



Fashion field walks

VOKUÉ

COLORÉ ET VARIÉ



Impressionen von den Field Walks in Berlin-Mitte, Fotos: Sandra Ratkovic

Inhalt

Lana Katharina Vogelgesang	4
Catharina Preuß.....	6
Emilia Hoepner.....	8
Jasmin Procher.....	10
EmilieBaltzer.....	12
Leonie-Sophie Kerkow.....	14
Selina Özcan.....	18
Emilia Engelmann & Linah Seyffarth.....	20
Mattis Lindemann.....	24
Karlotta Konschak & Laura Töppel.....	28
Johanna Gerstenberg.....	32
Hadia Diab.....	1,36,72
Nadine Schindler.....	40
Mia-Sophie Pawusch & Lisa Zettl.....	42
Johanna Roeder & Cheyanne Bocian & Carlotta Zetzsche.....	46
LaithAl-Dahan.....	54
Biografien.....	56
Sandra Ratkovic.....	2,60,68
Johanna Schwab & Aïcha Abbadi.....	62
Gemma Wilson.....	66
Impressum.....	71

zeitgenosse



Cat Eye Sonnenbrille

1950

1900-1910-1920

Korsett
Schulterfrei
V-Ausschnitt

1930

Puffärmel

1940

Knallige Farben

1960
Kettengürtel
moccasins
hippie Muster

1970

Schlaghose
hippie Muster

1980

Puffärmel

1990
Bauchfrei
Minirock

2000

Minirock
Low Waist

2010

skinny Jeans

2020

hippie Muster



Outfit inspirierter Beutel

ZEITSTRAHL



- S-förmiges
Korsett

- schmale Hüfte =
Schönheitsideal

- Blusen, Röcke
und Kleider



1900-1910

1920

- Vordergrund =
Waden und
Schultern

- Hemd Kleider



kleines schwarzes



- Puffärmel
- Gürtel
- Handschuhe



- dekorative
Schleifen



1930



Die Frauen trugen häufig Kleider und Röcke. Diese hatten oft knallige Farben und verspielte Muster. Schulterpolster waren ein sehr großer Trend. Dieser war besonders geeignet um die Hüfte schmaler wirken zu lassen.



1940



Die Sanduhrfigur war nun im Trend. Generell kleidete man sich formal und elegant. Frauen trugen lange weite Röcke und ebenfalls die verspielten Cat-Eye Sonnenbrillen. Das Ziel ab dem Jahr 1950 war es Hüften und Schultern abzurunden.



1950



Ab den 1960 wurden $\frac{3}{4}$ -Ärmel mehr und mehr Inn. Außerdem trugen viele Frauen die auffälligen Pillboxhütchen. Ihre Kleidung bestand aus Pastellfarben und sie trugen Kurzhaarschnitte. Weite Kleider waren ebenfalls im Trend. Später in den 1960ern wurde die Schlaghose modern.



1960

Eigenkreation zu den Trends

Dieser Beutel soll zu den Trends der Frauen in den verschiedenen Jahrhunderten passen. Das Karomuster zeigt die Einordnung der Trends und Symmetrie dieser. Dennoch zeigen die geschwungenen Linien den Wechsel der Trends und die Veränderung der Mode. Durch die knalligen Farben mit geschwungenen Linien. Es ist ein Kontrast zu dem Hintergrund zu erkennen.



Trends, welche im Beutel vorhanden sind

- auffällige Muster (1900, 1940)
- auffallend (1910, 1920, 1930)
- knallige Farben (1940, 1980)
- Karomuster (1950, 1990)
- Pastellfarben (1960)
- Metallicfarben (1970, 2010)
- neongrün (1980)
- geschwungene Linien (1940, 2000, 2020)
- rosa (2020)

DER NEUE TREND

TREND; erkennbare Richtung einer Entwicklung; starke Tendenz.

Man muss nicht viel mit Mode am Hut haben, um sich an vergangene Trends der Mode erinnern zu können, Trends prägen nicht nur ihre Zeit, sondern auch noch die kommende. Sie spiegeln politische und gesellschaftliche Bewegungen wider, wie die Hippie Bewegung in den 60er, welche die Friedensbewegung gegen den Vietnamkrieg stark prägte. Ob ausgelöst durch Bewegungen oder einzelne Personen, wie die größten Musiker*innen ihrer Zeit, beispielsweise trug kaum ein Kurt Cobain bzw. Nirvana-Fan keine Dr. Martens und breite Pullover in den 90er, sie bleiben jedem im Kopf. Doch was ist der Trend dieses Jahrzehntes und warum ist er so schwer zu identifizieren?

Mit dieser Frage sind wir in das Projekt „Fashion Field Walks – Eine kritische Magazin-Werkstatt“ gestartet.



- knallige Muster, bunte Farben, extravagante Schnitte, Puffärmel, Stulpen, highwaist, Leggings, Sneaker

Die Frage kam nach einem Blick in die Umgebung, einen so großen unterschied an Kleidung und trotzdem wirkt es alles passend zu seiner Zeit, man könnte fast behaupten das wäre in keinem anderen Jahrzehnt so normal gewesen wie in diesem. Nach einem Blick auf meine eigene Kleidung und dessen Stil fiel mir eins auf: fast jedes Kleidungsstück könnte aus einem anderen Jahrzehnt und dessen Trends stammen. Auch in den Schaufenstern bei unseren Fashion Field Walks durch Berlin, viel es uns ins Auge. Doch der Trend ist es nicht nur alte Trends zu tragen, sondern auch tatsächlich „alte“ Kleidung. Nicht nur in Berlin, sondern auch in Europa stieg der Trend zu Second Hand Mode mit Läden wie Humana, ReSales oder online Plattformen wie Vinted (ursprünglich Kleiderkreisel und Mamikreisel) in den vergangenen Jahren an. Unser Ziel war es den heutigen Trend der Second Hand Mode im Zusammenhang der Trends der letzten Jahre darzustellen und kritisch zu betrachten.



- Schlaghosen
- Mini-Röcke
- Highwaist-hosen
- kurze Tops
- Hotpants mit Tops
- Maxi-Röcke
- Flower-Power
- bestickte Jeans
- Hippie

Fashion-Trends der letzten Jahrzehnte



- kurze, enge Tops
- Kleider
- Slipdresses
- bauchfrei
- Latzhosen
- Mini-Röcke
- Karo und Leoparden Muster
- Jeans

— 1970 —

— 1980 —

— 1990 —

Fashion-
Trends
der
letzten
Jahrzehnte

DER NEUE TREND



RECURRING TREND

2000

- weißer Gürtel
- Pilotenbrille
- trucker hats
- hoop earrings
- Stulpen
- Flip-Flop/ Ugg Boots
- Ponchos
- Y2k-Style
- Baggy Hosen/Hüftjeans
- crop-tops/ Bandeau
- mini Rock
- Denim look



2010

- Eulen/ Mustages
- boyfriend look
- bequeme Kleidung
(Leggings)
- Sneaker
- Pajetten
- camouflage
- side out/
.off-shoulder



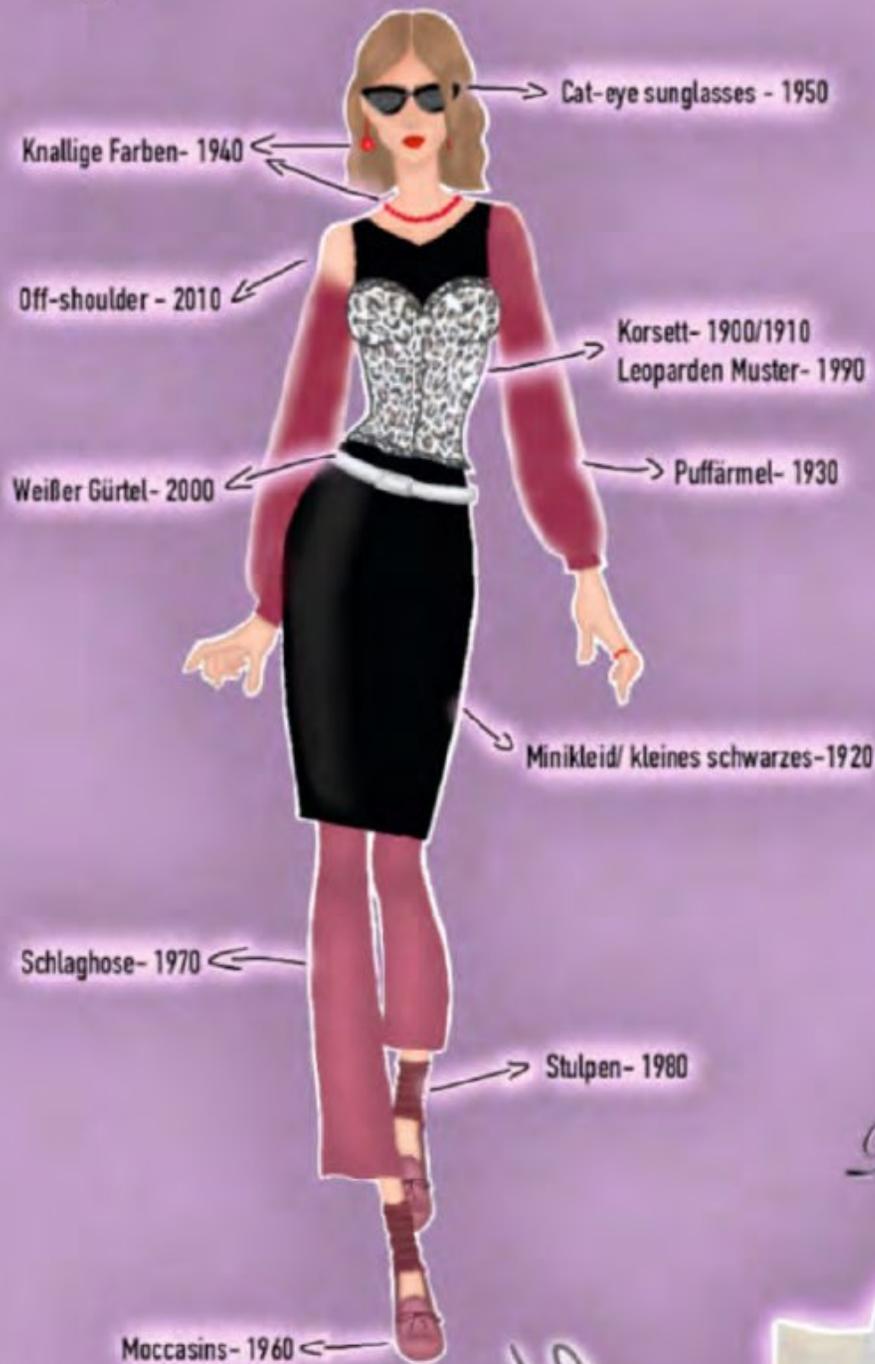
2020

- Leder coats/ trench
Coats
- mini dresses (blue
gingham)
- gypsy tops
- grunge/ hippie Style
- oversized shirts/ suits
- tie dye
- Westen
- Blazer



UNIQUE FASHION

Outfit



Produkt



SCHMUCK

Perlen symbolisierten Reinheit, Unschuld und Weisheit. Die Modedesignerin Coco Chanel hat den Perlenschmuck damals populär gemacht. Perlen waren früher sehr kostbar, nur reiche, mächtige Männer trugen diese. Später wurde rein weiblicher Schmuck. Inzwischen tragen es sowohl Männer als auch Frauen.



Der Schnurrbart war 2013/14 ein großes Trend. Damals haben sehr viele Menschen Ringe, Ketten, Basecaps usw. mit Schnurrbärten drauf getragen. Dieser Trend wurde durch Pinterest und Tumblr verbreitet.



KERAMIK

Das Peace Zeichen war/ ist sehr beliebt bei dem Modestil bzw. Trend „Hippie“. Es wurde oft als Schmuck getragen oder als Aufdruck genutzt. Das Zeichen symbolisiert eine positive Lebensart und den Frieden wofür die „Hippies“ stehen.



and more ...

Endergebnis



IDEE

Meine Idee war es einen Stoffbeutel mit einem Design was an den Modestil „Hippie“ erinnert zu designen. Die Idee war es knallige Farben zu benutzen die aber dennoch miteinander harmonieren. Zudem sollte der Beutel zur alltäglichen Benutzung tauglich sein.

PROCESS

1. Pappe in Stoffbeutel reinlegen
2. Stoffbeutel abgeklebt
3. Grundierung mit weißer Farbe
4. Grobe Skizze auf dem Stoffbeutel
5. Farben auswählen/anmischen
6. Bemalen
7. Trocknen lassen -> Ausbessern
8. Pappe entfernen
9. Bügeln



FAST FASHION YOURSELF

RUNWAY

Tag täglich, vor allem im geographischen Raum Mitte und einer Großstadt wie Berlin, kommt man immer mit Werbungen, Schaufenstern und außergewöhnlicher Mode in Berührung. Dort fallen einem bestimmte Schnitte, Farben und Kleidungsstücke immer wieder ins Auge. Aber woher kommt das? Wer gibt diese Trends vor? Bestimmen die Fashion Weeks der Welt unsere Trends? Hat das etwas mit Fast Fashion zu tun? Ist das ein nachhaltiger Prozess? Kann man Trends selber upcyclen? Diese Fragen werden in diesem Artikel kritisch beleuchtet.

Mit der stetig wachsenden Relevanz des Internets in unseren Alltag kommt es immer mehr zur Verkürzung von Trends und zum Verlust ihrer Langlebigkeit. Um zu erkennen und zu verstehen, woher diese Trends kommen, gibt es die Trendforschung. Wenn man davon spricht, meint man die systematische Untersuchung von ökonomischen, sozialen, ethnischen, kulturellen und technologischen Veränderungen, der Veränderung von Verhalten, Werten, Motiven und Handlungen von Menschen. Das kann man aber auch grundlegend in der Mode beobachten. Dieser Artikel beruht auf eigener Trendforschung, kombiniert mit Feldforschung im geografischen Raum. In vielen Geschäften finden sich gleiche Schnitte, Stoffe und Farben. Zusätzlich fällt auf, dass Großkonzerne, welche meist aus vielen kleineren Marken hervorgehen, sich vor allem in der Textilindustrie oft genau auf diese kurzlebigen und aktuellen Design spezialisieren. So entstand das Geschäftsmodell der Fast-Fashion-Industrie. Diese von der Fast-Fashion-Industrie genutzten Inspirationen und Trends kommen viel von den Laufstegen der Welt wie Mailand, Paris, Berlin, New York oder London. Unternehmen nutzen Trendforschung, um frühzeitig zu erkennen, was bald gefragt sein wird, um so angesagt und gefragt zu bleiben. Firmen können eigene Trendforschung betreiben oder nutzen wie Nike oder die H&M Group die gesammelten Daten von Forschungsunternehmen wie zum Beispiel dem größten unabhängigen Unternehmen der World Global Style Network (WGSN). Durch dieses schnelle neue Finden an Trends werden die Kollektionen dementsprechend schnell designt und zu niedrigen Preisen und oft nicht besonders guter Qualität produziert und verkauft.

Zur Veranschaulichung bringen große Firmen wie Zara 24 Kollektionen pro Jahr. Das ist kein nachhaltiges Konzept, umweltschädlich, kapitalistisch, konsum bezogen und nutzt oft schlechte und nicht vom Menschenrecht gedeckte Arbeitsbedingungen im Ausland. Objektiv möchte jeder wohl so wenig wie möglich solche Prozesse unterstützen. Daher sollte man Upcyclen. Der Begriff Upcycling wurde 1994 erstmals vom Ingenieur Reiner Pilz in einem Interview erwähnt, in dem ein altes nutzloses Produkt einen höheren Wert erhalten soll. Dies ist ein nachhaltiges Konzept, da es auf Nachnutzung von bereits vorhandenem Material setzt und somit die Verwendung von Rohstoffen reduziert. Man unterstützt somit nicht die Fast-Fashion-Industrie und ausbeuterische kapitalistische Großkonzerne. Man hinterfragt alltägliche Dinge kritisch und setzt eigene Prioritäten. Das ist selbst als Laie mit wenig Erfahrung umsetzbar. Deshalb habe ich mir die Aufgabe gegeben, ein altes Kleidungsstück nach den Trends der aktuellen Fashion Weeks umzusetzen.

FASHION WEEK

TRENDFORSCHUNG



Um ein altes Kleidungsstück, welches nicht mehr den aktuellen Trends entspricht, wieder interessant zu machen und den neuen anzupassen, sollte man sich den aktuellen Entwicklungen erst ein Mal bewusst werden. Ich habe mich nach eigener Trendforschung der Modeschauen für

2023 für die folgenden signifikanten Schnitte, Farben und Stoffe entschieden. Diese möchte ich in einem alten Kleid umsetzen und es so upcyclen. Ich habe mich stark an Cut-Outs inspiriert. Diese hat man zum Beispiel bei Eckhaus Latta in Spring 2023 gesehen oder auch bei Di Petsa für Fall 2023. Ebenso habe ich mich an den Ärmel inspirieren lassen. Asymmetrie ist schon länger ein Motiv in modernerer Mode, deswegen habe ich mich für zwei verschieden lange und aus verschiedenen



Stoffen bestehende Ärmel entscheiden. Farblich bin ich bei der Farbe des Jahres 2023 „Viva Magenta“ geblieben. Diese Trendfarbe wird jedes Jahr von Pantone sorgfältig ermittelt und gilt als wegweisender Ton für Mode-, Kunst- und Design. Modehäuser wie Valentino oder Fashion East haben dies direkt auf dem Runway aufgegriffen. Wie Fast-Fashion arbeitet haben wir verstanden, weswegen nun diese Trendfarbe auch kurzzeitig später schon in den



Geschäften der Großkonzerne aufgetaucht ist. Um diesen Prozess nicht weiter zu unterstützen, ist Upcycling wichtig. Passt die Farbe nicht kann man in Secondhand Läden schauen oder Kleidung einfärben.

Ich habe mein Kleid jetzt noch mit Cowboy Stiefeln kombiniert, da diese auch totales Trendprodukt geworden sind.



Schuhe, die man auf ersten Blick nicht unbedingt aufwerten kann, kann man



aber so wie ich auch aus zweiter Hand kaufen. Cowboy-Stiefel sind schon lange durch

Modehäuser wie Isabel Marant klassisch vertreten, aber werden immer mehr auch bei anderen Modehäusern wie Fendi oder Ganni gesehen. Vom Laufsteg bis in den H&M im geografischen Raum Berlin-Mitte hat es der Cowboy-Stiefel geschafft.



Am Unterrock und dem asymmetrischen Ärmel aus Mesh findet sich auch der Trend von Applikationen in Form von Bändern wieder. Dies sieht man bei Helmut

Lang, Ann Demeulemeester oder ST10G.

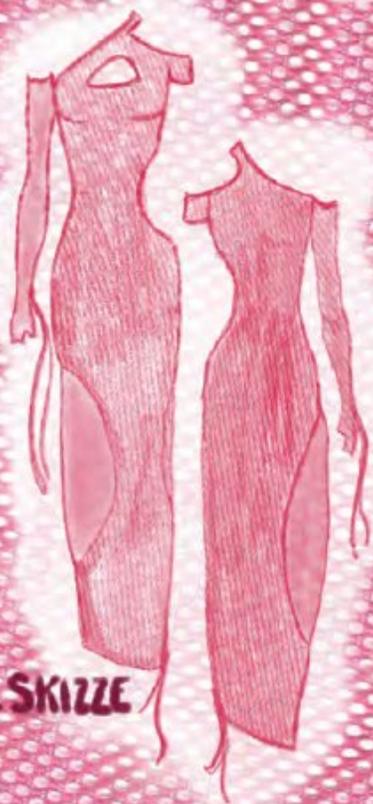
UPCYCLING



NACHER



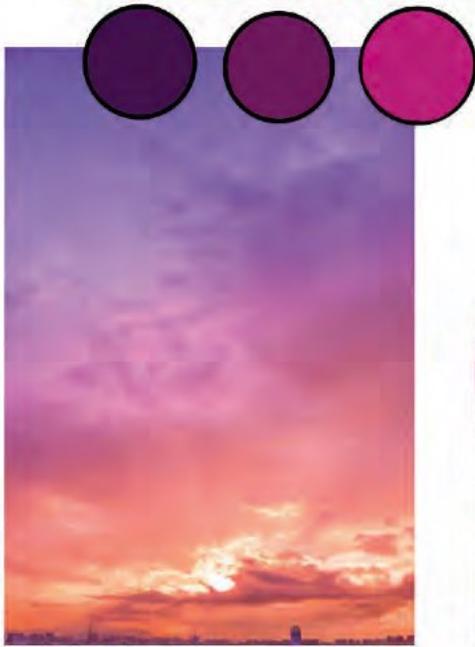
VOAHER



1. SKIZZE

2023
Pantone

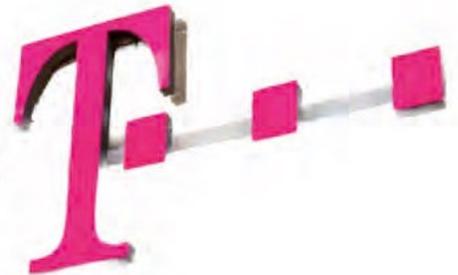
VIVA
MAGENTA



Die Farbe Magenta wurde erstmals 1859 von einem Chemiker entdeckt er benannte sie nach der Stadt Magenta in Norditalien, wo eine Schlacht im Rahmen des zweiten Italienischen Unabhängigkeitskrieges stattfand.

In der Farbpsychologie verbindet man mit Magenta Eigenschaften wie Idealismus, Dankbarkeit und Mitgefühl, gleichzeitig jedoch auch Arroganz. In der Mode gilt Magenta als eine sanfte Farbe, die gleichzeitig aber auch dominant wirkt.

Marketingstrategie: Verschiedene Bereiche wie Mode, Design, Kunst und Werbung haben Magenta zu mehr Popularität verholfen, besonders berühmt wurde Magenta durch die Telekom, da sie eine auffällige und einprägsame Farbe ist. Weitere Visuelle Ebenen hat Magenta durch bekannte Marken wie die Cosmopolitan, Barbie, Victoria Secret und LG erlangt.



Meistens wird die Farbe Rot mit der Frau und blau mit dem Mann assoziiert. Im 19. Jahrhundert war es tatsächlich genau andersrum. Rosa war mit den jungen, assoziiert und galt als eine kräftige und maskulin angesehene Farbe. Blau hingegen galt als zart und sanft und wurde mit Mädchen in Verbindung gebracht. Magenta steht auch für Geschlechtervielfalt und Geschlechterneutralität, da sie nur aus Blau und Rot entstehen kann.



Monochromatic

#030002 #36001B #690035 #9C004E #CF006B #FF0381 #FF369B #FF69B4* #FF9CCE #FFCFE7





Häkelmode

Häkelmode in der Fast Fashion.

Wie leicht und nachhaltig ist es selbst umzusetzen?

Immer wieder fallen in Geschäften gehäkelte oder gestrickte Kleidungsstücke, wie luftige Boleros oder netzartige Kleider, auf. Besonders seit 2022 schlichen sich einige Häkelprodukte in die Fast Fashion Mode ein, bis sie dann 2023 zu einem Trend wurden. Dieser wird als Modelrend Crochet bezeichnet.

Auch wenn sie vorerst als allmodisch galt und durchaus mit einer älteren Zielgruppe verbunden wurde, setzte sich die Mode nun auch in der jüngeren Gesellschaft durch. Auffällig ist jedoch, dass diese sich von bisher üblichen Häkelkleidungsstücken abheben. Nun trägt man Wollkleidung bei wärmerem Wetter, da sich diese Mode jetzt auch in die Sommerzeit integrierte. Wie aus dem Moodboard zu entnehmen ist, ermöglichen luftige Häkelmuster und Schnitte ein angenehmes Tragen, während hoher Temperaturen.

Häkeln ist ein Hobby, welches mit ein wenig Geduld schnell erlernt werden kann. Besonders YouTube Videos sind dabei sehr hilfreich. Beim Häkeln muss man sich nicht nur auf Vorlagen beziehen, sondern kann nur mit ein wenig Kreativität eigene individuelle Teile schaffen. Wenn man also die nötigen Kenntnisse gesammelt hat, können gewisse Kleidungsstücke leicht umgesetzt werden. Dies muss man natürlich aber auch vom Schwierigkeitsgrad abwägen. So ist natürlich ein löchriges Sommertop schneller und leichter umzusetzen, als ein fest verhäkeltes langes Kleid. Man hebt sich durchaus sogar von anderen ab, wenn man Teile anfertigt, welche so nicht in Geschäften aufzufinden sind. Abgesehen vom optischen Aspekt, ist die eigene Herstellung von Häkelmode durchaus nachhaltiger. Auch wenn es ein Klischee sein mag, könnte es sein das Großeltern noch Restwolle besitzen, da sie selbst häkeln oder stricken. Die Verarbeitung dieser ist effektiv, da man Geld für neuen Garn spart und man diesen somit nicht entsorgt. Generell ist dieses Hobby relativ kostengünstig, da man sowohl neue Wolle, als auch Zubehör wie Häkelhaken, Maschenzähler oder Markierer meist günstig erwerben kann. Wenn man in nachhaltige recycelte Wolle investiert, könnte dies durchaus kostenintensiver sein. Dennoch kann man das Geld womöglich mit besserem Gewissen investieren, als würde man schlecht produzierte Fast Fashion konsumieren. Auch auf Dauer ist es nachhaltiger, da diese Teile bei guter eigener Verarbeitung lang in einem guten Zustand bleiben sollten. Selbst wenn man sich wetterbedingt nicht nur in Häkelmode kleiden kann und doch teilweise auf andere Optionen wie Fast Fashion zurückgreifen muss, fördert es nicht nur die eigene Kreativität und handwerkliche Begabung, sondern kann eine nachhaltige Variante des Selbstschaffens und Upcycling sein.

Kaufen oder selber häkeln?

Beim Vergleich vom Selberhäkeln und dem Kauf von handgehäkelten Produkten bei Fast-Fashion-Läden geht, gibt es einige wichtige Unterschiede zu beachten:

Der Kauf von handgehäkelten Produkten in Fast-Fashion-Läden ist vergleichsweise bequemer, da du sofort ein fertiges Produkt erhalten kannst, ohne Zeit und Mühe in das eigene Häkelprojekt investieren zu müssen. Die Auswahl ist in der Regel sehr vielfältig und preislich attraktiv.

Der Kauf ist jedoch oft mit Ausbeutung der Arbeitskräfte, schlechten Arbeitsbedingungen und Umweltauswirkungen verbunden.

Durch das Selberhäkeln kannst du einzigartige und individuelle Stücke kreieren. Du kannst aus verschiedenen Garnen, Farben und Mustern wählen und deine eigenen Designs erstellen. Du hast außerdem die Kontrolle über die Qualität der Materialien, die du verwendest und sicherstellen, dass das Endprodukt langlebig und von guter Qualität ist. Mithilfe umweltfreundlicher Garne kann somit auch dein Konsum von Fast-Fashion-Produkten reduziert werden.



Beim Häkeln kannst du deine eigene Kreativität ausleben und einzigartige Stücke herstellen. Du kannst aus verschiedenen Garnen, Farben und Mustern wählen und deine eigenen Designs erstellen. Es kann auch eine beruhigende und meditative Aktivität sein. Das monotone Wiederholen von Maschen kann Stress abbauen und zu einem Gefühl der Entspannung führen. Im Vergleich zum Kauf von handgehäkelten Produkten kannst du beim Selberhäkeln Geld sparen. Garne und Häkelnadeln sind oft erschwinglich und können für viele Projekte wiederverwendet werden.



Das Häkeln erfordert Zeit und Geduld. Je nach Größe und Komplexität des Projekts kann es lange dauern, bis ein fertiges Stück entsteht. Wenn du wenig Zeit hast, kann das Selberhäkeln eine Herausforderung sein.

Das Erlernen des Häkelns erfordert Zeit und Übung. Anfänger können frustriert sein, wenn sie Schwierigkeiten haben, die verschiedenen Maschen und Techniken zu beherrschen. Es kann einige Zeit dauern, bis man ein bestimmtes Niveau an Geschicklichkeit erreicht und Projekte den Wünschen und Größen entsprechen.

Empfehlungen

Es gibt eine Vielzahl von Garnen, die sich zum Häkeln eignen.

Baumwollgarne sind leicht und atmungsaktiv. Sie eignen sich gut für häufig verwendete Gegenstände wie Geschirrtücher, Waschlappen oder Sommerkleidung.

Merinowolle hält warm und eignet sich gut für Winterkleidung, Shals und Accessoires. Acrylgarne sind erschwinglich, langlebig und pflegeleicht. Sie sind eine gute Option für Decken, Spielzeug und Kleidungsstücke, die regelmäßig gewaschen werden müssen.

In Bezug auf Tutorials und Anleitungen gibt es viele Ressourcen online, die dir helfen können, das Häkeln zu erlernen oder neue Muster zu entdecken.

Es ist ratsam, mit einfachen Projekten und Grundtechniken zu beginnen und dann allmählich komplexere Muster zu erlernen. Übung macht den Meister, also sei geduldig und habe Spaß beim Lernen des Häkelns!





UPCYCLING DESIGN

Die neue Nachhaltigkeit der Modebranche

VORHER

NACHHER



Nike Socke



Nike Handschuh



Stoff



Balaclava



Nike TN Schuhe



TN Tasche

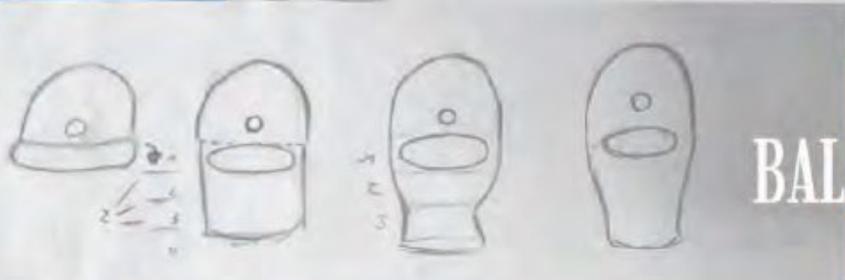
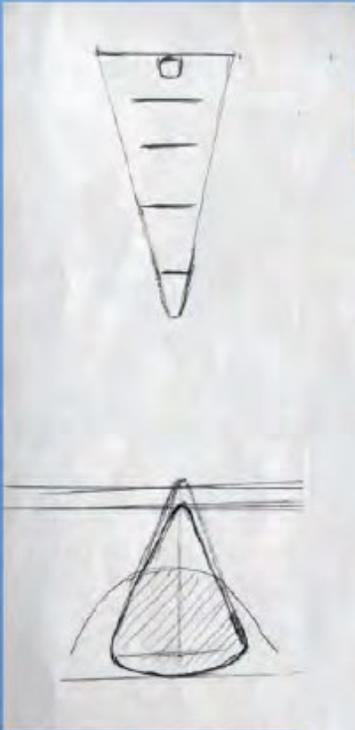
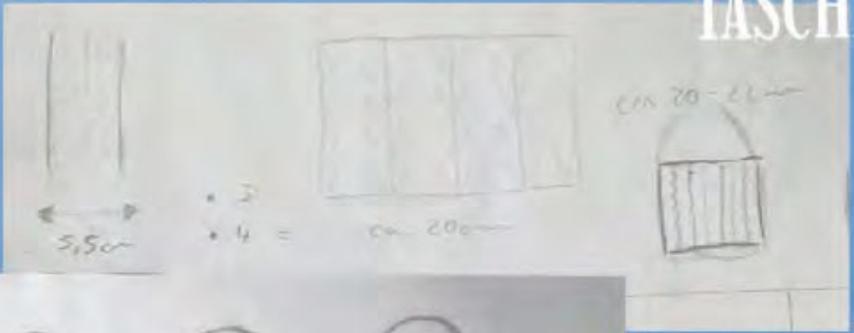


Jeans

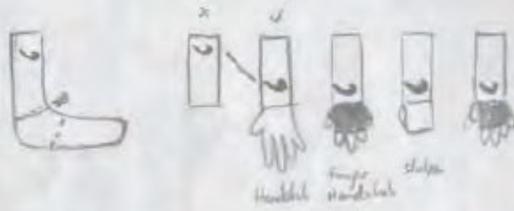


Koikarpfen
Jeans

TASCHE



BALACLAVA



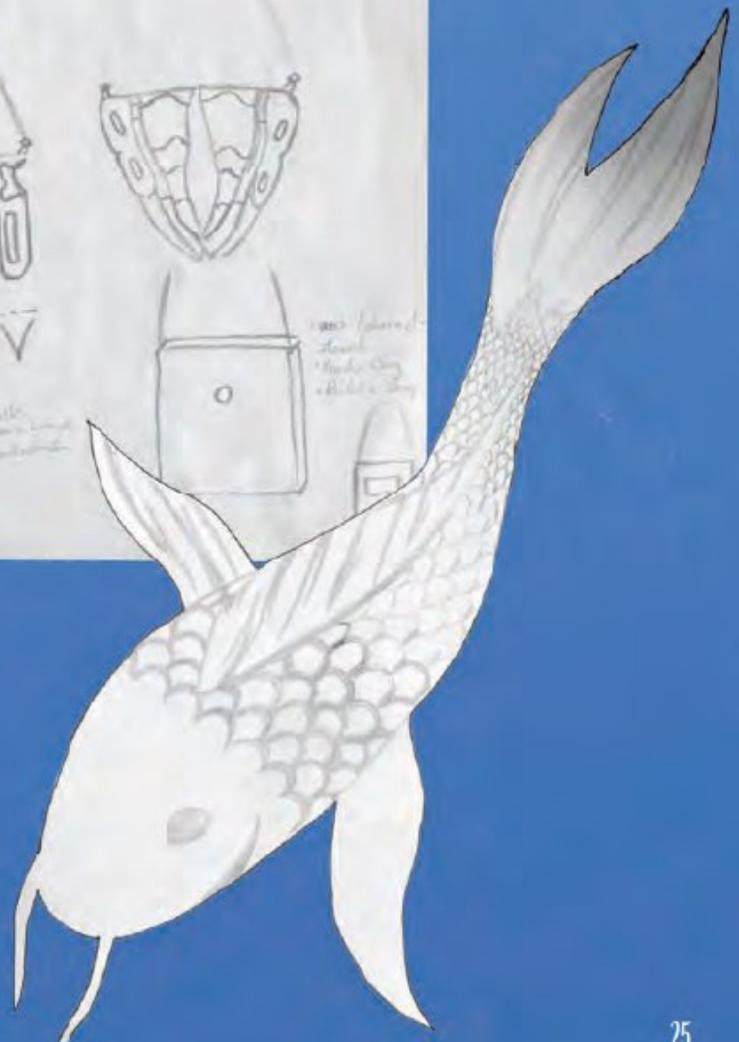
HANDSCHUH



TN-TASCHE



HOSE





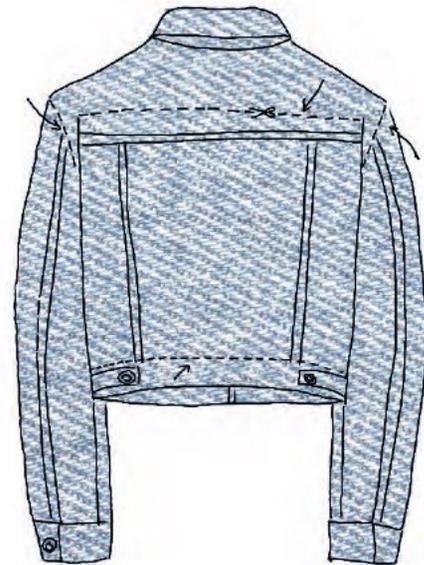
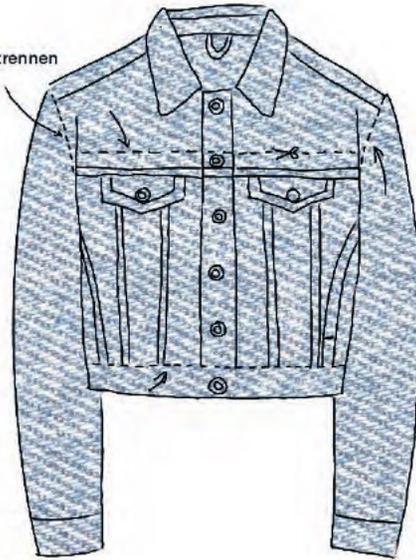
Upcycling Design steht für die neue Nachhaltigkeit in der Modebranche. Aus alter und gebrauchter Kleidung entstehen neue stylische Kunstwerke. Mit meiner Kollektion möchte ich eine Alternative zur Fast-Fashion bieten und eine mögliche Perspektive für die zukünftigen Modetrends geben.

Mattis Lindemann

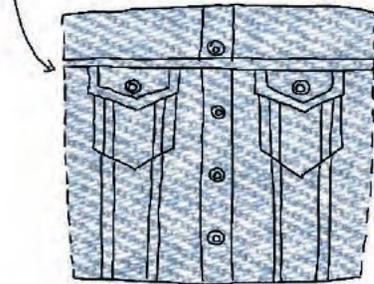
W
R
E
E
R



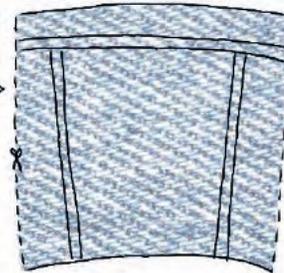
den Linien entlang auftrennen
oder schneiden



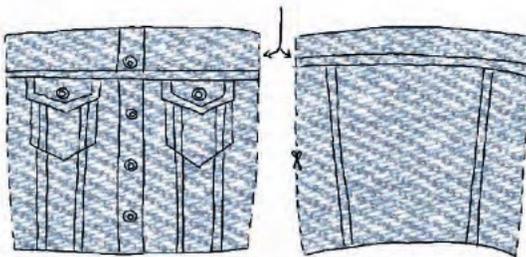
Maße messen (Brust, Taille)+
Seiten auftrennen



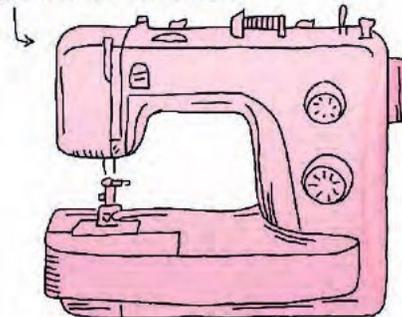
Bei Bedarf die
Seiten kürzen,
damit das Top
dem Umfang von
Brust und Taille
entspricht



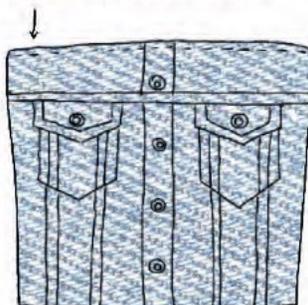
Beide Teile mit der Außenseite aufeinander
legen und zusammenstecken, dabei Maße
beachten



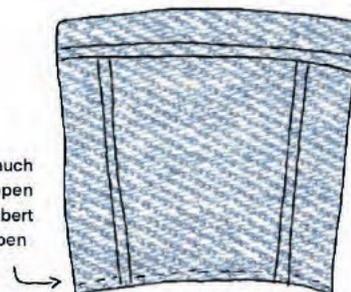
Danach werden die Seiten vernäht, und der obere Rand
durch umklappen und vernähen versäubert

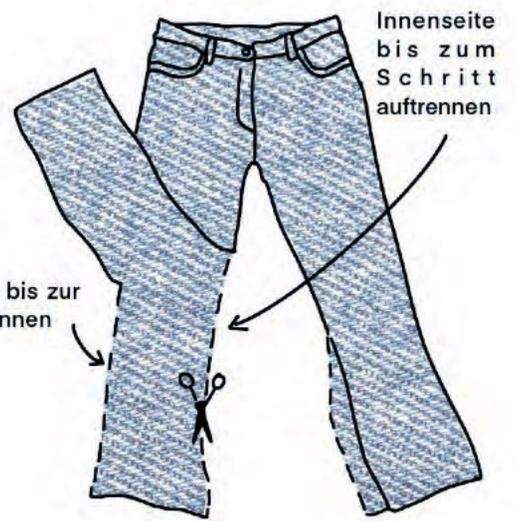
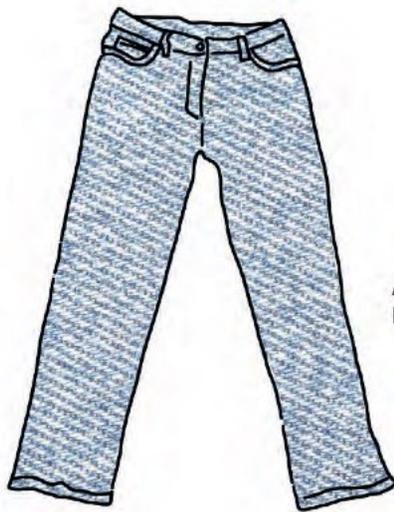
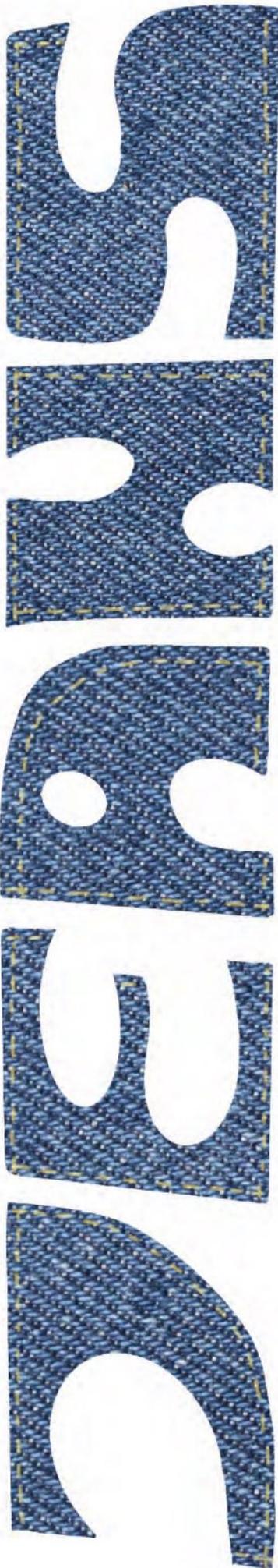


es muss ungefähr auf der Höhe der Achselhöhle sein



unten kann der Stoff auch
noch durch umklappen
und fest nähen versäubert
werden, je nach Belieben





Außenseite bis zur Mitte auftrennen

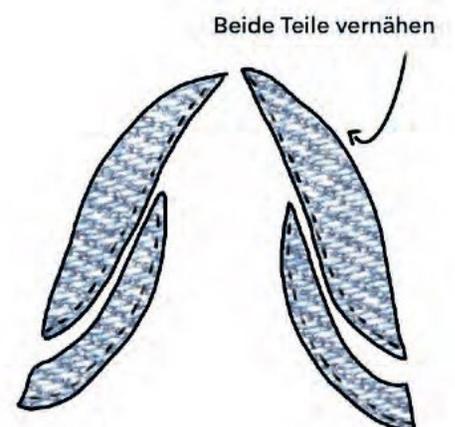
Innenseite bis zum Schritt auftrennen



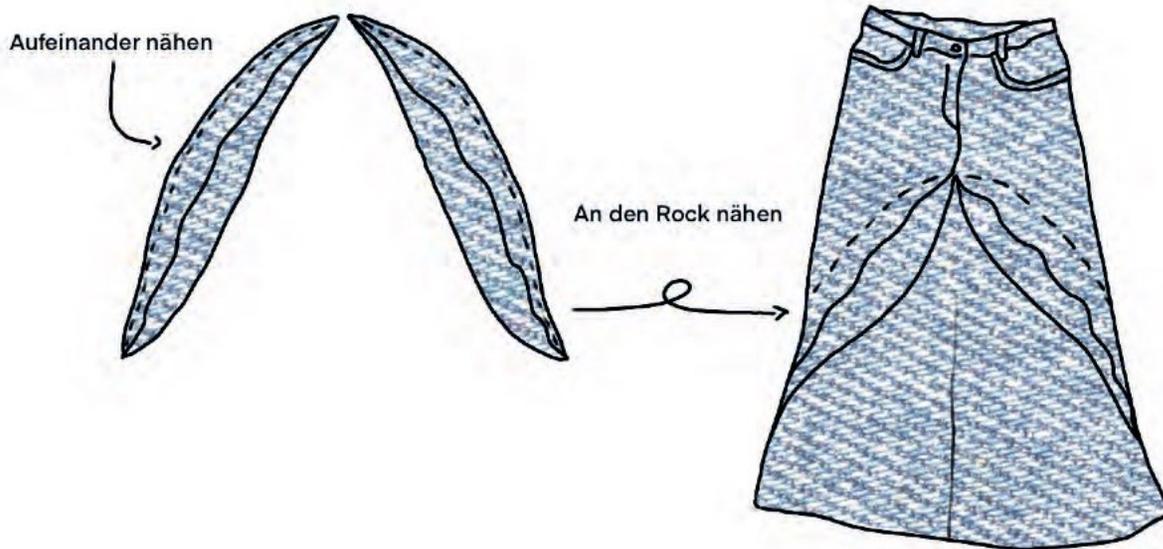
Linien euer Hose angepasst aufzeichnen und entlang den Linien schneiden



Die Hose umdrehen und nun mit der Nähmaschine das hintere Teil zusammen nähen damit eine gerade Linie entsteht



Beide Teile vernähen



Wir kennen doch alle dasselbe Problem! Wir haben verschiedene Jeans zuhause, jedoch sind sie alle nicht mehr modisch oder tragbar aber irgendwie auch zu schade zum wegschmeißen, oder? Daher haben wir uns etwas überlegt, um das zu ändern!

Durch die vorherige private Näherfahrung, entschieden wir uns dazu, schon vorhandene, gespendete Kleidung umzunähen. Also wurde Schritt für Schritt aus einer Jeanshose ein Jeansrock und aus einer Jacke aus ein schulterfreies Oberteil.

Die upgecycelte Jeanskleidung zum Rock und Top sind nachhaltige und modische Alternativen, zu herkömmlichen Kleidungsstücken aus Jeansstoff. Aus einer alten Jeanshose oder Jacke wird ein neues Kleidungsstück geschaffen, welches sowohl einzigartig als auch umweltfreundlich ist. Durch den robusten Stoff und die strapazierfähige Verarbeitung, eignen sich die Kleidungsstücke für den Alltag, als auch für besondere Anlässe. Sie können vielseitig kombiniert werden, sowohl lässig, als auch schick.



Die upgecycelte Jeanskleidung zum Rock und Top ist eine nachhaltige und modische Alternative zu herkömmlichen Jeanshosen und Jacken. Aus einer alten Jeanshose oder Jacke wird ein neues Kleidungsstück geschaffen, welches sowohl einzigartig als auch umweltfreundlich ist. Durch den robusten Stoff und die strapazierfähige Verarbeitung eignet sich das Kleidungsstück sowohl für den Alltag als auch für besondere Anlässe. Es kann vielseitig kombiniert werden, sowohl lässig als auch schick.





Old clothes? WEAR THOSE!



Jeder Mensch ist individuell in seinem Aussehen und Geschmack. We are born to be unique.

Leider ist es schwer, Mode, Umweltfreundlichkeit, Geschmack und Konsum unter einen Hut zu bringen. Das lässt sich dadurch begründen, da sich die Mode immer ändert und wir uns auch manchmal nicht mehr in unserer Kleidung wohlfühlen. Entweder man verkauft die Kleidung dann, schmeißt es weg oder man spendet es...die Alternative, dass die Kleidung im Schrank ihr Leben lebt, gibt es auch. Leider ist es heutzutage bekannt, dass die gespendete Kleidung häufig auf Mülldeponien landet, was eigentlich nicht der Sinn der Spende ist. Manche Textilien landen dann im Meer, wo ihre Farbstoffe freigesetzt werden, die manchmal schädlich für die Umwelt sind...

Ich habe mir zur Aufgabe gemacht, Kleidung aus gespendeter Jeans zu entwerfen, gestalten und zu tragen. Das wäre mein Beitrag dazu, dass die alte Kleidung nicht dort landet. Wenn wir die Produktion von einigen Textilien stoppen und stattdessen die benutzen, die wir schon haben und zu neuer Mode recyceln, steuern wir nicht nur einen Beitrag für die Umwelt zu, sondern beginnen auch, neue Horizonte in der Mode zu öffnen.

PS: Danke Herr Freitag :)





WOMEN
LIBERATION
SUSTAINABILITY

Modern Bloomers





Bloomers & Feminism

Throughout the annals of women's rights movements, certain symbols and garments have played a pivotal role in challenging societal norms and empowering women. One emblem of defiance and liberation is the humble "Bloomers". Emerging during the 19th century as part of the feminist movement, bloomers revolutionized women's fashion and embodied the spirit of gender equality. They courageously challenged traditional gender roles and sparked crucial discussions on women's rights.

Inspired by the illustrious history of bloomers, I embarked on an extraordinary quest to breathe new life into this iconic attire, infusing it with a modern twist.



"Bloomers", named after the American feminist and newspaper editor, Amelia Jenks Bloomer, first appeared in the mid-1800s as an alternative to the restrictive and cumbersome fashion of the era. A three-piece garment, designed by Elizabeth Smith Milleras, consists of a short jacket and loose trousers worn under a knee-length skirt, bloomers provided women with unprecedented freedom of movement. The concept behind bloomers was deeply rooted in the feminist ideals of equality, comfort, and autonomy.



The transformation of a men's suit into the Modern Bloomers ensemble begins with a meticulous design process. By integrating key features of the original bloomer design, such as loose-fitting trousers and a knee-length silhouette, this project pays homage to its feminist roots. The suit jacket undergoes a feminine reinvention, while a crop top adds a contemporary twist.

Collaboration

I team up with Johanna, a fellow classmate. Together, we infused floral motifs onto the jacket and bottoms, adding a touch of nature-inspired beauty.



& Design

The Modern Bloomers project boldly defies rigid gender stereotypes by reimagining the masculine suit as a symbol of femininity. By blending elements of traditional male and female fashion, this project aims to break free from societal expectations and embrace a more fluid and inclusive understanding of gender expression.



Sustainability

At the heart of the Modern Bloomers project lies a strong commitment to sustainability. Every component of the design is meticulously crafted using second-hand and upcycled materials, highlighting the importance of reducing waste and challenging the harmful impact of fast fashion.



STOFF AUS DER GROSSSTADT

Betreuende Lehrerin Nadine Schindler | Portraiffoto: Lina Preifer | Detailfotos und Layout: Nadine Schindler



Stoffe umhüllen unsere Körper, sind weich wie Baumwolle oder kratzig wie Leinen, kühlend wie Seide oder wärmend wie Fleece. Mit passendem Schnitt und sorgfältig gewählter Marke können sie Mittel der Selbstinszenierung sein. Nicht nur der eigene Status, sondern auch Wertemilieus und ganze Berufsgruppen lassen sich an der Kleidung ablesen. Kleidung kann die Träger*innen sichtbar machen, eine Bühne bieten und Mittel des Selbstaudruckes sein. Noch mehr als die Träger*innen werden – ab einem gewissen Budget – die Designer*innen gefeiert. Unsichtbar hingegen bleiben meist die Näher*innen, Produzent*innen und Lieferant*innen. Diesen kritischen Blick muss mensch sich jedoch erstmal leisten können. Kostenfrei, aber nicht ohne Anstrengung, bleibt der kritische Blick, den sich dieses Modemagazin auf die Fahne geschrieben hat. Kolleg*innen spendeten dem 12er-Kurs Kleidung, die sonst im Müll gelandet wäre. Vervollständigt wurde die Materialauswahl durch Stoffe und Garn, welche die Modekünstlerinnen Johanna und Aïcha gebraucht erwarben. Aus diesen gebrauchten und ausrangierten Materialien entwarfen, schnitten und nähten die Schüler*innen neue Kleidungsstücke, die entweder dem aktuellen Trend entsprechen,

Geschlechterstereotype kritisch hinterfragen oder die Träger*innen in etwas Einzigartiges hüllen sollen.

Es wurde allerdings nicht nur Kleidung upgecycelt oder Schmuck entworfen, sondern auch geforscht. Dabei haben die Schüler*innen die Methode der Feldforschung auf die Mode übertragen und im Rahmen der Fashion Field Walks mehrere Exkursionen in Berlin Mitte unternommen.

Wie Ethnolog*innen in einem fremden Land analysierten und zeichneten wir Schaufenster und Ladendesigns, befragten Passant*innen zu ihren Kaufkriterien und beobachteten Kund*innen bei der Geschäftsauswahl. Einige Schüler*innen präsentieren in diesem Magazin daher keine Mode, sondern ihre Forschungsergebnisse oder Ladendesigns. Für die meisten Schüler*innen war es neu, ohne jeglichen Konsum, dafür mit dem soziologischen Blick durch die Innenstadt zu gehen. Dies erinnerte mich an die Schaufensterbummel, die meine Mutter mit mir abends unternahm, als ich noch ein Kind war. Nie wurde etwas am nächsten Tag gekauft. Es ging lediglich darum, die Umgebung zu untersuchen und sich an den Farben und Stoffen zu erfreuen. Ein Schaufensterbummel eben.

BURLESQUE

am Beispiel von Katja Wiedemann

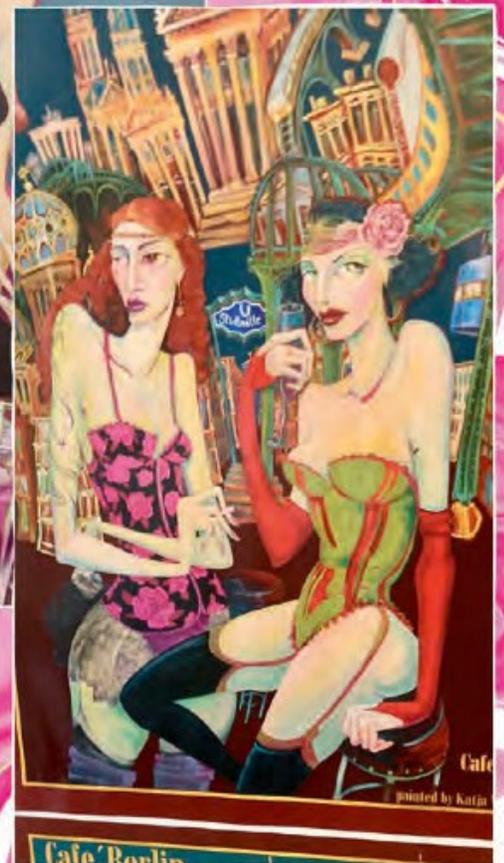


Ich bin beeindruckt, als sie mir bestätigt, dass alles in ihrem Laden von ihr gemalt wurde. Wie groß der Aufwand für dieses Unterfangen jedoch wirklich ist, wird mir erst bewusst, als Katja Wiedemann erläutert, wie sie 15 Jahre gebraucht hat, um zu dem jetzigen Stand zu kommen.

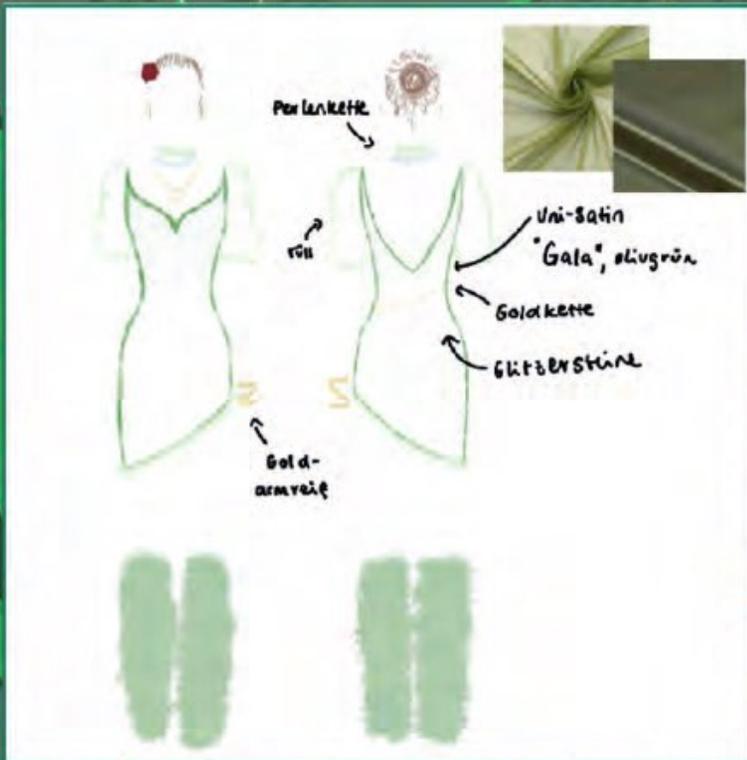
Interview Katja Wiedemann

Ihren Weg zur Kunst fand Katja Wiedemann recht früh. Mit Begeisterung erzählt sie mir von ihrer Lehrerin in der achten Klasse, welche sie motivierte, ihre künstlerischen Anfängen auszubauen. Es weckte ihr Interesse, sich mit Künstler:innen aus vergangenen Epochen zu beschäftigen und deren Bilder abzumalen. Mit diesem Start beschloss sie, Künstlerin zu werden und freudestrahlend verkündet sie mir "das bin ich [geworden]"

Dieses Ziel verfolgte sie mit Disziplin und Übung, was ihrer Meinung mit dem nötigen Antrieb die Voraussetzung für die Umsetzung desselbigen war und sie von Nicht-Künstler:innen unterscheidet.



KLEID



BURLESQUEMODEKLEID



Der sanfte olivgrüne Stoff ist recycled aus einem alten Second-Hand-Kleid, welches ich zerschnitt und anschließend neu vernähte.

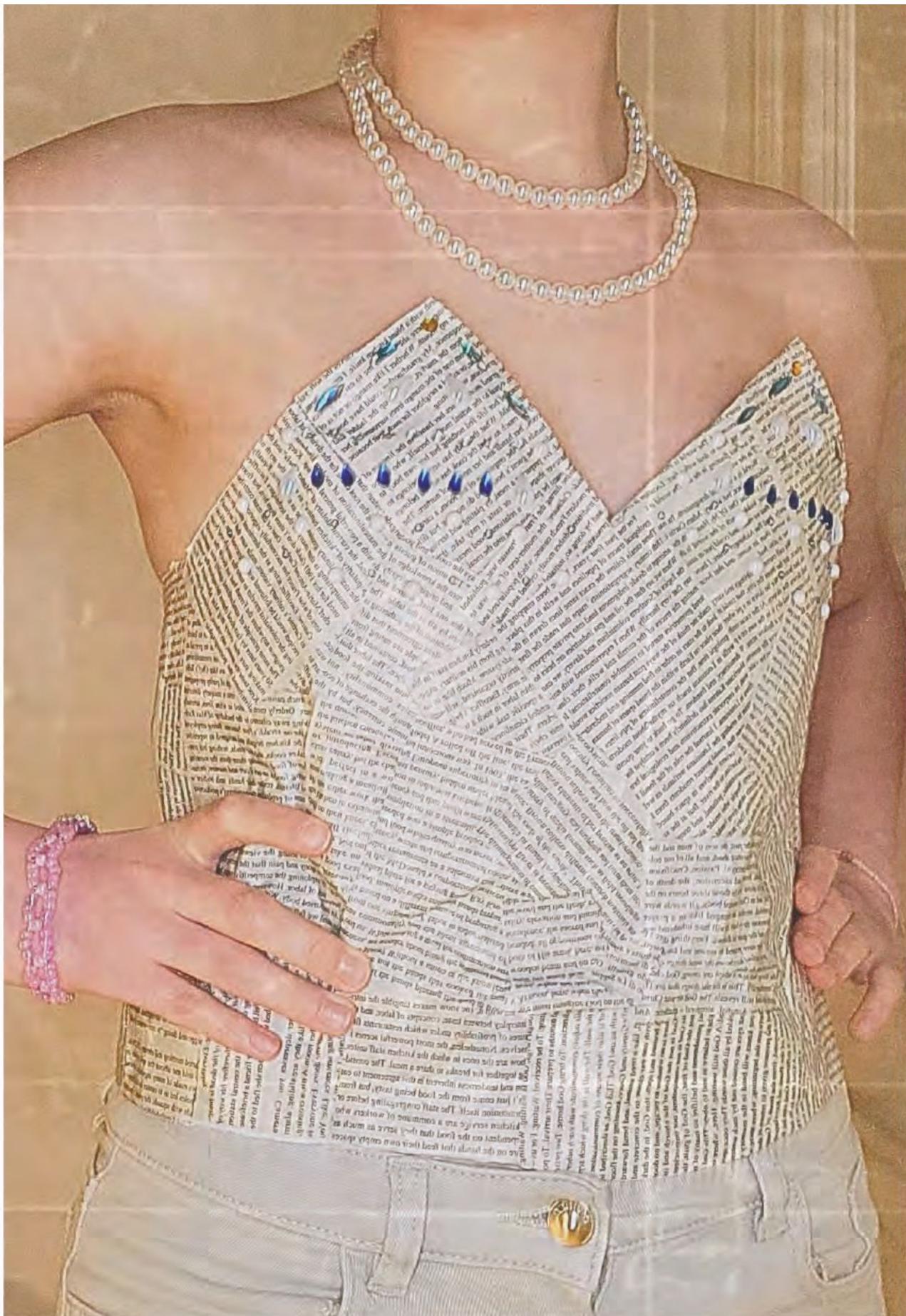


SCHMUCK IM STIL DER 1920ER



**Mit Handarbeit hergestellt,
aus altem Draht, Second
Hand Perlen und alten
Verschlüssen.**





Ein Korsett aus
Pappmaschee und
Zeitungspapier

*Ein Stilbruch zu Kleidung
und Konsum aus unfairen
Arbeitsverhältnissen, im
Stil der 1920er Jahre.*



- 1) „An manchen Tagen einfach das es schnell gehen muss und das ich mich wohl fühle. Wenn ich mir mehr Mühe gebe sogar, dass Kleidung auch ein Ausdruck von Persönlichkeit sein kann.“
- 2) „Ich würde sagen mittlerweile nicht mehr so wichtig aber garnicht wäre auch gelogen.“
- 3) „Ich finde das sehr wichtig. Mein Vater war Schneider, deswegen war viel meiner getragenen Kleidung selbstgemacht. Außerdem shoppe ich sehr viel Vintage.“
- 4) „Mittlerweile und im Verhältnis zu früher sehr wochtig. Heute kaufe ich lieber weniger aber dafür fair produziert.“
- 5) „Weniger ist mehr. Habt Spaß mit Mode aber achtet auf euren Konsum.“

- 1) „Besonders wichtig ist mir die Farbharmonie, wie ein hell Dunkel Kontrast und dass man Accessoires wie Taschen oder Sonnenbrillen einbaut.“
- 2) „ nicht wichtig, außer bei Freunden aber wenn es mir gefällt, ist mir die Meinung egal.,“
- 3) „Ich probiere nur bei Vinted oder Second-Hand zu kaufen.,“
- 4) „wichtig“
- 5) „Jeder soll tragen was er will,“



- 1) „Eigentlich Kauf ich nur noch second hand“
- 2) „Nicht unwichtig aber mir muss es am meisten gefallen“
- 3) „Erstmal Versuch ich second hand zu kaufen aber manchmal erwisch ich mich auch, dass es nicht klappt. Ich finde aber auch die Produktion der Sachen ziemlich wichtig und probiere darauf zu achten“
- 4) „Ich zahl lieber mehr und hab gute Qualität“
- 5) „Ich find es cool was ihr macht, macht mal weiter“

- 1) „Die Kleidung soll eine Mischung aus praktisch und schön sein. Aber besonders wichtig das die Kleidung ein gutes trage Gefühl bietet, also beispielsweise weichen Stoff hat.“
- 2) „Als Lehrerin werde ich oft mit dem Thema konfrontiert oder meine Kleiderwahl kritisch betrachtet. Aber mein Handeln wird dadurch nicht beeinflusst“
- 3) „Ich gebe gerne mehr Geld für gute Qualität und eine bessere Passform aus. Ich kaufe nicht immer Nachhaltig aber viel second-Hand oder Bio Kleidung.“
- 4) „Mir persönlich ist das Preis-leistungsverhältnis sehr wichtig. Ich habe gerne weniger Kleidung aber dafür Kleidung mit guter Qualität.“
- 5) „Kauft weniger mit guter Qualität und fair produziert, solange ihr die finanziellen Möglichkeiten habt.“



- 1) „Das ich mich wohl fühle“
- 2) „Schon wichtig“
- 3) „Ich Kauf schon vintage aber so wichtig ist mir das Momentan noch nicht, ich gucke eher auf den Preis“
- 4) „Mir ist die Qualität ziemlich wichtig und wenn dann halt der Preis etwas teurer ist, dann ist das so“
- 5) „Trag das, wo drin du dich wohl fühlst“



formal

sportlich

viel Farbe

accessoire

elegant

streetstyle

passend zum Schuh

einfach

freundlich

schlicht

benutzt



"FAUL"

"CRACKY"

"NICHTSNUTZ"

"Geh arbeiten!!!"

"DROGENABHÄNGIG"

"Hier stinkts"

"PENNER"

Dedde

Sacke

Essen

Schuh

Zigarette

Zigarette

Aschen-
becher

Balkon

Schaltsignal

Lampe

Straßenbahn

FENSTER

Tauben

Smiley

Fliesen

Fenster

Lkw

BRAL

DAS IST BERLIN

50er Jahre Bau

kein Altbau

Plattenbau

vergessenheit

Wer lebt hier?

Mein Leben

SAMSØ SAMSØ

Brauch ich das?

Konsum

Kaputt

Zuhause

Wer bist du?

Arm?

Nachkriegszeit

Fenster

hässlich

KAUFT

GELD

Ich will
MEIN!

€ € € € €

KAUF MICH



chaotisch

schnellebig

Dreck

zurückgelassen?

vernachlässigt

vergessen?

unbedeutend

heruntergekommen

BIER IM SCHAUFENSTER.

BIER.

alleine

benutzt?

leer?

Schnell
abgestellt?





PRANDALE!

FEEL
TO BELIEVE
Nik Invin

zerstörung
verheilung

STORE DESIGN



Ein gut gestalteter Modeladen kann die Kunden begeistern und zum Einkaufserlebnis machen. Wenn du planst, deinen eigenen Modeladen zu gestalten, solltest du die folgenden fünf Schritte beachten:

- 1. Zielgruppe definieren:** Beginne mit einer klaren Definition deiner Zielgruppe. Überlege dir, welchen Stil und welche Modevorlieben deine potenziellen Kunden haben. Dies hilft dir dabei, die richtige Auswahl an Kleidung und Accessoires zu treffen.
- 2. Konzept entwickeln:** Entwerfe ein überzeugendes Ladenkonzept, das die Identität deiner Marke widerspiegelt (Corporate Identity). Berücksichtige dabei Aspekte wie die Ladenarchitektur, Beleuchtung, Farbgestaltung und die Anordnung der Kleidungsstücke. Ein durchdachtes Konzept schafft ein einheitliches und attraktives Erscheinungsbild.

Corporate Identity
kennzeichnet das Unternehmen durch:
Unternehmensfarben, Schriftzüge,
das Logo der Marke, der Auftritt auf
Social Media, die Gestaltung von
Werbemitteln und die Produktgestaltung



- 3. Warenpräsentation optimieren:** Eine ansprechende Warenpräsentation ist entscheidend, um Kunden anzulocken und zum Kauf zu motivieren. Nutze Schaufenster und Verkaufsflächen strategisch, um Produkte hervorzuheben. Denke an eine angenehme Anordnung der Kleidungsstücke, die den Kunden zum Stöbern einlädt.
- 4. Komfortable Umgebung schaffen:** Schenke der Gestaltung des Ladens ebenso viel Aufmerksamkeit wie der Mode. Sorge für eine angenehme Atmosphäre mit ausreichend Platz, bequemen Umkleidekabinen und Sitzgelegenheiten. Eine gute Belüftung und passende Musik können das Einkaufserlebnis zusätzlich verbessern.
- 5. Kundenerlebnis optimieren:** Stelle sicher, dass deine Kunden ein positives Einkaufserlebnis haben. Biete freundlichen und kompetenten Service an. Organisiere gelegentlich Veranstaltungen oder Modenschauen, um Kunden zu engagieren und neue Produkte vorzustellen.





Emilia Engelmann

Emilia Engelmann ist 18 Jahre alt und besucht derzeit die Kurt-Tucholsky-Oberschule. An Kunst mag sie, dass der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind und jeder sich auf seine eigene Art und Weise ausdrücken kann. Durch das Projekt „Fashion Field Walks“ hat sie sich mit Häkelmode in der Fast Fashion beschäftigt. Dabei ging es vor allem darum, wie leicht oder schwer die eigene Umsetzung beliebiger Kleidungsstücke ist. Dabei wurde mit unterschiedlichen Arten von Wolle gearbeitet und sich anschließend kritisch mit den Ergebnissen auseinandergesetzt.

Catharina Preuß

Catharina Preuß hat sich während des Projektes viel mit Second-Hand Mode und der Mode von Frauen in den unterschiedlichen Jahrzehnten auseinandergesetzt. Auf die Mode der Frauen hat sie sich mit ihrer Gruppe besonders fokussiert. Dabei haben sie sich auf wiederkehrende Trends und die Veränderung der Mode konzentriert. Sie selbst interessiert sich schon lange für Kunst und hat ab der 1. Klasse 7 Jahre lang an einem Keramikurs teilgenommen, welcher sich in ihrem Projekt ausgezahlt hat.

Leonie-Sophie Kerkow

Leonie-Sophie Kerkow ist seit der 7. Klasse Schülerin an der Kurt-Tucholsky-Oberschule. Sie hat sich für die Schule unter anderem aufgrund des musischen Profils entschieden. Kunst, Mode, Design und popkulturelle Bezüge haben von der Kindheit an eine Rolle in ihrem Leben gespielt. Leonie hat bereits früh angefangen zu nähen und davon geträumt, etwas mit Mode zu machen. Durch ihr Interesse und Engagement wurde sie bereits zur Berliner Fashion Week eingeladen. Bis heute begeistern sie das regelmäßige Besuchen von Ausstellungen und Fotografie. Durch Erfahrungen und Neugier kommt der hinterfragende, kritische Blick bei ihren Projekten und Ideen.

Lana Katharina Vogelgesang

Ich, Lana Katharina Vogelgesang, bin persönlich sehr Kunst fasziniert. Durch Kunst kann man sehr vieles ausdrücken und eine fesselnde visuelle Erfahrung erschaffen. In diesem Projekt habe ich ein großes Auge auf frühere Fashion Trends gelegt und konnte grenzenlos ein individuelles Outfit entwerfen. Dabei haben wir als Gruppe auch einen großen Wert auf detailreiche Arbeit gelegt, woraus viele einzigartige Pieces entstanden sind.

Emilie Baltzer

Emilie Baltzer wurde am 11.10.2004 in Berlin geboren. Schon früh hatte sie großes Interesse an Kunst, insbesondere am Zeichnen und Malen. Sie ist in einer Illustratoren Familie groß geworden, somit hat sie viel Erfahrung im Bereich Kunst sammeln können. Zusammen mit ihrer Mutter hat sie bis jetzt 4 Bücher herausgebracht und mit ihnen Preise gewonnen. Zudem konnte sie schon bei vielen verschiedenen Workshops und Projekten, die ihr Vater mit seinen Studenten machte, mitwirken, wie z.B. das Wandgestaltungsprojekt des Parkplatzes vom Künstlerbedarf Boesner. Hinzukommend hat sie 10 Jahre lang einen Nachmittagskurs in der Kunstschule JUKS besucht.

Jasmin Procher

Ich bin Jasmin Procher und interessiere mich schon von klein auf für Kunst und mache dies auch regelmäßig. In unserem Kunstprojekt haben meine Gruppe und ich den Fokus auf die Mode der Frauen in der Zeitgeschichte gelegt. Wir haben alle individuelle Outfits gezeichnet, jeweils ein Kleidungsstück aus jedem Jahrzehnt ab 1900 gezeichnet oder Produkte erstellt.

Emilia Hoepner

Emilia Hoepner (Schülerin der Kurt-Tucholsky-Oberschule) hat sich in dem Projekt mit Mode der letzten Jahrzehnte beschäftigt und sich kritisch mit den Trends auseinandergesetzt. Der neuste Trend: Second Hand Mode, nicht nur in ihrem Alltag, sondern auch in dem Projekt hat er großen Einfluss.

Mattis Lindemann

Laura Töppel

Laura Töppel geht auf die Kurt Tucholsky Oberschule. Sie interessiert sich für das Malen, Zeichnen und Mode. Im Kunst Leistungskurs hat sie mit ihrer Partnerin, Karlotta, diese Hobbys mit einander verbunden und „Upcycling“-Jeansmode für euch entworfen. Bei dem Projekt haben sie darauf geachtet, möglichst alles wiederzuverwenden, was ihnen zu Verfügung stand und um euch zu zeigen wie sowas geht, haben sie eine Step-by-Step Anleitung zu dem Modestücken erstellt.

Karlotta Korschak

Karlotta Korschak mag an Kunst, dass sie komplett frei sein kann, in dem was sie macht, malt, zeichnet, kreierte oder näht. Im Kunstleistungskurs hat sie sich durch das „Fashion Field Walk“ Projekt wieder mit dem Nähen mit Nähmaschine beschäftigt, und daran erneut großen Spaß gefunden. Es ist schon etwas her, seitdem sie einen Nähkurs belegte und hatte deshalb vergessen, wie sehr es ihr gefällt, auch modisch kreativ zu sein. Denn Nachhaltigkeit, Wiederverwendung und Wiederverwertung von Kleidung liegen ihr sehr am Herzen. Verbunden werden diese Interessen durch die Kunst des Upcycling.

Hadia Diab

Hadia Diab, an 18-year-old Syrian student, is embarking on an impactful fashion project titled “Bloomers: A Fashion Retrospective on Women’s Liberation.” As she nears the completion of her A-levels, Hadia’s passion for feminism, gender studies, and social structures takes center stage. Her project, inspired by the “Bloomers” trend from the 19th-century, delves deep into the transformation of women’s fashion, specifically exploring the transition from skirts to women’s pants and the overall evolution of women’s attire throughout the years. By utilizing upcycled materials, such as repurposed men’s suits and transformed clothing pieces, Hadia aims to create an extraordinary design that not only showcases the historical development of women’s fashion, but also serves as a beacon of empowerment and progress.

Mattis Lindemann (19) interessiert sich für Fashion und Design. Im „Fashion Field Walks“ Projekt des Kunst Kurses legt er Wert auf Nachhaltigkeit und Upcycling. Dabei nutzt er die unterschiedlichsten Materialien und arbeitet sie zu sensationellen Kunstwerken um. In der Zukunft will der junge Künstler vielleicht seine eigene Modemarke gründen.

Linah Seyffarth

Linah Seyffarth (Schülerin an der Kurt-Tucholsky-Oberschule) wurde in Berlin geboren, entwickelte schon im jungen Alter Interesse für Kunst und lebte ihre Kreativität in Form von zeichnen und malen aus. Im Kindergarten nahm sie an Mal-Wettbewerben teil, vernachlässigte aber später ihr Hobby. Mittlerweile schafft sie eigene Kleidungsstücke mit ihren Häkelkenntnissen, welche sie durch ihre Großmutter erlernte. Dabei hinterfragt Linah Fast Fashion Brands und beweist sich selbst die Nachhaltigkeit des Upcyclings und Erschaffen eigener Mode.

Selina Özcan

Selina Özcan ist Schülerin des zwölften Jahrgangs an der Kurt-Tucholsky-Oberschule in Berlin. Sie beschäftigt sich mit der Trendfarbe Magenta. Inspiriert hat sie die auftretende Häufigkeit Magentas im Stadtraum Mitte. Besonders in der Modeindustrie hat Magenta in Berlin einen festen Platz eingenommen. Viele nutzen die Farbe, um ihren Kollektionen noch mehr Originalität zu verleihen. Daher interessiert sie, wie sich diese Trendfarbe über die Jahre entwickelte und inwiefern wir sie noch in Zukunft sehen werden. Ihr Produkt ist ein selbst gestrickter Umhängebeutel. Als Materialien hat sie Wolle und Stricknadeln verwendet. In der Vergangenheit hat sie ab und zu mit Stoffen genäht.

Johanna Gerstenberg

Johanna Gerstenberg bevorzugt freies kreatives Gestalten, gleichermaßen Zeichnung oder Design. Malt gerne mit Kreide, Farbe, sowie Bleistift. Ihr erstes großes Kunstwerk wurde für 80€ versteigert. Ist auch in anderen künstlerischen Feldern aktiv.

Mia-Sophie Pawusch

Mia-Sophie Pawusch interessiert sich für Fotografie im Bereich der sozialen Medien. Zuvor hat sie sich zudem im Format ihrer MSA Prüfung mit dem Thema "Body Positivity- mehr Körperbewusstsein oder gefährlicher Trend für Essstörungen" auseinandergesetzt. Bei dem "Fashion Field Walk" Projekt hat sie die 1920er Jahre in Bezug auf Burlesque behandelt. Bei Ihrer Arbeit entstanden drei Schmuckstücke aus alten Perlen und Draht und ein Korsett aus Pappmaché.

Johanna Roeder

Johanna Roeder ist eine 18-jährige Schülerin an der Kurt-Tucholsky Oberschule. In ihrem aktuellen Projekt widmet sie sich einer kritischen Betrachtung Berlins, sei es in Bezug auf Mode, Architektur oder die Umwelt. Gemeinsam mit ihren Partnerinnen geht sie auf die Straße und befragt die Menschen zu nachhaltiger Mode. Die Ergebnisse dieser Befragungen werden sorgfältig dokumentiert und in Form von aussagekräftigen Fotos festgehalten. Besonders an Kunst gefällt ihr der Ausdruck von Kreativität, denn Kunst bietet eine Plattform, um individuelle Ideen, Gefühle und Gedanken auf persönliche Weise auszudrücken.

Laith Al-Dahan

Laith Al-Dahan (18) verbringt seine Freizeit mit Zeichnen, interessiert sich für Design und möchte später Architektur studieren. Im Projekt „Fashion Field Walks“ konzentriert er sich auf Gestaltung eines Modeladens und auf was man dabei achten muss. Die Umsetzung erfolgt durch Skizzen für das Store Design, sowie mit einem Bildbearbeitungsprogramm namens Photopea.

Carlotta Zetzsche

Carlotta Zetzsche ist 17 Jahre und Schülerin der Kurt-Tucholsky-Schule. In dem Projekt betrachtet sie Berlin kritisch. Sowohl in Form von Mode, Architektur oder Umwelt. Gemeinsam mit ihren Partnerinnen befragt sie Menschen auf der Straße im Hinblick auf Nachhaltige Mode. Dokumentiert wird dies in Form von Fotos.

Lisa Zettl

Lisa Zettl ist eine junge und talentierte Modedesignerin, die sich für Nachhaltigkeit, Vielfalt und Innovation einsetzt. Ihre Kollektionen sind inspiriert von der Natur, der Kunst und der Geschichte. Sie arbeitet vor allem mit Stoffen aus biologischem Anbau oder recycelten Materialien, die sie mit kreativen Techniken wie Färben, Drucken oder nähen veredelt. Lisa möchte mit ihrer Mode eine positive Botschaft vermitteln und Menschen dazu ermutigen, ihren eigenen Stil zu finden und auszudrücken.

Cheyenne Bocian

Cheyenne Bocian (Schülerin der KTO), hat an dem Kunst Projekt teilgenommen und sich mit der Mode in Berlin auseinandergesetzt. Sie stellt dies bildlich dar und nahm dadurch, ebenfalls auch einen anderen Blick auf Berlin war.

Johanna Schwab & Aïcha Abbadi

Aïcha Abbadi (studierte Modedesign an der UdK Berlin) und Johanna Schwab (studierte Bildende Kunst an der HfBK Dresden und Kulturmanagement an der Angewandten Wien) betreiben künstlerische und kritische Modeforschung, erforschen spielerische, partizipative Praxis-Formate, und veröffentlichen unabhängige Online- und Print-Magazine.

Sandra Ratkovic

Die Exkursionen wurden von Sandra Ratkovic fotografisch begleitet. In ihrer künstlerischen Fotografie erforscht sie soziologische Fragen mit Fokus auf Transformationen in Gesellschaften und dem visuellen Lebensumfeld von Menschen. Vergangene Themen sind z.B. der Brexit und Erinnerungsorte der Deindustrialisierung in Osteuropa. Im Rahmen eines Stipendiums des Kunstvereins Donnersbergkreis erforschte sie Pendants zur urbanen Streetart im ländlichen Raum.

Gemma Wilson

Die grafische Umsetzung wurde unterstützt durch Gemma Wilson. Sie ist eine niederländische multidisziplinäre Designerin, die als redaktionelle und kommerzielle Illustratorin, Grafikerin, Graphic-Recorderin und Organisatorin und Betreuerin von kulturellen Aktivitäten arbeitet. Ihre Arbeit enthält oft geometrische Formen, Elemente aus Mythen und verschiedene Drucktechniken. Derzeit studiert sie als Meisterschülerin an der Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig.

Nadine Schindler

Nadine Schindler ist Lehrerin für Kunst und Kulturelle Bildung, Entwicklungspädagogin und sowie Diversity-Beauftragte der Kurt-Tucholsky-Schule. Schon in ihrem kunsthistorischen und künstlerischen Studium betrachtet sie Kunst mit soziologischem Blick, indem sie sich mit Gender, Postkolonialismus und Milieu (Klassismus) auseinandersetzt. Als Künstlerin nahm sie erst japanische Holzschnittkünstler wie Hokusai, später zeitgenössische Künstlerinnen wie Maria Lassnig als Inspiration für ihre Druckgraphiken und Malereien. Dieses Interesse fließt zurück in den Unterricht, indem sie z.B. künstlerische Schulprojekte gegen Rassismus und Sexismus anbietet. An dem Fashion Field Projekt nahm sie als Lehrerin und Betreuung der Künstlerinnen teil. Es war ein großartiges Erlebnis, Teil eines Projektes zu sein, bei dem Spezialistinnen verschiedener Bereiche gemeinsam sowohl Produkte und einen Katalog zusammenstellen als auch kritische Denkprozesse anregen.

"I like big coats and what matters is how it feels on me"

Sacha from London, prefers the shopping experience in Berlin







eine kritische
Magazin-Werkstatt

In den 60er Jahren entwickelte die Künstlerin, Lehrerin und Aktivistin Corita Kent gemeinsam mit ihren

Schülerinnen am Immaculate Heart College Art Department in Los Angeles zehn Klassenregeln, wovon dies eine ist (siehe "Rule 8"). Zurück in einem Klassenraum der KTO stellte sich die Frage, wie sich aus den gesammelten Eindrücken der Feldforschung ein weiteres künstlerisches Vorgehen entwickeln kann.

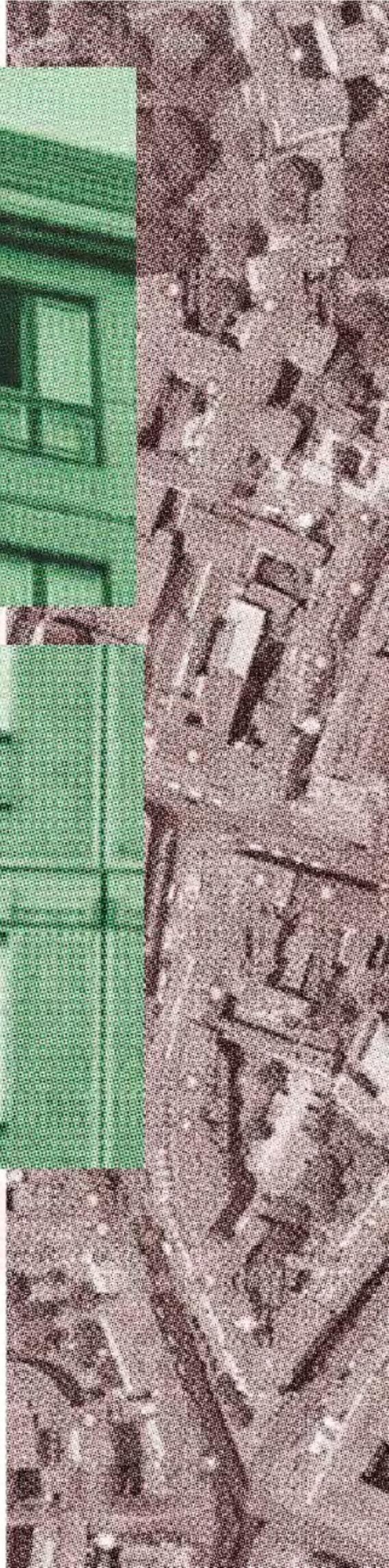
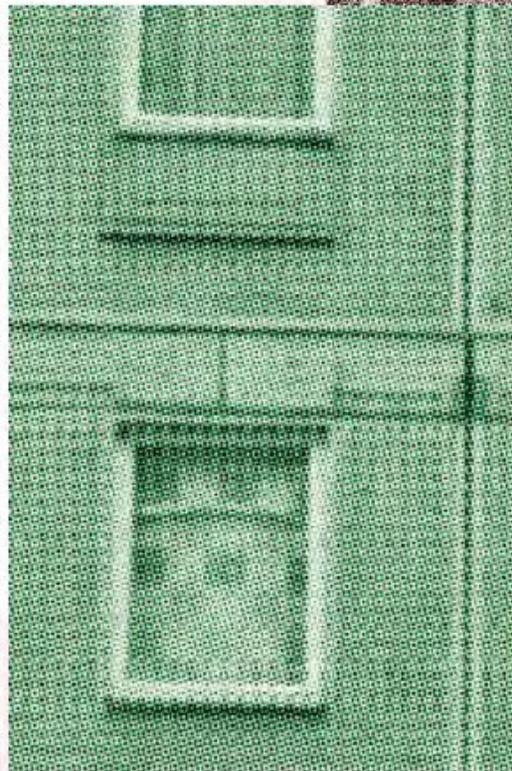
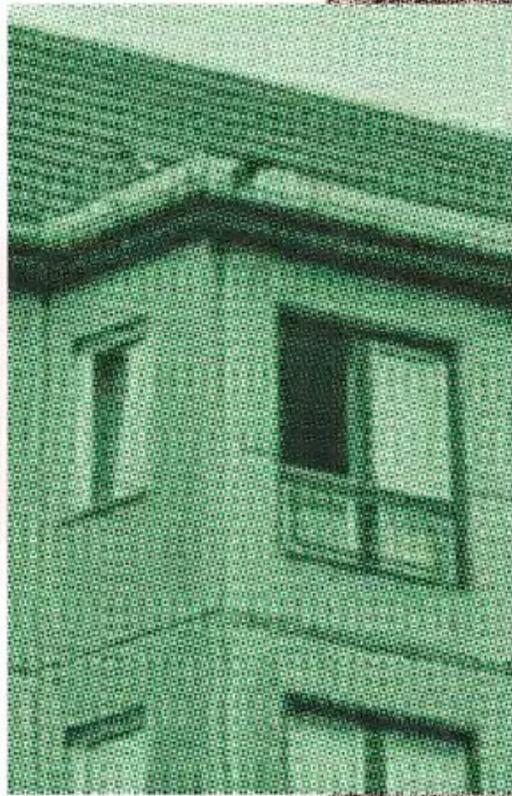
Das Adjektiv "kritisch" wurde dabei - teilweise - als Hindernis gegenüber einem bildnerisch-intuitiven Vorgehen wahrgenommen; gleichzeitig erschien vor allem die Dimension von "negativer" Kritik präsent. Inspiriert von Regel Nr. 8 haben auch wir, Johanna und Aïcha, den Kritikbegriff im Projekt hinterfragt.

Der Kritikbegriff auf den wir fortan bauten, motivierte nun vor allem dazu, das eigene Tun genau wahrzunehmen, Fragen zu stellen und andere Perspektiven zuzulassen.

Im Projekt "Fashion Field Walks – Eine kritische Magazin-Werkstatt" produzieren wir eine unabhängige künstlerische Mode-Publikation. Wir befassen uns kritisch mit der räumlichen Inszenierung, Bildsprache und den sozialen Strukturen sowie Macht-Dynamiken von Präsentations-Orten für Kunst und Mode. In gemeinsamen Fokus-Spaziergängen betreiben wir Feldforschung im verdichteten Stadtraum Mitte zwischen Auguststraße und Neuer Schönhauser Straße, wo wir erkunden, dokumentieren, und Passant*innen Fragen stellen. In einem Perspektivwechsel werden wir von Nutzer*innen und Konsument*innen zu Mitgestaltenden und Kommentator*innen unserer Umgebung.

Als mobile Redaktion dokumentieren wir unsere Recherche mittels Zeichnung, Fotografie und Text, welche in der Kurt-Tucholsky-Oberschule, unserer Magazin-Werkstatt, zu Collagen, textilen Arbeiten, weiteren künstlerischen Übersetzungen verarbeitet werden. Mögliche Themen betreffen persönliche Erfahrungen, Zugang zu Kultur, den Kontrast zwischen Produktions- und Präsentations-Orten, mehrdeutige Botschaften und kulturelle Mechanismen. Wie beeinflussen mediale Bilder, Sprache, Orte und Inszenierungen unseres Alltags unsere Selbstwahrnehmung? Welchen Handlungsrahmen haben wir, um Machtstrukturen und soziale Dynamiken neu zu ordnen?

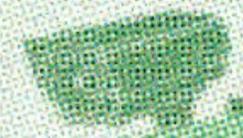
Die gesammelten Ergebnisse bilden ein Magazin, welches auch gängige Formate reflektiert und dessen finale Form wir gemeinsam erarbeiten. Es ist ein Beitrag zu einer aktiven Modekultur mit Raum für investigative, poetische, humorvolle und intuitive Arbeiten, für eine Bandbreite von Ansätzen, die das Mode-Feld künstlerisch erweitern. (Auszug aus dem Konzept.)



*“Rule 8: Don’t try to create and analyse
at the same time. They’re different processes”*



ACHTUNG!
FIRE OVERSIGHT



ACHTUNG!
FIRE OVERSIGHT

FIRE OVERSIGHT



bummeln gehen

Wer schaut zu und wer sieht weg? Was passiert über dem Geschehen? Wer schaut aus den Fenstern über den Schaufenstern? Mehr Aufkleber als Kameras, mehr Selfies als klebende Menschen auf den Straßen von Mitte. Wer schaut zu wenn wer schaut? Wer verliert wenn wer klaut? Spiegelnde Aufsteller, schwedische Touristen mit gutem Gewissen. Vegane Mode, recycelt, aus Familienbetrieb, regional, lokal – ein gutes Geschenk für meine Mutter! Aha – denkt sich Besuch aus London, das ist nah, das ist echt, hier in Mitte. Hier wohnen Leute, ein Nachbarschaftscafé, reparieren geht auch, aber wie lange noch? Ein Zentrum für Krokodile, die letzte Chance, mitzumischen, auf die Optik kommt es an. Sie schauen herab auf den Markt, die Trends von morgen aus dem Panoptikum am Glockenturm. Hyperlokal, KI-optimiert. Wer kann es sich leisten, als Promi nicht fair zu produzieren? Fragt Süddeutschland. Vom Dorf in die Stadt, die Scheunen auch hier, schwedische Idylle mit Elektro-Autos, japanische Schuhe auf Säulen präsentiert. Klunker und Bunker, Passagen ohne Rasen, Schlafzimmer unter Sternenhimmel. Die Sterne funkeln in den Schaufenstern, wie Spinnennetze ziehen sie das Publikum in ihren Bann – die Risse schon bald verschwunden. Halteverbot, der Lieferwagen kommt – out with the old, in with the new.

Leerstand

Gefällt Dir Dein
Kontostand?

LAST
CHANGE



Wie lassen sich Ideen visuell im Magazinformat gestalten um sich mitzuteilen?
 Gemeinsam erforschten wir unterschiedliche Kommunikationsmethoden und
 Gestaltungsstrategien aus der Mode- und Werbebranche.
 Mit spielerischen Experimenten trainierten wir uns nicht nur in der Gestaltung von
 Form, Raster und Schrift, sondern auch in der Bearbeitung von theoretischen
 Zusammenhängen.
 Welche Position nehmen Gestalter*innen gegenüber dem Inhalt ein und wie
 bekommt die Idee eine Form? Durch das Reflektieren des eigenen kreativen
 Prozesses, entwickelten sich sehr individuelle, kreative Strategien und Positionen
 die wiederum zu spannenden Beiträgen führten.

e f f f -

l l l m -

m m n n n o o p p q r r r s s s t t t u -

u u v v

a a a a b b

g g g h

m m n n n

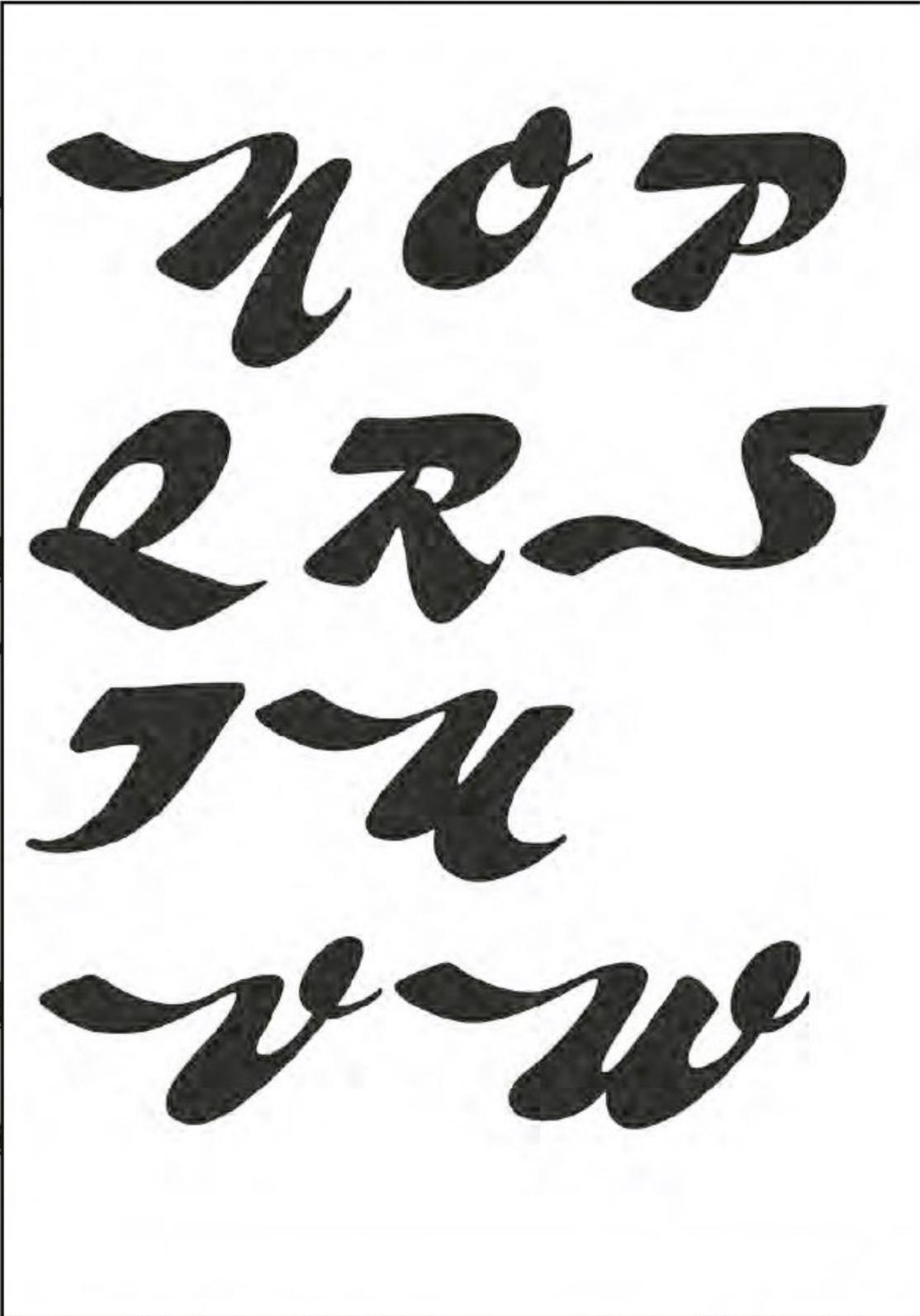
a a a a b b

g g g h

m m n n n

u u v v w w

d d e e









Impressum

Das Projekt "Fashion Field Walks – eine kritische Magazin-Werkstatt" fand statt von Februar bis Juli 2023 und wurde initiiert von Johanna Schwab & Aïcha Abbadi (Fashion Field Walks, Abbadi & Schwab GbR).

Von der Kurt-Tucholsky-Oberschule waren vom Kunst-Leistungskurs 12. Klasse mit dabei: Laith Al-Dahan, Emilie Baltzer, Cheyanne Bocian, Hadia Diab, Emilia Engelmann, Johanna Gerstenberg, Emilia Hoepner, Leonie-Sophie Kerkow, Carlotta Kanschak, Mattis Lindemann, Selina Özcan, Mia-Sophie Pawusch, Catharina Preuß, Jasmin Procher, Johanna Roeder, Linah Seyffarth, Laura Töppel, Lana Katharina Vogelgesang, Lisa Zettl, Carlotta Zetzsche und Lehrerin Nadine Schindler.

Fotografisch begleitet wurde das Projekt von Sandra Ratkovic. Eine Auswahl ihrer Arbeit findet ihr auf den Seiten 2, 60-61, 68-70 und in den Collagen von Johanna Gerstenberg und Hadia Diab.

Wir bedanken uns auch für die Grafikberatung von Gemma Wilson, die unterwegs, im Klassenraum und in der Nachbereitung mit dabei war. Für weitere Fotos auf den Seiten bedanken wir uns bei: Rosa Schröter, Antonia Brüning, Peter Zettl und Lina Pfeifer.

Das Cover wurde gestaltet von Hadia Diab.

Vielen Dank auch an die Volkssolidarität, in deren Räumen an der Torstraße wir uns nach einem Field Walk in der Kälte aufwärmen konnten, einem der wenigen nichtkommerziellen Orte in Berlin-Mitte.

Die Rechte an den Fotos, Illustrationen, Collagen und Texten liegen bei den Künstler*innen und Autor*innen.

Dieses Projekt wurde gefördert vom Berliner Projektfonds Kulturelle Bildung.



Hedra
Kattis
Azet
L. Baltar
Emilia
Jhy
Chryssie
Pamush
Linh
Schub
Laura
L. Emilia
Carlotta
Leone Sophie

SA
Sina

Johanna

Makela
Karlotta K.

A.
P.

