, the war bonnet ends up on the shelves of Urban Outfitters or Free People as a festival accessory and from there, onto the heads of young girls who pose with it for Instagram. The war bonnet is the symbol of Cultural Appropriation. It stands for an ethnicity that through colonization was nearly exterminated and whose culture was systematically suppressed until the white mainstream appropriated this culture as a fun costume. „A genocide of about 600,000 American indigenous people that only ended about 100 years ago. The survivors pushed onto reservations, in which the majority still live today. [...] And you want to dress up like a ridiculous caricature of a chief by simply throwing on a knockoff of an emblem that is sacred and can only be conferred by the community?“ writes the online magazine Noisy.³

Elements of Indian culture are also being adapted by fashion. Mehndis, the baroque painting of hands, arms and legs

with henna have become a trend that stars like Madonna popularized. Bindis, too, are enjoying great popularity. The ornament is painted on the middle of the forehead or attached as a jeweled sticker. The traditional red point is a sign of the married woman and is meant to protect her and her husband. Used by Gwen Stefani back in the 1990s, it is experiencing a revival on the faces of retro-hippiesque hipsters. Indian women protest with the hashtag #reclaimthebindi – „our culture is not an accessory.“

„Cultural appreciation means that there is a fair exchange between economic power and cultural heritage, equally recognized and respected by both parties. There is a fine line between celebration and commercialization. It is always cultural exploitation when a history or lifestyle is reduced to the aesthetic,“ says Gabrielle Richardson explaining the problem.⁴ The activist founded the Art Hoe Collective, which supports creative people of color and fights against Cultural Appropriation. Ingrid Chou, Creative Director of the Museum of Modern Art in New York, posed the question early on: „What happens to the symbols and heritages of foreign and non-industrial cultures when they are integrated into the Western culture of the

Fremde Federn

entsteht ein Mystizismus der fremden Region, ohne ihr wahres Verständnis entgegenzubringen. Oftmals wird so ein kompletter Look geklaut, ohne dass sich der Designer bewusst mit dessen historischer Einordnung oder dem Ursprungsort auseinandersetzt. Die Geschichte geht verloren.⁶

Problematisch ist nicht nur der fehlende Respekt vor heiligen oder kulturell aufgeladenen Gegenständen, sondern auch das damit einhergehende wirtschaftliche Ungleichgewicht zwischen der milliardenschweren Modeindustrie und den Künstlern, Schneidern oder Juwelieren aus den jeweiligen Kulturkreisen. Die Gesellschaften, die als Inspirationsquelle und Klischeekulisse dienen, profitieren nicht vom Ethnoboomb. Geistiges Eigentum wird profitbringend von einer privilegierten Elite übernommen, vollkommen ohne Gegenleistung. Das Luxuslabel Céline brachte 2016 Edel-Schlappen auf den Markt, inspiriert von marokkanischen Babouche-Slippern. Gut 600 Euro kostete

ein Paar. Das Design der Babouche stammt aus Nordafrika, wird dort seit Jahrhunderten zu einem Bruchteil des Preises hergestellt. Ein Paradebeispiel der Cultural Appropriation.

Doch ist Mode auch ohne fremde Kultur schlicht nicht denkbar. Mode bedient sich, leiht aus, schafft Neues auf Grundlage von Altem, macht sich Fremdartiges zu eigen. In traditionellen Gewändern und Kleiderordnungen liegt der Ursprung der Mode, wie wir sie kennen. Die Aneignung fremder Symbolik, Textilien, Muster und Schnitte zieht sich als roter Faden durch die Modegeschichte. Schon die Römer schätzen aus China importierte Seidenstoffe. Im 14. Jahrhundert ahmten europäische Textilmanufakturen die beim Adel beliebten asiatischen Designs und Stickereien nach, um sie in der weniger gut situierten Gesellschaft zu vermarkten.⁷ In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts fand Madeleine Vionnet, gern als „Mutter aller Couturiers“ bezeichnet, die Inspiration

zu ihren revolutionären Schnitten in Zeichnungen aus dem antiken Griechenland. Die fließenden Drapierungen der alten Hochkultur beeinflussten ihre Arbeit maßgebend.⁷ Ihr Zeitgenosse Paul Poiret gab sich mit einem eklektischen Konglomerat aus byzantinischen, arabischen und chinesischen Einflüssen einer regelrechten Orientalismus-Manie hin.⁸ In den 1970er-Jahren prägt Yves Saint Laurent die Haut Couture mit farbenfrohen Entwürfen, inspiriert von den Stilen Marokkos, wohin es die internationale Bohème zieht. Europäische und amerikanische Teenager kleiden sich in billigen Blusen mit exotisch anmutenden Stickereien, mit orientalischen Mustern bedruckten Schals. Nichts davon ist authentisch.⁹

Das Konzept der Blending Cultures – der Vermischung unterschiedlicher kultureller Einflüsse – ist kein neues. Doch ist die Problematik der Cultural Appropriation aktuell. Die Winterkollektion 2015 von Desquard² bestand aus bunten Mänteln und

⁶ Steele, Valerie & Major, John S.: *China Chic: East Meets West*, 1999, Kapitel / chapter 4, S. / p. 69

⁷ Werle, Simone: *50 Fashion Designer, die man kennen sollte*, München 2010, S. / p. 14

⁸ Lehnert, Gertrud: *Geschichte der Mode des 20. Jahrhunderts*, Köln 2000, Kapitel / chapter: Beginn der Haute Couture (1900-1918), S. / pp. 15-16

⁹ Lehnert, Gertrud: *Geschichte der Mode des 20. Jahrhunderts*, Köln 2000, Kapitel / chapter: Flower Power „Nostalgie und ethnische Stile“, S. / pp. 72-73

20th century as a purely aesthetic expression?” She argues that the objects lose every connection to their history and tradition. They become empty symbols of exoticism. “If you extract only the aesthetic elements or the cultural codes of another country, a mysticism of the foreign region arises without any true understanding of it. Often a complete look is stolen in this way, without the designer consciously grappling with its historical context or place of origin. The history is lost.”⁵

What is problematic here is not only the absence of respect of sacred or culturally charged objects, but the associated economic imbalance between a fashion industry worth billions, and the artists, tailors or jewelers from the respective cultures. The societies that serve as sources of inspiration and a backdrop of cliché do not profit from the ethno-boom. Intellectual property is taken by a privileged elite at a profit, without any compensation whatsoever. The luxury label Céline brought luxury slippers onto the market in 2016 that were inspired by Moroccan Babouche slippers. A pair cost a good 600 Euros. The design of the Babouche comes from North Africa and has been produced there for centuries for a fraction of the price. This is a prime example of cultural appropriation.

But fashion is also simply unimaginable without foreign culture. Fashion helps itself, borrows, creates the new on the foundations of the old and makes the foreign into its own. The origin of fashion as we know it, comes from traditional garments and dress codes. The appropriation of foreign symbols, textiles, patterns and styles is a common thread throughout the history of fashion. Even the Romans prized silks imported from China. In the 14th century, European textile manufacturers copied Asian designs and embroidery popular among the nobles to sell them to the less well-off members of the society.⁶ In the first half of the 20th century, Madeleine Vionnet, frequently referred to as the “mother of all couturiers,” found the inspiration for her revolutionary styles in pictures from Ancient Greece. The flowing draperies of the old civilization had a decisive influence on her work.⁷ Her contemporary, Paul Poiret, was devoted to a regular oriental obsession with an eclectic agglomeration of Byzantine, Arabic and Chinese influences.⁸ In the 1970s, Yves Saint Laurent left a stamp on haute couture with colorful designs inspired by the styles of Morocco, which was drawing the international bohemian culture. European and American teenagers dress themselves in cheap shirts with exotic appearing embroidery, with scarves printed with oriental patterns. None of it is authentic.⁹

Borrowed Feathers

Ponchos, die Muster ein Abklatsch traditioneller First-Nation-Designs, kombiniert mit Stücken, die an britische Militäruniformen erinnerten. Das Label beschrieb die Kollektion als Zusammenspiel zwischen den Stilen indianischer Stämme und dem „edlen Geist des alten Europas“. Lisa Charleyboy, Gründerin des *Urban Native Girl Magazine*, kommentierte empört: „Die romantische Verklärung der Kolonialisierung.“¹⁰

Globalisierung und Digitalisierung haben die Mode demokratisiert. War die Urteilsbildung früher Modekritikern vorbehalten, ist sie jetzt jedem möglich. Deshalb ist es heute wichtiger denn je, klar zu unterscheiden, was Cultural Appreciation und Cultural Appropriation bedeuten und wie sie sich unterscheiden. Kulturkreise fungieren seit jeher als modische Inspiration und werden diese Rolle auch nicht ablegen. Deshalb ist es wichtig, aus einer ungefragten Übernahme eine wechselseitige

Annäherung zu machen. Unwissen darf keine Ausrede sein. Es wird als in der Verantwortung eines jeden Modehauses gesehen zu überprüfen, wie Kleidungsstücke produziert werden. Ebenso verantwortungsbewusst sollte auch mit dem geistigen Eigentum fremder Kulturen, mit deren Bräuchen und Symbolen umgegangen werden.

Wie es anders geht, zeigt das Luxuslabel Valentino. 2016 ließen sich die Chefdesigner Maria Grazia Chiuri und Pierpaolo Piccioli von indianischen Mustern inspirieren. Anstatt diese jedoch zu kopieren, arbeitete das Duo mit der Künstlerin Christi Belcourt zusammen, die den kanadischen Métis angehört. Es entstand eine innovative Kollektion zeitgenössischer Prints und Stickereien. Die Kollaboration ist ein Paradebeispiel für den reflektierten, respektvollen Umgang mit anderen Kulturen.

Ein weiteres Beispiel ist der indischstämmige Designer Ashish

Gupta. Die Entwürfe des Central-Saint-Martins-Absolventen sind maßgeblich von der Kultur seines Heimatlandes geprägt. Die Kleidungsstücke lässt er in Indien in Handarbeit anfertigen – es entstehen authentische Produkte, die Arbeitsplätze für lokale Schneidereien schaffen und das alte Handwerk bewahren. Gupta mischt traditionelle indische Stoffe und Muster mit westlichen Schnitten, Slip-Kleider mit Sari und Sherwani. Seine Sommerkollektion 2017 ist politisch motiviert: „Ich möchte die indische Kultur Großbritanniens feiern“, erklärt er. „Ich war tief erschüttert vom Brexit-Votum, es hat mir das Herz gebrochen. Ich wollte ein Statement setzen und daran erinnern, wie sehr sie in diesem Land integriert ist.“¹¹ Ashish Gupta gibt dem Thema Cultural Appreciation den politisch notwendigen Raum. Damit ist er ein Vorbild auf interkultureller Ebene, ein Verfechter dringend notwendiger Diversität in der Modebranche.

¹⁰ CBC News: Dsquared² under fire for #Dsquaw women's fashion collection, März/March 2015
<http://www.cbc.ca/news/indigenous/dsquared2-under-fire-for-dsquaw-women-s-fashion-collection-1.2980136>
[letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

¹¹ Casley-Hayford, Alice: "Ashish's Ode To Indian Culture", in: Refinery Onlinemagazin, September 2016
[URL: <http://www.refinery29.uk/2016/09/123734/ashish-ss17-1fw>] [letzter Zugriff/last call: 29.5.2017]

The concept of blending cultures is not a new one. But the difficulty of cultural appropriation is current. The winter collection 2015 from Desquared² consisted of colorful coats and ponchos, the pattern a rip-off of First Nations designs combined with pieces reminiscent of British military uniforms. The label described the collection as the interplay of the styles of Native American tribes and the "noble spirit of old Europe." Lisa Charleyboy, founder of the *Urban Native Girl Magazine*, furiously commented, "The romantic glorification of colonization."¹⁰ Globalization and digitalization have democratized fashion. If professional opining was once reserved for fashion critics, it is now open to everyone. That is why today, it is more important than ever to clearly distinguish between what the terms cultural appreciation and cultural appropriation mean and how they differ from one another. Ignorance cannot be an excuse. It is considered the responsibility of every fashion house to monitor how clothes are manufactured. The same responsibility should be taken with respect to the intellectual property of foreign cultures, with respect to their customs and their symbols.

The luxury label, Valentino, is an example of how to do it differently. In 2016, head designers Maria Grazia Chiuri

and Pierpaolo Piccioli were inspired by Native American patterns. But instead of copying them, the duo worked with the artist Christi Belcourt, who is of Canadian Métis ethnicity. An innovative collection of contemporary prints and embroideries emerged. The collaboration is a prime example of the reflective, respectful treatment of other cultures.

Another example is the Indian designer, Ashish Gupta. The designs of the Central-Saint-Martins graduate are clearly influenced by the culture of his home country. He has the clothing manufactured by hand in India resulting in authentic products that create jobs for local tailors and preserve the traditional craft. Gupta mixes traditional Indian fabrics and patterns with Western styles, slip dresses with saris and sherwanis. His summer collection 2017 is politically motivated: "I want to celebrate the Indian culture of Great Britain," he says. "I was deeply devastated by the Brexit vote, it broke my heart. I wanted to make a statement and remind that culture what an important part of this country it is."¹¹ Ashish Gupta gives the subject of cultural appreciation the political space it requires. He is a role model on an intercultural level, a champion of the diversity that is so urgently needed in the fashion industry.



BETHE CHANGE

Sarah Drosdziok

Die Bachelor-Arbeit von Sarah Drosdziok basiert auf einem Zitat von Mahatma Gandhi: „Be the change you want to see in the world.“ Den Ausgangspunkt der Arbeit bildet die Auseinandersetzung mit aktuellen Streetstyle-Kulturen aus Tokio und Dehli sowie des Afro-Punk, einer Bewegung innerhalb der Punkszene, die jede Kultur, jede Nationalität, Sexualität, Musikrichtung sowie Religion akzeptiert und toleriert. Dieses Prinzip überträgt die Designerin in ihr Konzept. Intention ist, traditionelle Bekleidungselemente aus unterschiedlichen Kulturen stilistisch zu einem globalen Tribe zusammenzuführen, was die Akzeptanz aller Kulturen und Individuen unterstreichen soll. Mit der Kollektion *Bethe Change* für Herbst/Winter 2017/18 soll Luxus neu interpretiert werden – als kultureller Reichtum. Handwerk und Nachhaltigkeit rücken an die Stelle von Statussymbolen und Verschwendung.

Sarah Drosdziok's thesis project is based on the quote from Mahatma Gandhi: "Be the change you want to see in the world." The starting point of the project is the clash between current street-style cultures from Tokyo and Delhi, and Afro-Punk, a movement within the punk scene, which accepts and tolerates every culture, every nationality, sexuality, genre of music and religion. The designer transfers

this principle into her concept. The intention is to stylishly bring together traditional elements of clothing and different cultures into one global tribe, which emphasizes the acceptance of all cultures and individuals. The collection *Bethe Change* for Fall/Winter 2017/18 reinterprets luxury – as cultural abundance. Craft and sustainability replace status symbols and waste.



CULTURE CLASH – THE SOOSU IMEEJI

Giang Huong Vu

Die Bachelor-Arbeit von Giang Huong Vu beschäftigt sich mit dem Thema *Culture Clash* – der Vermischung von kulturellen Gruppen in unserer modernen Welt. Dabei geht es nicht nur um das Vermengen, sondern auch um das Bewahren von Traditionen unterschiedlicher Kulturen und Identitäten – *soosu imeeji* bedeutet originelles Bild. Der wissenschaftlich-theoretische Teil der Arbeit stützt sich auf die Definition von Kultur im Verhältnis zur Mode. Die Inspiration entspringt der Auseinandersetzung mit den Hmong- und Dao-Gruppen Vietnams, die Farb- und Materialwelten sind vom American Football abgeleitet und die Oversize-Silhouetten wurden aktuellen japanischen Streetstyles entlehnt. Für ihre verspielte und eigensinnige Herbst/Winter 2017/18 Kollektion *Culture Clash – the soosu imeeji* reiste die Designerin in Bergdörfer nach Vietnam – die Heimat ihrer Mutter – und ließ traditionelle Stoffe in Handarbeit weben.

The thesis project of Giang Huong Vu deals with the subject of *Culture Clash* – the mixing of cultural groups in our modern world. This does not just concern the blending – but also the preservation of traditions of different cultures and identities – *soosu imeeji* means original image. The theoretical part of the thesis is based on the definition of culture in relation to fashion. The inspiration comes out of the clash between the Hmong

and Dao groups of Vietnam, the color and material worlds are derived from American football and the oversized silhouettes are borrowed from current Japanese street styles. For her playful and defiant Fall/Winter 2017/18 collection *Culture Clash – the soosu imeeji* the designer traveled to mountain villages in Vietnam – the homeland of her mother – and had traditional materials hand-woven.

A Look Into the Future



THE HOLY LAND – CHAOS FOR CHAOS

Fatin Christine Schwippert

In ihrer Bachelor-Arbeit untersucht die Absolventin visuelle und soziologische Gemeinsamkeiten der westlichen Punkbewegung und der jungen palästinensischen Generation. Die Jugend Palästinas, die durch die anhaltende politische Situation, Einschränkung, Perspektivlosigkeit und damit einhergehende Frustration bestimmt ist, bildet Parallelen zur Punkkultur, nämlich in der Auflehnung gegen den Status quo. Während die Punks jedoch Anarchie anstreben, sehnt sich die palästinensische Jugend nach einem besseren System, Frieden und Freiheit. Die Designerin hat die Stilwelten der Londoner Punks und palästinensischer Trachten analysiert. Die Intention für die Pre-Fall-Kollektion 2016/17 *The Holy Land – Chaos For Chaos* war, einer No-Hope-No-Future-Attitüde Ausdruck zu verleihen. Einige Stoffe wurden von dem letzten in Palästina lebenden Kufyia-Produzenten gewebt.

In her thesis project the recent graduate examines visual and sociological similarities between the Western punk movement and the young Palestinian generation. The young Palestinians, who through the continuing political situation – defined by restrictions, hopelessness and the associated frustration – create parallels to punk culture, namely, in their rebellion against the status quo. While the punks strive for

anarchy, the Palestinian youth long for a better system, freedom and peace. The designer analyzed the style worlds of the London punks and the Palestinian costumes. The intention of the Pre-Fall Collection 2016/17 *The Holy Land – Chaos For Chaos* was to give expression to a No Hope, No Future attitude. Some materials were woven by the last living kufyia producer in Palestine.



FASHION & MIGRATION

Marlene Engel

Im Entwurfsseminar *Men's Design* wurden auf der Basis der inhaltlichen und visuellen Recherche zum Dachthema *Migration* konzeptionelle Ansätze für die Gestaltung von Männermode entwickelt. Neben der Vermittlung von Kompetenzen in Bezug auf genderspezifische Gestaltungsmerkmale und Ausdrucksformen stand die Förderung eines Verständnisses für die Zusammenhänge zwischen theoretischen Inhalten, der Analyse anderer, fremder Kulturen und ihren Bekleidungsformen sowie der Reflexion gesellschaftlichen Geschehens im Vordergrund.

In the design seminar *Men's Design* conceptual approaches for the design of men's fashion were developed on the basis of content and visual research under the larger theme of *Migration*. In addition to developing skills with respect to gender-specific design features and forms of expression, the seminar focused on understanding the relations between theoretical content, the analyses of other,

foreign cultures and their forms of clothing as well as on the reflection of societal occurrences.