

SDBI.DE

Medienmitteilung

6. Februar 2011

European Fashion Award FASH 2011

Ausgezeichnete Arbeiten und Jurybegründung

Stephanie Höcker

1. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Studierende

Surreale Momente

Die Kraft des Unterbewussten, des Traums und der Phantasie sind hier die Quellen auf der großen Suche nach Einzigartigkeit und Individualität. Die Frauenkollektion „Surreale Momente“ nutzt das Reich zwischen Traum und Wirklichkeit auf dem Weg vom Schnitt zum Kleid von der zweiten in die dritte Dimension. Gearbeitet wurde mit einer Sonderform des Vexierbildes, der Anamorphose. Die breiten, gekrümmten und verlängerten Proportionen der realisierten Kleider erscheinen in einem Zylinderspiegel unverzerrt als einfaches Etuikleid, Mantel oder Sweatshirt.

Jurybegründung

Stephanie Höcker spielt mit Erwartungen und hinterfragt die persönliche Bereitschaft diese zu erfüllen. Muss ich meiner Umwelt denn gefallen? Was ist das Fremdbild, was das Selbstbild? Was ist eigentlich echt? Die Jury beeindruckt die Einbeziehung des Unerwarteten, des Unkontrollierbaren, das Vertrauen auf die eigene Intuition und Persönlichkeit. Sie überzeugt durch ihr mutiges und klares Konzept sowie dessen klare und sehr konsequente Umsetzung in eine stimmige Kollektion. Auch die handwerkliche Ausführung ist hervorragend – vom innovativen Ansatz der Entwicklung neuer Schnitte bis zu den Details wie den Knöpfen. Eine Arbeit, die viele Assoziationen zulässt ohne dabei beliebig zu sein. Anregend und inspirierend! Nicht zuletzt kann ihre Kollektion als Kommentar zur heutigen Mode gelesen werden, die sich so schnell um sich selbst dreht, dass sie ein Zerrbild abgibt.

Mitglied der Jury Joachim Schirrmacher, Büro für strategische Kommunikation, Hamburg/Berlin

Ausbildung

4. Semester

Fachhochschule Bielefeld

Prof. Kai Dönhölter

Preis

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

1.000 Euro

sechsmonatiges dotiertes Praktikum bei Adidas

Kontakt

steffi.hoecker@googlemail.com

www.stephaniehoecker-fashion.de

Ioana Ciolacu Miron

2. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Studierende

Muna

Nachdenken ist ein guter Weg die Aufmerksamkeit auf das Innere zu lenken, um so wiederum die äußere Welt, die Welt der Mode, besser verstehen zu können. Für diese grundlegende Idee der Frauenkollektion „Muna“ steht das Ei (finnisch: Muna). Es ist Sinnbild für die Schönheit, die von innen kommt und Vorbild für die Silhouette. Die Kleider wurden jeweils aus einem einzigen Stück Stoff gefertigt. Er wurde nach den Vorbildern des Origami und eines Möbiusbandes überwiegend gefaltet und gedreht statt geschnitten. Da ein Doubleface verwendet wurde, blitzt an einigen Stellen die gelbe Seite hervor. Auch wenn das Kleid kurz und der Rücken frei ist, gibt es ein Gefühl der Geborgenheit. In den Falten sind große Taschen integriert, in denen die Arme ganz verschwinden können. So fühlt Frau sich gut und sieht als Konsequenz gut aus.

Jurybegründung

Ioana Ciolacu Miron will die Aufmerksamkeit auf das Innere lenken. Dieses Ziel erreicht sie mit ihrem konzeptionell interessanten Ansatz sehr gut. Die stringente und konzentrierte Kollektion hat

Substanz, wurde konsequent umgesetzt und sieht, was entscheidend ist, am Körper hervorragend aus. Qualitäten, die selten bei Studierenden zu sehen sind.

Mitglied der Jury Torsten Hochstetter, Creative Director O'Neill, Amsterdam

Ausbildung

5. Semester

Universitatea Nationala de Arte Bucuresti

Prof. Katja Perrey

Preis

Fotografien durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

500 Euro

Kontakt

ioana.ciolacu@yahoo.com

www.behance.net/ioanaciolacu

Nina Kanitz

2. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Studierende

Einsamkeit

Die Kollektion „Einsamkeit“ beschäftigt sich mit dem Rückzug einer jungen Frau. Statt um Aufmerksamkeit und Anerkennung zu kämpfen, ist sie auf der Suche nach ihrer Selbst. Inspirationsquelle war Sängerin Laura López Castro, die für ihre „schöne Melancholie“ bekannt ist. Ihre Musik, das Gefühl des Suchens und Findens, des Sehns und des Zweifelns wurde in eine vierteilte Kollektion mit 20 Looks übertragen: von der anfänglichen Unsicherheit und Unausgeglichenheit, über die Suche nach Lösungen und Antworten, Klärung und Struktur bis hin zur Selbstakzeptanz und Zufriedenheit. Am Ende stehen körperbetonte Silhouetten mit schwingenden Kleidern aus hauchzarten, leicht transparenten Seidenstoffen mit raffinierten Drapierungen in ruhigen, verträumten Farbtönen.

Jurybegründung

Statt sich im Allgemeinen zu verlieren, ergründet Nina Kanitz eine konkrete Person und entwickelt von dort aus ihr Konzept – die innere Emigration als Gegenposition zum Thema „Attention please?!“. Sie hat eine große Begabung, eine suggestive Anmutung als Ausgangspunkt für ihre Kollektion zu schaffen: Zeichnungen, Farben, Fotografie und Text ihrer Präsentation sind sehr stark und schön.

Mitglied der Jury Marion Feldmann, Einkaufsleiterin DOB, Otto, Hamburg

Ausbildung

8. Semester

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Prof. Johanna Michel

Preis

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

500 Euro

sechsmonatiges dotiertes Praktikum bei Schumacher

Kontakt

nina.kanitz@gmx.net

Natalia Politowa / Marcella Sewella

3. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Studierende

Ideal + Real

Die reale und die virtuelle Welt verschmelzen, wo kann, wo soll man sich positionieren? Die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken hat rasant an Bedeutung gewonnen; ähnlich wie ein Modelabel sich ein Image aufbaut, will man hier seine Wirkung auf andere verstärken und optimieren – Freiheit und Überforderung zugleich. Männer im Alter zwischen 20 bis 35 Jahren, so zeigt die Analyse, kleiden sich heute sehr bewusst und bedacht, wollen aber trotzdem nicht aus dem Gefü ge fallen. Diese Verbindung von Anpassung und Abgrenzung, Ideal und Individualität

ist Ziel der 15-teiligen Männerkollektion „Ideal und Real“. Mit Neuinterpretation und Detailverfremdung klassischer Formen wie Anzug, Mantel oder Frack bietet sie symbolische Sicherheit und Stabilität und schafft doch neue Übergänge.

Jurybegründung

Natalia Politowa und Marcella Sewella wagen sich an ein sehr aktuelles Thema: die Frage nach dem heutigen Männerbild. Sie können die gesellschaftlichen Bezüge wunderbar mit der Besonderheit der Modewelt verknüpfen. Es gelingt ihnen aus dem theoretischen Überbau, der schlüssig argumentiert ist, eine konkrete These für eine Modekollektion abzuleiten. Sie wird hochwertig, detailliert und mit vielen neuen Details umgesetzt. Natalia Politowa und Marcella Sewella geben damit der Männermode wichtige Impulse.

Mitglied der Jury Ivonne Fehn, Fashion Director Süddeutsche Zeitung Magazin, München

Ausbildung

7. Semester

Fachhochschule Hannover

Prof. Carsten Behm

Preis

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit
500 Euro

Kontakt

nataliepolitowa@yahoo.de

marcella@sewella.de

Annika Tutsch

1. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Abschlussarbeiten

Geschmacksverstärker

Wie funktioniert Wahrnehmung? Was erregt unsere Aufmerksamkeit? Durch die Digitalisierung nimmt die direkte Erfahrung ab. Die Wirklichkeitskonstruktion der Medien schiebt sich zwischen

den Menschen und die Realität bzw. Virtualität. Dieses Phänomen sowie die mediale Überflutung unserer Zeit wird in der hoch codierten Kollektion „Geschmacksverstärker“ hinterfragt: extremen Überzeichnungen stehen feine, subtile Andeutungen gegenüber. Inspiriert von dem Künstler Erwin Wurm werden Strategien wie Irritation, Verzerrungen, Übersteigerung oder Fehler eingesetzt. Ein Rock ist zu hoch und zu steif, der Strick panzerartig hart, weicher Jersey zeigt harte Kanten. Es kommt zu einer Verschiebung im Gesamtbild. Wahrnehmung ist eine Frage der Aufmerksamkeit.

Jurybegründung

Annika Tutsch interpretiert den Begriff „Geschmacksverstärker“ in einem völlig fremden Kontext neu und findet so einen differenzierten Zugang zum Wettbewerbsthema „Attention please?!“. Mit einer klaren Argumentation, feinen Entwürfen und einer konzentrierten Kollektion wird der hohe Anspruch eingelöst. Zugleich wird der Betrachter gefordert. Er soll auf die Details achten, soll unterscheiden, greifen, spüren lernen und das auf sympathische leichte Art. Die gut verständliche Arbeit ist auf den Punkt gebracht. Sie überzeugt in der Präsentation, Farb- und Materialauswahl, Verarbeitung und der Liebe zum Detail. Insbesondere das wie selbstverständlich entstehende Spannungsfeld zwischen den „Geschmacksverstärkern“ und dem sinnlich-minimalistischen Gesamteindruck überzeugt.

Mitglied der Jury Dorothee Schumacher, Inhaberin und Designerin Schumacher, Mannheim

Ausbildung

Bachelor, Hochschule für Gestaltung Pforzheim

Prof. Sibylle Klose

Preis

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

1.500 Euro

Kontakt

annika.tutsch@gmail.com

Alexandra Fenkner

2. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Abschlussarbeiten

Edelweiss

Mit dem Bling-Bling der Popkultur, der „Fast-Fashion“ und ihrer Vermassung stellt sich die Frage nach Nachhaltigkeit und Wertigkeit unserer Kleider neu. Die Tracht wird zum Zufluchtsort gegen den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel und zwar sowohl heute, als auch schon um 1900, als die traditionelle Tracht begann im Zuge der Industrialisierung zu zerfallen.

Die Frauenkollektion „Edelweiß“ interpretiert Elemente der Tracht mit dem Ziel einer harmonischen Balance zwischen Vergangenen und Modernem. Basis ist die schwäbisch bauerliche Volkstracht um 1900. Überlagerungen, Schichtungen und Dekonstruktion sind die verwendeten Spielformen. Die Silhouette ist traditionell, die Schnitte hingegen klar und linear. Trachtenelemente wie Plastron, Schürzen oder Unterrock werden integriert.

Jurybegründung

Alexandra Fenkner hat mit ihrer konsistenten und schönen Kollektion „Edelweiss“ eine gute Balance zwischen Tradition und Neuem gefunden. Ihr Konzept der Tracht drängt sich nicht auf und doch erzeugt es ein vertrautes Gefühl der Geborgenheit.

Tobias Gröber, Vorsitzender der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie, München

Ausbildung

Bachelor

Mediadesign Hochschule Berlin

Prof. Claudine Brignot

Preis:

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

500 Euro

Kontakt

alexandra.fenkner@aif-design.com

Marcel Lunkwitz / Julia Müller

3. Preis European Fashion Award – FASH 2011

der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Kategorie Abschlussarbeiten

Jeder Tag ist ein kleines Leben

„Jeder Tag ist ein kleines Leben.“ Dieses Bonmot von Arthur Schopenhauer ist Ausgangspunkt der gleichnamigen Männerkollektion. Der Satz steht für die heutige Identitätsinflation mit der Vielfalt von Geschlechtern, Rollen, Gruppen, etc. sowie der Vermischung von Realität und Virtualität. Er steht für die Gefahr sich zu verlieren und die Chance sich selbst zu finden. Daher setzt die 27-teilige Kollektion auf dauerhafte Werte als Kontrast zur Massenware und vermittelt so ein Gefühl von Sicherheit, Stabilität und Vertrauen. Die gesellschaftlichen Einflüsse finden ihren Ausdruck in einer furiosen Vielfalt an Schnitten, Farben, Materialien, Formen, traditionellem Handwerk und innovativen Techniken. Ein neues, ureigenes Lebensbild entsteht.

Jurybegründung

Die Kollektion von Marcel Lunkwitz und Julia Müller überzeugt durch eine ganz eigene und erfrischende Stimme in der Welt der Mode. Statt deutschem Purismus sprüht die Kollektion vor Farben, Formen und Materialien. Was auf dem Bügel manchem überzogen anmuten mag, sieht angezogen hervorragend aus, auch dank des guten Stylings. Ein Modestil, der in Japan sicher seinen Markt findet. Zugleich finden sie interessante Antworten für ein modernes Männerbild. Eine schöne und starke Kollektion mit Außenwirkung, die dennoch ihre zarten Seiten hat.

Mitglied der Jury Marcel Herrig, Unicut Design Office, Shenzhen/China

Ausbildung

Diplom/Bachelor

Burg Giebichenstein – Hochschule für Kunst und Design Halle

Prof. Thomas Greis, Prof. Joachim Schielicke

Preis:

Fotoaufnahmen durch Gregor Hohenberg, Katalog, Messestand, Medienarbeit

500 Euro

Kontakt

info@cloudsacrossheadlines.com

www.cloudsacrossheadlines.com

Weitere Informationen

www.sdbi.de.

Medienkontakt

Für weitere Informationen, Kontakte zu den Preisträgern und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Joachim Schirmmacher

Projektleiter/Vorsitzender des Beirats

Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

T +49 (0) 40 25 31 88 60

schirmmacher@sdbi.de

Maud von Hoff

Communications Manager

Messe München GmbH

T +49 (0) 89 949 20610

hoff@ispo.com