

Grenzen en vergezichten

mode op een kantelpunt

Author(s)

Teunissen, J.G.L. (José)

Publication date

2024

Document Version

Final published version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Teunissen, J. G. L. (2024). *Grenzen en vergezichten: mode op een kantelpunt*. Academische Uitgeverij Eburon,.



General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



LECTORALE REDE

Grenzen en vergezichten mode op een kantelpunt

Drs. J.G.L. (José) Teunissen
Lector Fashion Design and Identity

Grenzen en vergezichten:
mode op een kantelpunt

Grenzen en vergezichten: *mode op een kantelpunt*

Lectorale rede

In verkorte vorm uitgesproken

op dinsdag 16 april 2024 door

Drs. J.G.L. (José) Teunissen

Bijzonder lector Fashion Design and Identity



**Hogeschool
van Amsterdam**

ISBN 978-94-6301-505-9

Academische Uitgeverij Eburon, Utrecht
www.eburon.nl

Afbeelding omslag: Ruben Jurriën, *Pak van Mijn Hart!* (2022)
Omslagontwerp: Textcetera, Den Haag
Grafisch ontwerp: Studio Iris, Leende

© 2024 J.G.L. Teunissen / Hogeschool van Amsterdam.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende.

Inhoudsopgave

Inleiding	9
Van emancipatie naar transitie	13
Mode en moderniteit	14
Mode als uiting van het nieuwe?	15
Hoe erfgoed en lokale tradities een plaats veroveren in het modesysteem	17
Mode als esthetische apartheid	19
Dekolonialisme: de noodzaak van nieuwe termen	21
Voorbij de consumptie; van sustainability naar accountability	24
Effecten van digitalisering	27
Conclusie	30
Dankwoord	33
Referenties	35
Biografie	39

The imagination is today a staging ground for action, and not only for escape (Appadurai, 1996, p.7)

Buy less, choose better, make it last. Vivienne Westwood

Moreover, to move from anthropocentrism to biocentrism and achieve a conjunction between nature and human beings, we must incorporate the peripheral stakeholders who are the voices we never hear and whose wisdom can make great contributions to the change we so desperately need. And this would mean 'getting out' of the current Western system through these unheard voices. (Gardetti, 2023, p. 1)

Inleiding

Vanaf jonge leeftijd ben ik gefascineerd door mode. Ik verbaas me erover dat een bepaalde kledingstijl op het ene moment als het summum van schoonheid wordt ervaren, terwijl diezelfde hippiejurk of een broek met wijde pijpen enkele jaren later wordt afgedankt en lelijk en ouderwets wordt gevonden. Het is verwonderlijk hoe goed mode de tijd weet te vangen. Zelfs aan een foto van politici kunnen we aan hun haardracht en pakdetails feilloos aflezen met welke tijdsperiode we te maken hebben.

Met iets meer afstand is het intrigerend na te gaan waarom een mannenpak al bijna tweehonderd jaar meekan, terwijl vrouwen pas sinds de jaren zestig een broek mogen dragen. Anders gezegd, mij fascineert het hoe mode niet alleen uitdrukking geeft aan de tijd, maar ook aan de onderliggende tijdgeest. Dat doet ze dus niet alleen op visueel vlak via een esthetiek en een stijl, maar ook, onder de oppervlakte, op cultureel vlak als reflectie van de tijdgeest.

In heel mijn professionele leven heb ik in verschillende rollen gewerkt in de mode: als journalist voor krant en tv, als conservator, als docent, als lector, professor en decaan.

Mijn bijzonder lectoraat Fashion Design and Identity bij FDCMI/HvA en mijn positie als leidinggevende bij AMFI is dan ook geen startpunt, maar een continuering van een reeks aan eerdere onderzoeken, publicaties, tentoonstellingen en de toepassing ervan op het onderwijs.

Na ruim dertig jaar ben ik nog altijd geïntrigeerd door de mode. Mij fascineert onveranderd hoe mode de tijd materialiseert, hoe zij vormgeeft aan het hier-en-nu en hoe zij op cultureel vlak de maatschappelijke en sociale ideeën van een tijd weerspiegelt.

Het maakt de HvA en in het bijzonder AMFI voor mij tot een inspirerende en uitdagende omgeving. Hier experimenteren student- en docentonderzoekers dagelijks met het vormgeven van wat komen gaat. In het onderwijs en in de onderzoeks- en samenwerkingsprojecten van AMFI met de industrie experimenteren we met digitale mode, circulariteit en alternatieve businessmodellen.

Op dit moment is er brede overeenstemming, in zowel de industrie, de politiek maar ook in de pers, over het niet langer houdbaar zijn van het huidige

modesysteem. Volgens de laatste Europese cijfers¹ zorgen mode en textiel voor de op drie na hoogste negatieve impact op het milieu en het klimaat, en de op twee na hoogste voor water- en landgebruik vanuit een mondiaal levenscyclusperspectief.² Jaarlijks wordt er wereldwijd 92 miljoen ton textielafval gegenereerd, waarvan het merendeel deel op stortplaatsen belandt. In de EU alleen wordt jaarlijks 5,2 miljoen ton³ aan kleding en schoenen weggegooid, wat neerkomt op ongeveer 12 kg per persoon.⁴ Kleding wordt nog maar 7 à 8 keer gedragen voordat het wordt weggedaan. Op dit moment wordt daarvan maar 1% gerecycled.⁵

Er is in deze industrie, zo weten we na Rana Plaza in 2013, sprake van hardnekkige uitbuiting en onderbetaling en hoewel circulariteit en duurzaamheid een punt van aandacht zijn, blijkt de productiewijze enorm ondoorzichtig.

'The Fashion system is broken' koppen kranten en magazines, en daarmee verwijzen ze naar de vervuiling, de overproductie, het gebrek aan *fair pay*, een nauwelijks gedigitaliseerd negentiende-eeuws productiemodel, en last but not least een westers koloniaal systeem dat mensen, culturen en tradities systematisch uitsluit.

Met dit nieuwe HvA-lectoraat Fashion Design and Identity zet ik een volgende stap in mijn onderzoek naar mode als cultureel fenomeen, vanuit praktijkgericht onderzoek en geesteswetenschappen. Met de vraag wat is mode precies? En hoe dragen de effecten van globalisering, de komst van internet, sociale media en digitalisering bij aan de veranderingen van het modesysteem? Dit is een onderwerp dat centraal heeft gestaan in al mijn tentoonstellingen, een twintigtal boeken, een serie artikelen en in onder meer het NWO-onderzoek *Dutch Identity in a Globalised World 2008-2012*.⁶

Daarnaast probeer ik te duiden hoe 'duurzaamheid' en 'digitalisering' het modesysteem van binnenuit transformeren en hoe zij via innovaties in staat zijn de noodzakelijke, meer inclusieve waarden als ethiek en circulariteit vorm te geven en te incorporeren in het bestaande systeem. En ten slotte ben ik nieuwsgierig

1 <https://www.europarl.europa.eu/news/nl/headlines/society/20201208STO93327/de-gevolgen-van-textielproductie-en-afval-voor-het-milieu-infografieken>

2 EEA. (2022). *Textiles and the environment: the role of design in Europe's circular economy*.

3 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_3635

4 <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>

5 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI\(2019\)633143_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf)

6 Resultaten hiervan zijn te vinden in: Anneke Smelik e.a. (2017). *Delft Blue to Denim Blue, Dutch Identity in a Globalised World*. IB Taurus.

naar het effect ervan op het onderwijs en menselijk gedrag en consumptie. Het onderwerp duurzaamheid bepaalt al sinds de vroege jaren negentig mijn agenda (Teunissen, 1993). Zowel digitalisering als duurzaamheid in de mode kregen meer focus en tractie toen ik de modeagenda van CLICK/NL leidde tussen 2012 en 2016. In Londen heb ik in samenwerking met het Center of Sustainability en het Digital Anthropological Lab diverse Europese projecten op het vlak van duurzaamheid en digitalisering gerealiseerd met als belangrijkste vraag hoe deze veranderingen in de industrie invloed hebben op mode als systeem en welk effect ze hebben op het modeonderwijs.⁷

Samengevat loopt als een rode draad door al mijn projecten en onderzoeken het feit dat het klassieke modesysteem – dat zo sterk verankerd is in de westerse verlichting, in industrialisatie, kapitalisme en modernisme – niet langer houdbaar is en opnieuw gedefinieerd moet worden. In deze lectorale rede zal ik ingaan op het proces van verandering, de nieuwe vragen en mogelijke, meer inclusieve, oplossingen hiervoor. Aan de hand van drie centrale thema's in de mode: diversiteit, duurzaamheid en digitalisering – ook de drie D's die centraal staan in het HvA-beleid – zal ik toelichten hoe mijn onderzoek in de loop van de jaren geëvolueerd is, waar we nu staan en hoe we de nieuwe uitdagingen denken aan te pakken en op te lossen.

7 E4FT, FTalliance, EuropeAid, SEEDS.

Van emancipatie naar transitie

In 2002 begon ik als een van de eerste lectoren in Nederland het lectoraat modevormgeving bij ArtEZ in Arnhem. In mijn lectorale rede, *Het culturele emancipatieproces van de mode*, onderzocht ik waarom mode als discipline tot dan nauwelijks onderwerp van onderzoek was aan universiteiten en modehogescholen (Teunissen, 2005). Ook binnen het culturele domein bleek mode een minder serieus theoretisch onderzoeksgebied dan bijvoorbeeld kunst of design. Mijn doelstelling destijds was om daar verandering in te brengen door (praktijkgericht) onderzoek te stimuleren, onderzoekers van over de hele wereld bij elkaar te brengen en via publicaties de diepgang en reikwijdte van modeonderzoek aan te tonen. En daarmee duidelijk te maken dat mode niet alleen vanuit kostuumgeschiedenis, maar ook vanuit psychologie, culturele studies, sociologie, technologie, antropologie en filosofie een interessant domein is. Mijn grote voorbeeld destijds, zo stelt de rede, was London College of Fashion waar dit type onderzoek al vorm gekregen had. Wie had in 2003 gedacht dat het mijn werkterrein zou worden tussen 2016 en 2023.

In mijn onderzoek en tentoonstellingen ben ik altijd geïnteresseerd geweest in de vernieuwingen en transitie van de mode. Dat wat wij vandaag de dag mode noemen is een systeem dat vorm krijgt in de negentiende eeuw, een periode waarin verlichtingsdenken, industrialisatie, democratie en het moderniteitsdenken tot wasdom komen. Het systeem geeft daarmee gezicht aan een sociale en maatschappelijke realiteit waarin vooruitgangdenken en individualisering belangrijk worden. Dat systeem, gebaseerd op westerse waarden, begint aan het einde van de twintigste eeuw te wringen door onder meer de opkomst van digitale media en mondialisering. Er ontstaat milieudruk, het wordt duidelijk dat mode met de opkomende fast fashion overconsumptie en verspilling veroorzaakt in combinatie met een inhumane productiewijze in derdewereldlanden waar arbeidsomstandigheden slecht zijn. En de mondialisering en digitale media brengen een emancipatie van niet-westerse ontwerpers op gang die zich gerepresenteerd willen zien in moderne kunst en het modesysteem dat zij als een westers systeem beschouwen.

Zij hebben een effect op onze verbeelding en de imaginaire werelden en daardoor komen er allerlei processen van selectie, toe-eigening en hybridisering van stijlen, waarden en culturen op gang (Jansen, Craik, 2016, p. 10), (Bourriaud, 2009, p. 22), (Appadurai, 1996, p. 3). Binnen de mode zien we dat

deze niet-westerse ontwerpers zich niet langer focussen op ‘het nieuwe’, maar juist hun niet-westerse ‘herkomst en tradities’ benadrukken. Deze invalshoek krijgt in de context van het opkomende dekolonialisme in de 21ste eeuw steeds meer aandacht. Via mijn publicaties en tentoonstellingen ben ik zo onderdeel geworden van een internationale polemiek over hoe houdbaar het westerse modesysteem nog is. Mijn verhaal begin ik daarom met een uiteenzetting over hoe mode op gespannen voet is komen te staan met theorieën over *De-Westernization* en dekolonialisme.

Mode en moderniteit

Wat betreft machtsverhoudingen is de mode-industrie problematisch en onevenwichtig, dat is bekend. In de arme landen, ver uit het zicht, vindt de vervuilende en slechtbetaalde productie plaats, terwijl het modemerken en de modetrends in *the Global North* worden bedacht en verkocht. In het Westen wordt de winst gemaakt en worden er regels opgelegd over duurzaamheid, die de ateliers in Pakistan en Bangladesh op dienen te volgen zonder de kostprijs te verhogen, zonder de investering te willen doen om deze maakbedrijven te verduurzamen. Dat maakt mode als onderdeel van een kapitalistisch systeem ethisch en moreel verwerpelijk.

Met de opkomst van de dekoloniale theorie van onder meer Walter D. Mignolo (2007) en Anibal Quijano (2010) ontstaat aandacht voor het feit dat de geschiedenis van moderniteit die wij in het Westen beschouwen als een geschiedenis van vooruitgang en beschaving, niet zomaar gescheiden kan worden van de geschiedenis van slavernij (Quijano, 2010). Volgens Roland Vasquez (2018) begint de moderniteit niet bij de Verlichting maar veel eerder, bij het ontstaan van de koloniale onderneming in 1492, waar Europa als ‘verenigd ego’ zich tegenover en boven de ander stelt en de niet-westerse cultuur fundamenteel uitsluit (Vasquez, 2018, p. 186). Mode, een van de verschijnselen van de moderniteit (en het kapitalisme) wordt in deze context dan ook gezien als een westers fenomeen waarin niet-westerse waarden en culturen rücksichtslos terzijde zijn geschoven, vergeten en in diskrediet gebracht. Dat maakt voor hen mode en moderne kunst (uitvindingen van de moderniteit) per definitie onverenigbaar met een begrip als inclusiviteit, omdat ze de lokale gemarginaliseerde geschiedenis en culturen uitsluit. (Mignolo, 2007, p. 459). Volgens Mignolo en Vasquez moeten daarom het modernisme, postmodernisme en het liberale denken (en dus ook het modesysteem) helemaal worden losgelaten om alternatieve denkwijzen en perspectieven te kunnen ontwikkelen (Mignolo, 2007, p. 492).

Mode als uiting van het nieuwe?

Wat betekent dit voor het huidige modesysteem? Het belangrijkste kenmerk van mode is dat ze gaat over het nieuwe. Met elke trend vindt de mode zichzelf uit met een nieuwe vorm en stijl waarbij ze alle geschiedenis, tradities, vaste betekenissen uitwist.⁸ In meer theoretische en culturele termen is mode een cultuurfenomeen dat uiting geeft aan de moderniteit, waarbij de vernieuwingsdrang, de zucht naar het nieuwe, wordt gezien als een uiting van emancipatie en vooruitgang.

Mode, als snelle wisseling van stijlen als vorm van plezier, ontstaat met het koopmanskapitalisme al in Bourgondië en Florence in de late veertiende eeuw (Lipovetsky, 1994, pp. 21-26), (Steele, 1988, pp. 17-18). Kleding is dan gebaseerd op vaste codes, tradities en regels, waarbij elke klasse voorgeschreven kreeg wat ze wel en niet mocht dragen. Bepaalde kleuren en stoffen waren voorbehouden aan de aristocratie. Linten, stoffen of knopen drukten beroep, burgerlijke staat of religie van een persoon uit. Dit systeem van kleden bood de samenleving zekerheden en een gevoel van herkenning en verbondenheid met de gemeenschap en de plek. 'Kleding was een teken van lokale verankering, van gezamenlijke zin', schrijft de Franse filosoof Gilles Lipovetsky in zijn boek *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy* (1994). In Nederland is de negentiende-eeuwse visserstrui daar een goed voorbeeld van. Elk dorp had zijn eigen patronen, waardoor de afkomst van een aangespoelde verdronken visser onmiddellijk herkend kon worden (Van der Klift-Tellegen, 1987, p. 15).

Maar met de komst van de Verlichting, democratisering, de verstedelijking en de industrialisatie wordt mode halverwege de negentiende eeuw voor een bredere samenleving toegankelijk. Het is met name de nieuwe klasse van de burgerij die mode omarmt als een systeem dat de vrijheid geeft op te klimmen op de sociale ladder.

Zo ontstaat halverwege de negentiende eeuw langzaam een nieuwe mode-infrastructuur met warenhuizen, modehuizen en een cultuur van flaneren, waarin kijken en bekeken worden in de publieke ruimte belangrijk wordt. Essentieel worden de tijdschriften die helpen de modetrends en de nieuwe codes in een rap tempo te verspreiden (Teunissen, 1990). Mode breekt zo met traditie en vaststaande codes en presenteert zich elk nieuw seizoen als nieuw en fris. Door elke keer nieuwe vormen en stijlen te presenteren probeert ze alle

8 Mode kent wel het verschijnsel retrotrend, waarin kledingstijlen uit eerdere periodes weer teruggebracht worden in de mode, maar deze stijlen verwijzen terug naar een tijdsperiode en niet naar vaste betekenissen.

verwijzingen naar traditie, klasse en religie uit te wissen. Door voortdurend te veranderen van vorm en betekenis verwijst ze alleen nog naar de vorige trend en niet meer naar vaste codes en betekenissen. Modekleding wordt zo een reflectie van *de tijd* (dat wat geweest is) en is niet langer verbonden met *plaats, lokale cultuur* en *afkomst*. Mode wordt een (positief) symbool van vooruitgang en democratie, van eigen keuze en individualiteit (Teunissen, 2017, p. 44). 'Mode was de eerste manifestatie van een passie die kenmerkend is voor het Westen, de passie voor wat "modern" is', schrijft Lipovetsky. 'Mode werd een bron van wereldse waarde, een teken van sociale uitmuntendheid. Mensen moesten op de hoogte blijven van wat nieuw was; ze moesten de laatste veranderingen overnemen' (1994, p. 24).

Belangrijk aspect van mode is dat individuen de vrijheid krijgen om via hun kleding te bepalen tot welke groep ze willen behoren met ook de vrijheid om zichzelf als individu – met iets opzichtiger dassen – binnen die groep te onderscheiden (Lipovetsky, 1994, pp. 82-83), Simmel (1904).

Hoe democratie en vooruitgang verankerd zijn in het modesysteem beschrijft Lipovetsky aan de hand van een tweede democratisering golf die in de jaren zestig van de twintigste eeuw plaatsvindt. Met de opkomst van de jeugdcultuur krijgt de jeugd als groep niet alleen een stem en een zichtbare plek in de samenleving, ze verandert ook de modecultuur door een eigen stijl van kleden, die samen met muziek uitdrukking geeft aan hun denkbeelden, levenswijze en politieke idealen. Vanaf dat moment worden modetrends niet langer bepaald door Franse modehuizen, maar kunnen ze van onderaf ontstaan in het straatbeeld en kan iedere sociale en politieke groep zijn eigen identiteit kiezen. Voor Lipovetsky een teken dat het systeem nog inclusiever en democratischer werd (1994, pp. 88-128).

In de twintigste eeuw wordt mode zo steeds beschouwd als een verbetering van de samenleving, als een culturele uitdrukking van de inspanning van mensen om zichzelf meester te maken van de omstandigheden van hun eigen bestaan, een teken van het vermogen om de wereld te verbeteren en te moderniseren. Een fenomeen dat het leven voor iedereen beter, slimmer en toegankelijker heeft gemaakt.

In zijn laatste boek *Le sacre de l'authenticité* (2021, pp. 23-59) illustreert Lipovetsky hoe het modesysteem door de opkomst van internet en sociale media nog verder geëvolueerd is in een tijdperk waar individualiteit en zelfrealisatie volledig gedemocratiseerd maar ook gecommmercialiseerd zijn. Vandaag de dag kunnen mensen een 'online' identiteit creëren, zonder dat deze iets te maken heeft met de dagelijkse realiteit of sociale context waarin ze leven. In dit tijds-gewricht van *egomania* zijn individualiteit en authenticiteit onderdeel geworden

van een consumentencultuur die bestaat uit klikken en likes, aanwezigheid op sociale media en de drang van jezelf een merk te maken, stelt Lipovetsky. Nieuwe trends zitten daardoor niet meer logisch vast aan een seizoen of een sociale groepering. Integendeel, vandaag de dag verschijnt er elke dag iets nieuws online of in de winkel. Vanuit de drang om je eigen imago op Instagram telkens opnieuw te bevestigen wordt de behoefte aan nieuwe kleding, alsmäär wisselende trends en fast fashion meer dan ooit aangejaagd. Mode als dolgedraaid systeem gaat alleen nog maar over online présence, alleen nog over beeld, en niet meer over een seizoen of het product zelf: hoe het voelt, hoe het draagt, wat de kwaliteit is, waar het vandaan komt en wie het gemaakt heeft. We lopen hier tegen de volgende paradox aan: in hoeverre loopt deze praktijk nog parallel met de idee dat mode over vooruitgang en democratisering gaat als de sociale omgeving volledig verdwenen is en er alleen nog zelfrealisatie (het individuele) overblijft? En dat terwijl we weten dat we met deze enorme overproductie en overconsumptie een gigantische afvalberg creëren en we de grenzen van de planeet ver te buiten gaan?

Hoe erfgoed en lokale tradities een plaats veroveren in het modesysteem

De klassieke definitie van mode als systeem dat zichzelf telkens opnieuw uitvindt en geen vaste codes heeft die verwijzen naar cultuur of traditie, is niet alleen op gespannen voet komen te staan door groeiende inzichten in duurzaamheid. Het systeem is ook barsten gaan vertonen onder invloed van internet en de globalisering. In het begin van de 21ste eeuw ontstaan er wereldwijd *Fashion weeks* waarin lokaal modetalent mondiaal gepromoot wordt met als doel het eigen land en de eigen cultuur op de internationale modekaart te zetten. De tentoonstelling *Global Fashion, Local Tradition* (Centraal Museum, 2005) en de gelijknamige publicatie bracht deze verandering in kaart en concludeerde dat ontwerpers hun erfgoed gebruikten met traditionele technieken om zich als mondiale ontwerpers bewust te profileren met een niet-westerse 'lokale' identiteit. (Teunissen, 2005, p. 9; Teunissen & Brand 2020, pp. 757-770). Het was het begin van een internationaal debat over de betekenis van de integratie van niet-westerse ontwerpers in een westers modesysteem dat niet inclusief was. Het vrouwencollectief Coopa-Roca, dat sinds 1981 met bekende Braziliaanse ontwerpers als Carlos Miele en Alexandre Herchcovitch werkte om het traditionele handwerk van het collectief als quilten, appliqueren met trekkoorden, macramé en haken toe te passen in de creaties van de ontwerpers, was een illustratief

voorbeeld hiervan (Teunissen, 2005, p. 78). Braziliaanse technieken werden hier gebruikt om niet-westerse ontwerpers binnen het mondiale modesysteem te positioneren als Braziliaans door zichtbaar 'authentieke' handwerktradities uit hun culturele erfgoed te verwerken in de creaties. Dat was nieuw en in feite onverenigbaar met de klassieke definitie van mode, die juist alle tradities en regionale kenmerken wil uitwissen.

Bij een volgende tentoonstelling: *The Future of Fashion is Now* (Boijmans 2014, Shanghai 2015, Shenzhen 2016) en bijbehorende publicatie, tekende zich – bijna tien jaar later – een nieuwe tendens af. Bij deze ontwerpers, die van alle continenten afkomstig waren, stond een betere toekomst centraal. Zij gebruikten daarvoor nieuwe en andere waarden, afkomstig uit hun eigen cultuur. Ze brachten dus niet alleen 'herkenbare, traditionele niet-westerse kenmerken' in als 'visuele' stijl en herkenbare esthetiek, maar zij verkenden nieuwe verhalen en probeerden de wereld te verbeteren met alternatieve benaderingen en innovaties (Teunissen, 2014).

Zo maakte Tania Candiani in haar project *La Constancia Dormida* (2006, Mexico) dertig dagen lang gebruik van een failliete textiel fabriek waar ze één jurk per dag maakte, waarbij elke jurk fungeerde als een dagboekpagina. Ze borduurde verhalen op de jurken uit de tijd dat de fabriek nog actief was, vermengd met verhalen van bezoekers die Candiani kwamen bekijken. Door de jurken maakte ze niet alleen de geschiedenis tastbaar van deze fabriek, met haar barre werkomstandigheden, maar ook legde ze de nostalgie bloot van de voormalige arbeiders en degenen die in de buurt woonden. Haar modeontwerpen verwezen naar een sociaal netwerk, een geschiedenis van uitbuiting, en verbeeldde ook de dagelijkse praktijk van het leven in de fabriek (Teunissen, 2014, pp. 160-161).

De tentoonstelling en publicatie illustreerden hoe mondialisering een effect heeft op onze verbeelding en de imaginaire werelden, en daardoor komen er allerlei processen van hybridisering van waarden en culturen op gang (Appadurai, 1996, p. 3). Filosoof en kunstcriticus Nicolas Bourriaud muntte in deze context de term *the radigrant*: als een nieuw type kunstenaar/ontwerper die verbinding zoekt met de culturele en lokale omgeving waarin hij terecht is gekomen, terwijl hij zijn eigen afkomst/roots, identiteit en achtergrond als sporen meeneemt in zijn verhaal (Bourriaud, 2009). Vanuit een 'altermoderne' theorie probeert hij de modernistische theorie, waarin alleen *tijd* en *moment* van belang zijn en sporen van traditie worden uitgewist, bij te stellen. Door de mondialisering bestaan er hoegenaamd geen culturen meer die niet door de modernisering en globalisering zijn aangeraakt en dat maakt dat er, zoals ook Appadurai stelt, een proces van hybridisering op gang komt.

Mode als esthetische apartheid

Ook al is de moderne mode in de loop van de tijd mondialer, betaalbaarder, toegankelijker en meer geïndividualiseerd geworden voor een breder publiek, het blijft een systeem dat gericht is op 'het nieuwe' en vernieuwingsdrang. Hoewel het systeem langzaamaan meer traditionele, niet-westerse invloeden absorbeert, werkt het volgens regels die bepalen of je 'in' of 'uit' de mode bent.

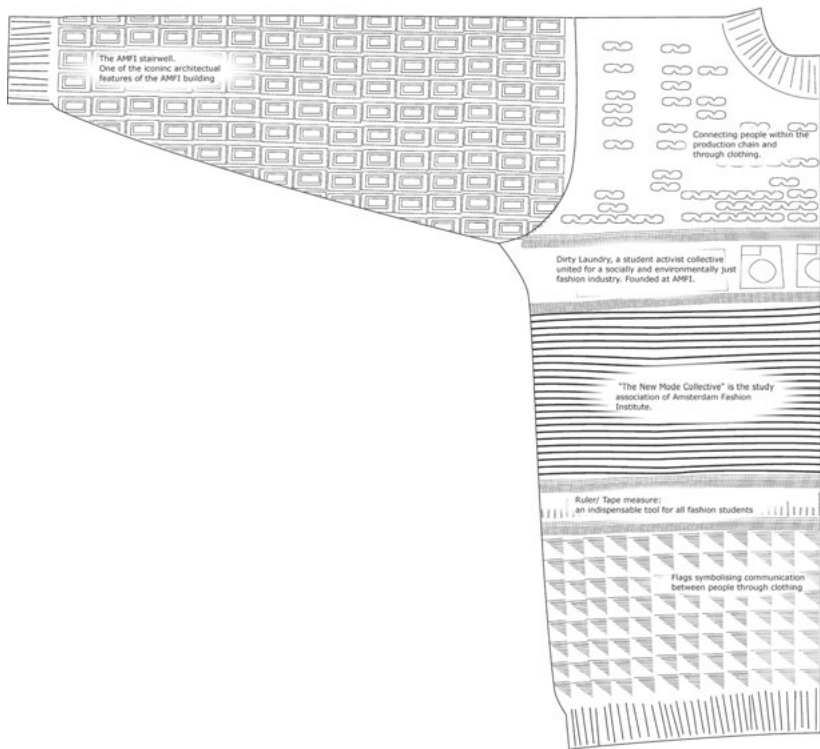
Otto von Busch legt dit overtuigend uit in zijn boek *The Psychopolitics of Fashion* (2020) door mode te vergelijken met een natiestaat en een regime dat geobsedeerd is door de grenzen van wie 'in' is en wie 'uit' de mode is. Mode verkoopt zich geraffineerd door bereikbare democratische fast fashion en de boodschap dat iedereen gelijke toegang heeft tot de vrije expressie van zichzelf, stelt Von Busch (2020, p. 71) maar in feite legt het een 'esthetische' overheersing op, en creëert het 'institutionele esthetische apartheid'.

Mode geeft burgers inderdaad de gelegenheid hun identiteit zelf te bepalen en te ontsnappen aan hun afkomst en geboorterecht. Desondanks is het systeem niet inclusief, ook niet in de termen van Bourriaud, omdat het gefocust blijft op het nieuwe en op wie 'in' en 'uit' de mode is. Bovendien volgen vooruitgang en verbetering van de samenleving niet automatisch uit het 'nieuwe'. Integendeel, het modesysteem met zijn focus op 'nieuwe' trends, samen met de technologische vooruitgang/digitale media lijken vandaag de dag de 'overconsumptie' te stimuleren, terwijl het andere culturele waarden – zoals de waardering voor een mooi duurzaam gemaakt product – uitschakelt en materialistisch consumentisme aanwakkert.

Als alternatief stelt Von Busch daarom het concept *deep fashion* voor. Een systeem dat, pluralistischer, eerlijker en experimenteler is en de dragers bij het ontwerpen betreft. Door cocreatie en door een intensieve relatie tussen ontwerpers en dragers op te bouwen, worden ontwerpers en dragers aangemoedigd om hun passie te gebruiken, emotionele kwaliteiten te stimuleren en op veel rijkere ervaringen en waarden te focussen dan alleen het consumeren van confectiekleding (Von Busch, 2020, pp. 138-139).

Een mooi voorbeeld van een dergelijke benadering is de visserstrui die bij AMFI ontwikkeld werd door dr. Maaïke Feitsma en studenten van The New Mode Collective (TNMC). De al genoemde klassieke Nederlandse visserstrui, waarbij elk dorp andere herkenbare patronen gebruikte voor de trui, vormde het uitgangspunt. TNMC maakte een eigen ontwerp voor de trui, waarin kenmerken van het AMFI-gebouw zijn verwerkt die vervolgens op een digitale breimachine werden gebreed (figuur 1). Het voorbeeld illustreert hoe het ontwerp van de trui in dialoog met de drager ontstaat en hoe emotionele elementen van

gemeenschap en lokale verankering in het ontwerp zijn verwerkt. Dit verhoogt de emotionele kwaliteit, het verdiept de relatie met het product omdat het in een gezamenlijk proces met een gezamenlijk verhaal ontwikkeld is (Von Busch, 2020, p. 140).



Figuur 1. 3D gebreide trui geïnspireerd op de visserstrui met patronen van het AMFI gebouw.

Er zijn intussen talloze voorbeelden van ontwerpgemeenschappen die via een platform samenwerken. Fibershed bijvoorbeeld, is een netwerk van boeren, verwerkers, ontwerpers en makers, verkopers en dragers, en tot slot verwerkers van organisch afval. Ze zijn met elkaar verbonden via de cyclus van het zaadje, de plant, de vezel, de draad en de stof tot aan de recycling.⁹ Dit betreft

9 <https://fibershed.nl/>

de dragers bij het complexe ecosysteem van het maakproces, de impact, maar ook het vakmanschap dat erbij komt kijken. Het creëert een emotionele binding die veel rijker is dan het alleen consumeren van confectie. Je draagt bij aan biodiversiteit, het verbeteren van de planeet en je weet tot in detail waar het product van gemaakt is en welke tijd en inspanning het heeft gekost om het te maken.

Fibershed voldoet zo aan wat Otto von Busch bedoelt met deep fashion: 'Deep fashion vereist een werkelijk dieper luisteren naar cultuur, erfgoed en achtergrond, het terugbrengen van waarden en het bevragen van het algehele moderne modesysteem. A deep fashion draagt bij aan een rijker gevoel van vrijheid en een betekenisvollere ervaring van mode. Om dat te bereiken moeten we niet alleen het systeem veranderen, maar ook onszelf.'; aldus Von Busch (2020, pp. 121-137).

Kortom, vanuit deze conceptuele en avant-gardebenadering laten we de efemere, oppervlakkige wereld van TikTok, glamour en snelle fast fashion achter ons, die met Shein (een Chinees online kledingbedrijf dat dagelijks vijftigduizend nieuwe kleren op de markt brengt) tot ongekennde snelheid is gestegen. Door resonantie te creëren wordt juist emotionele betrokkenheid, aandacht voor omgeving en planeet, duurzaamheid en transparantie verhoogd en dat verandert onze verhouding tot kleding. Het stimuleert om mode veel meer als een product te zien dat gekoesterd en verzorgd moet worden en leidt dus tot minder kopen (Fletcher, 2016). Daarmee vervangt het de *take, make, waste* mentaliteit die mode als een wegwerpproduct is gaan beschouwen.

Dekolonialisme: de noodzaak van nieuwe termen

Mignolo en Vasquez stellen, zoals gezegd, dat de moderniteit en daarmee ook het westerse modesysteem zich in hiërarchie boven traditionele en lokale kledingculturen geplaatst hebben. Met name de ideologie van het modernisme (met haar streven naar vooruitgang en verbetering door zich telkens te vernieuwen) heeft de alternatieve geschiedenissen, tradities en daarmee ook de conventionele ecosystemen met de natuur buitengesloten. Daarom zijn er volgens hen nieuwe termen en definities nodig om deze perspectieven invoelbaar te maken en te begrijpen (Mignolo, 2007, p. 492) Mignolo en Vasquez introduceren drie termen die nuttig zijn bij het herdefiniëren van wat een inclusief mode- of kledingsysteem zou kunnen inhouden.

De eerste term, *precedence*, benadert tijd niet als een moment of het contemporaine: maar als een meer holistisch tijdsbegrip dat zowel het nu omvat

alsook de tijd die eraan voorafgaat. (Mignolo, Vasquez, 2013, p. 193). 'Door al bestaande genealogieën en paden naar de toekomst te brengen, leidt dit tot een diepere verbondenheid met cultureel erfgoed en hervormt en verdiept dit de mode-ervaring van tijdelijkheid', aldus Vasquez. (2018, p. 185).

De tweede term, *aestheSis*, vervangt de engere modernistische term *estheTics* die het huidige modesysteem definieert. Esthetiek in de mode is voornamelijk op het visuele gericht, waarbij silhouet, kleur en stof belangrijk zijn. *AestheSis* is een ruimer begrip dat de mogelijkheid biedt om de wereld pluriformer te verbeelden via verhalen, het zintuiglijke, het tastbare (Mignolo, Vasquez, 2013, pp. 9,10). Door verschillende verhalen, waarden en culturele expressies te vieren en te herkennen, wordt mode bevrijd uit zijn eurocentrisch kader en opent het zich voor meer perspectieven.

De derde term, *pluriversal*, verwijst naar de noodzaak om meerdere stemmen, talen, herinneringen, economieën, sociale organisaties en dubbele subjectiviteit te laten spreken zonder hiërarchie en zonder iemand uit te sluiten (Mignolo, 2011). Deze term helpt bij het creëren van een cultuur van inclusiviteit, maar is ook een begrip dat helpt in de context van duurzaamheid en posthumanisme, omdat het een holistische inclusieve visie vraagt op de relatie van mens tot natuur, planeet, economie en biodiversiteit.

De tentoonstelling *Searching for the New Luxury* (Arnhem, Berlijn, 2018), ontwikkeld voor State of Fashion (Arnhem Mode Biënnale), begon als een verdere verkenning van een modesysteem in transitie. Om de diepgang en betekenis van de projecten te kunnen begrijpen bleken de termen van het dekolonialisme waardevol. Via een open *call*, ondersteund door het Prins Claus Fonds, nodigden we ontwerpers van over de hele wereld uit om hun visie te tonen op het thema luxe, in een tijdperk waarin we worden geconfronteerd met grote maatschappelijke uitdagingen en schaarste aan hulpbronnen. Met wat voor luxe willen we onszelf in de 21ste eeuw omringen? Wat is 'modeluxe' in een context van globalisering, dekolonisatie, de-westernalisering en de dringende behoefte aan een meer verantwoorde consumptie.

Op de tentoonstelling presenteerden Mia Morikawa (1983) en Shani Himanshu (1980) van 11.11/eleven eleven het Khadi Way-project, een reis van kala-katoen en khadi-denim, van zaadje tot steek. Elk product is handgemaakt en de elf kledingstukken hebben elk een productcode met de ecologische voetafdruk van de organische en gerecyclede afvalmaterialen. Het product verbindt via de code ook direct de consument met de ambachtsman, waardoor de focus verschuift van de 'sterontwerper' naar de waardering voor vakmanschap en de vakman, naar de culturele oorsprong en de sporen achter het product.

Het project toont tevens dat met behulp van digitalisering – het platform – meer informatie en directe, horizontale relaties tussen de consument en de producenten van onze kleding kunnen worden gelegd.

Door dit project te beschrijven – niet in klassieke modernistische termen, maar met de drie bovengenoemde termen – raken we de kern van de betekenis van 11.11 eleven eleven. Murikama en Himanshu stellen zichzelf niet op de voorgrond als de creatieve genieën achter 11.11 eleven eleven, maar hun doel is om makers, vakmensen, ideeën, verhalen, erfgoed en ingenieurs samen te brengen en te benadrukken dat zij in gezamenlijkheid een duurzame, inclusieve, ethische toekomst creëren (*pluriverse*). Ze verbeelden daarmee een wereld die verdergaat dan een trend of een kortstondige modefantasie. Het is een concept met lokale verankering, traditie, transparantie en een meer holistische combinatie van esthetiek en zintuiglijke ervaring (aesthesis, precedence).



Figuur 2. 11.11 eleven eleven 2018.

Voorbij de consumptie; van sustainability naar accountability

Op dit moment in de geschiedenis worden we geconfronteerd met een modesysteem dat op alle gebieden van productie, milieu, overconsumptie en sociale rechtvaardigheid faalt.

Het blijkt niet eenvoudig het product van groeiende vezel op het land, via spinnen tot draad, stof en kledingproduct helemaal te volgen. Met nieuwe technologie wordt hard gewerkt aan transparante blockchain en een digitaal productpaspoort, maar het zal nog enige jaren duren voordat dit gebruikt kan worden. Wel zal de digitalisering van mode, daarover later meer, de mode enorm helpen bij het verduurzamen van het modesysteem.

De *Green Deal* in Europa verplicht de textiel en mode-industrie om in 2050 helemaal circulair te zijn. Vooruitlopend daarop worden bedrijven binnen een paar jaar verantwoordelijk voor het terugnemen van het product, de zogenoemde uitgebreide productverantwoordelijkheid (UPV) die hen dwingt hun bedrijf ingrijpend te transformeren. Vele modemerken zijn op dit moment dan ook zenuwachtig op zoek naar hoe ze via reparatieservices (Patagonia onder andere) en via een eigen tweedehands platform hun kledingproducten zo lang mogelijk in de keten kunnen houden, voordat ze gedwongen zijn verantwoordelijkheid te nemen voor het recyclen.

Ketens van fast fashion ontdekken nu dat de kwaliteit van hun product soms zo laag is dat de producten niet eens een tweedehands of geüpicycled leven kunnen leiden. Intussen is er vanuit het circulaire denken een R-cyclus ontwikkeld die moet helpen bij het reduceren en recyclen van modeproducten (zie figuur 3). De belangrijkste aspecten in dit circulaire systeem zijn *reduce* en *rethink*. Er moet een halt toegeroepen worden aan de enorme overproductie en overconsumptie van kleding, willen we binnen de grenzen van de planeet werken. We moeten elke dag eten, maar hoeveel kleren hebben we eigenlijk nodig? Het Chinese merk Shein gooit elke dag vijftigduizend nieuwe kledingstukken online, maar moeten we dit willen en moeten we niet veel meer toe naar een industrie die *degrowth* voorstaat: kleinschalig, lokaal geproduceerd, geteeld en gemaakt?

Een aantal grote ketens van fast fashion, zoals Inditex (Zara), realiseren zich dat modeconsumptie en modeverkoop naar beneden moeten en gaan zich toeleggen op mode als ervaring. Het was een van de redenen waarom ze onlangs de grootste winkel in Rotterdam openden.¹⁰ Het modesysteem moet echter op

¹⁰ <https://www.deondernemer.nl/retail/zara-sluit-vestigingen-maar-winkels-die-overblijven-moeten-speciaal-en-groter-zijn-zoals-in-rotterdam-fb8f30b?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

zowel economisch, ecologisch als moreel vlak gaan veranderen en dat betekent dat de r van *rethink* misschien wel het belangrijkste is. Wat is onze relatie met 'het product' in relatie tot onszelf, de sociale omgeving, het milieu en de aarde? Dat is het belangrijkste vraagstuk en dus ook de belangrijkste onderzoeksvraag van dit moment. Alleen vanuit dit ethische en circulaire perspectief, deze holistische insteek die ook terugkomt in de Social Development Goals,¹¹ zijn we in staat om mode als systeem en onze relatie tot het kledingstuk te herdefiniëren.



Figuur 3. De 7 R's van circulaire textieleconomie.

Nolles, J. (2023, 16 november). 'Geen reclame, nul interviews maar wel een enorme winkel' (interview met J. Teunissen) in *AD*.

11 De 17 *Social Development Goals* ontwikkeld door de Verenigde Naties vormen een wereldwijd erkende leidraad bij het verduurzamen en inclusiever maken van de samenleving (<https://sdgs.un.org/goals>).

Het is belangrijk om alles te doen wat in ons vermogen ligt om de impact van de industrie op het milieu te verlichten en dit betekent dat we minder en bewuster moeten consumeren. Mode moet afstappen van de focus op 'nieuw' en het lineaire verhaal van de *take, make, waste* wegwerpcultuur. Dat kan zij doen door een manier te bedenken om waarde los te koppelen van consumptie. Duurzaamheid en degrowth gaan dus over veel meer dan alleen over circulair ontwerpen, ook over een nieuw waardesysteem voorbij consumptie. Dat wil zeggen dat we onze 'koopdrang' en de focus op 'het nieuwe', moeten gaan vervangen door waarden die ons welzijn op een fundamenteeler niveau verbeteren. Wat bepaalt ons welzijn? Is dat in gezond evenwicht leven met de natuur? Draagt consumeren bij aan welzijn? Of is dit een oppervlakkige bevrediging van een behoefte? Ook dat zijn vragen waarover we moeten nadenken.

Door verbondenheid met de makers en het maakproces op te zoeken, aandacht voor biodiversiteit en kennis van het product, spreken we ook niet langer over *sustainability*, maar over *accountability*. We moeten een overgang maken van een samenleving van individualisme en neoliberalisme naar een samenleving van solidariteit en verantwoordelijkheid, waarin we allemaal niet méér zijn dan draden in een weefsel dat in gezamenlijkheid in staat is om de wereld te verbeteren (Wijnberg, 2023). Dit is een metafoor die dezelfde niet-hiërarchie en meervoudige stemmen probeert te omschrijven als de term *pluriversal*. Anneke Smelik, emeritus-hoogleraar Visuele Cultuur aan de Radboud Universiteit, stelde onlangs in haar afscheidsrede *Een simpel wit T-shirt* dat we de materiële cultuur van textiel veel serieuzer moeten nemen. 'Alleen dan kunnen we een duurzame toekomst voor mode realiseren. Als de mens gedecentreerd en ontroond wordt, en als we ons ervan bewust worden dat de menselijke en niet-menselijke wereld wederzijds afhankelijk zijn, dat materie van vitaal belang is, dan begrijpen we dat duurzaamheid geen luxe is, maar onze enige manier om te overleven.' (Smelik, 2023, pp. 6-8). Volgens de filosofe Lisa Doeland laat leven onvermijdelijk sporen achter en dat leidt tot sterven, en daarom moeten we leren leven met uitsterfelijkheid. (Doeland, 2023). Juist binnen deze context helpen de dekoloniale invalshoek en de terminologie van Von Busch over deep fashion om een veel holistischer modesysteem te definiëren: meer geëngageerd en verbonden met de natuur en het klimaat, meer vanuit affiniteit voor het materiaal, het vakmanschap en het verhaal erachter.

Effecten van digitalisering

En dan als laatste: welke effecten hebben de digitalisering op mode als systeem? De modesector werkt als een van de weinige sectoren nog altijd grotendeels volgens een negentiende-eeuws industrieel model, terwijl in vrijwel alle andere maakindustrie de digitalisering geleid heeft tot een veel efficiëntere, duurzame 'made on demand'-productie. Het huidige businessmodel is nog altijd een pushmodel, waarbij de nieuwe collecties op de markt worden gebracht op basis van trends, zonder dat er vooraf wordt afgestemd met de consument. Dat betekent dat er break-even wordt gedraaid als 30% verkocht is voor een normale prijs, 35% in de uitverkoop en 30% gewoon wordt afgeschreven, zonder dat het ooit gedragen wordt.¹² Dit is moreel gezien een compleet onhoudbaar model, maar helaas nog altijd succesvol. Hier is met de verdere digitalisering – en dat is onze grote hoop – een zeer grote slag in verduurzaming te halen.

De laatste tien jaar zijn er grote stappen gezet richting het digitaal ontwerpen van het product. Daarmee wordt afval bespaard in de ontwikkeling van het product, zoals het maken en heen en weer sturen van samples. De COVID-19-periode heeft noodgedwongen voor een versnelling gezorgd en intussen kunnen we stoffen vrijwel perfect nabootsen in 3D. Daarmee naderen we in theorie het punt dat het kledingstuk pas gemaakt hoeft te worden als het besteld wordt. Technisch is het ook al mogelijk om je persoonlijke maten op te meten via een scanapparaat of via een app op je telefoon. In de toekomst hoeft de industrie dus ook geen standaardmaten meer te maken, maar wordt het een *size you*-mode: precies op jouw maat gemaakt, bij voorkeur in *microfactories* dicht bij je huis en direct geleverd. Op het moment dat we zover zijn, met de juiste machines en de juiste businessmodellen, betekent dat een belangrijke slag richting verduurzaming.

Opmerkelijk is dat bij deze digitale veranderingen de consument veel meer in beeld komt. Inditex, het moederbedrijf achter Zara, werkt al jaren met sales data (AI) en een zeer geavanceerd logistiek systeem (ook AI) om hun aanbod zo goed mogelijk af te stemmen op de consument. Ze zeggen geen mode te maken, maar kleding waar de consument om vraagt.

Natuurlijk keek een modemerken of een ontwerper altijd al naar trends die zich aftekenden, maar een directe relatie met de klant was er alleen bij de

12 McKeegan, D. 'Connection the dots of digital fashion -design to production and the digital imperative' in: From pixel to parcel' <https://www.texintel.com/blog/connecting-the-dots-of-digital-fashion-design-to-production-and-the-digital-imperative>

klassieke couturier of voor gewone mensen vroeger bij de naaister bij wie een klant kleding op maat liet maken op basis van specifieke wensen. Deze relatie keert bij start-ups weer terug via een platform waarop de consument een ontwerp kiest en zijn specifieke wensen – een langere mouw – kan opgeven. Met persoonlijke maatgegevens die via de telefoon kunnen worden gescand, wordt het kledingstuk op maat en naar de wens van de klant gemaakt. Deze digitale transitie, zo kwam naar voren uit twee Europese projecten in samenwerking met de industrie (E4FT, 2016-2019)¹³ en FTAlliance (2020-2022), heeft een effect op het modeonderwijs en de rol van de ontwerper.¹⁴

De rol van de modeontwerper gaat in een aantal opzichten fundamenteel veranderen en er gaan nieuwe hybride rollen ontstaan. Allereerst zien we het ontwerpproces veranderen. Nederland is daarbij een van de voorlopers. Al in 2007 begon Iris van Herpen met het toepassen van digitale technieken in haar ontwerpen. Het gebruik van laser en van 3D-printers, in nauwe samenwerking met ingenieurs en architecten, leidt bij haar tot een uniek handschrift door het gebruik van nieuwe, organische constructies en patronen. Zij is er niet alleen wereldberoemd mee geworden, maar ze heeft digitalisering en technologie salonfähig weten te maken binnen de wereld van de Parijse haute couture, waar tot dan vooral traditioneel vakmanschap centraal stond. (Bertoli & Teunissen, 2018). Een ander voorbeeld is AMFI-alumnus Amber van Slooten, die met haar bedrijf The Fabricant als eerste digitale mode als NFT ging verkopen. In haar geval waren het de wereld van de gaming en de wereld van de mode die samenkwamen.

In het digitaliseringsproces van het kledingontwerp en de kledingproductie zien we nieuwe disciplines hun intrede doen. Voor het digitaal ontwerpen is kennis van software nodig, voor het lezen van data data-intelligentie. Daardoor krijgt ICT-kennis in modebedrijven een essentiële plek binnen het ontwerpen. PVH bijvoorbeeld startte een aantal jaren geleden in Amsterdam een aantal

13 ERASMUS+ EF4T 2016-2019. PI-investigator for UAL-London College of Fashion (UK) in partnership with Polytechnic University of Milan, Italy, and the Swedish School of Textiles, Sweden Education4Fashion-Tech. The project aims to develop an Interdisciplinary Curriculum for Fashion in the Digital Era in Smart Textiles, Wearable Technologies and Digital Manufacturing to strengthen the collaboration between apparel and fashion universities in the European Union and contribute to the prosperity of the European apparel and fashion sector.

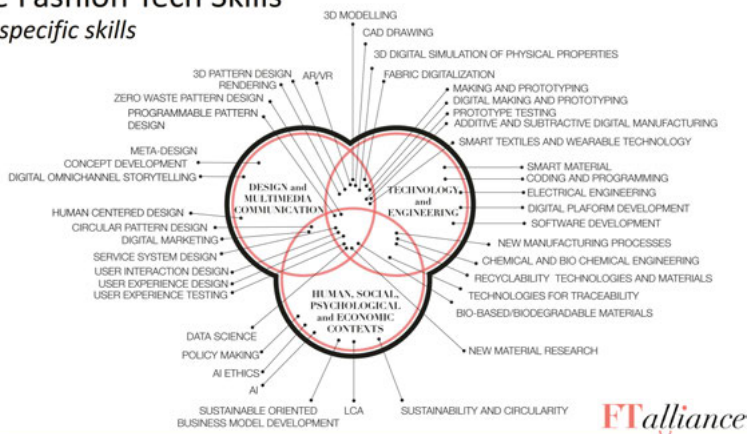
14 FT Alliance 2020-2023 UAL London. PI-investigator London College of Fashion in partnership with Polytechnic University of Milan, Estia, Biarritz, TU Delft, Swedish School of Textiles, Sweden, PVH, Decathlon and another 10 SME in Fashion Tech. The aim of the project is to shape future job roles and optimise relations between industry and HEIs. Testing the MA Fashion Tech curriculum developed in E4FT with industry partners followed by scoping company charts and defining future job roles and skills needed in the future as well as looking into new ways of placements and internships such as for example 'students in residencies'.

interne IT-start-ups: Stitch en Hatch, die respectievelijk met het designteam en het verkoopteam het proces helpen digitaliseren. Daarnaast is voor het ontwikkelen van nieuwe duurzame stoffen – zoals leer uit mycelium, en recycling en verfprocessen met bacteriën – kennis van biologie en scheikunde onontbeerlijk. Kennis van nieuwe disciplines als IT, engineering en biologie wordt zo essentieel bij het modeontwerp en de visualisering (*immersive*) en dat leidt enerzijds tot nieuwe of hybride functies voor ontwerpers als UX Designer, Color Designer, Industrial Designer (3D modelleren), 3D Modeling Specialist, 3D Modeling Lead, 3D and Visualization Expert, Virtual 3D Imaging (bijgewerkt van fotograaf), Avatar/Human Body Specialist, Fit Specialist, AI-ontwerper, AR-/VR-expert, holografisch specialist, digitale producttester, 3D-patroonmaker, patroonprogrammeur of -ontwerper, Zero Waste patroonmaker of -ontwerper (Teunissen, Danjoux, 2021). (Zie figuur 4).

Anderzijds leidt het ook tot samenwerking in interdisciplinaire teams. Daarom moeten ontwerpers begrip leren krijgen voor andere sectoren, een andere manier van werken en een specifiek jargon. Meer dan ooit wordt het leren van 21st century skills oftewel soft skills belangrijk.

Future Fashion Tech Skills

Subject specific skills



Figuur 4. Resultaten van FT Alliance: nieuwe beroepen en vaardigheden in de mode.

Voor al deze toekomstige rollen zijn 3D-vaardigheden essentieel. Daarom is het voor het onderwijs belangrijk om deze digitale vaardigheden in het curriculum

aan te bieden. Dit niet *in plaats van* de klassieke technische vaardigheden en inzichten in materialen, constructie en textielkennis die voor de transitie belangrijk blijven, maar *naast* deze vaardigheden en inzichten. Er is namelijk in toenemende mate behoefte aan technisch inzicht en materiaal- en textielkennis om patronen zonder afval te snijden, om de effecten van circulaire materialen te kennen en nieuwe bedrijfsmodellen te ontwikkelen. Aan de ene kant zien we dus zo rollen ontstaan van een hybride niche, zoals zero waste patroonmaker die zowel digitaal als fysiek kan werken. Anderzijds zien we een tendens dat er, zoals bij PVH, meer in bredere multidisciplinaire teams gewerkt gaat worden om samen de digitale en duurzame uitdagingen op te lossen.

De uitkomst ervan is dat ondernemendheid (*entrepreneurial* mindset) essentieel is. Ontwerpers en (studenten) moeten beseffen dat de industrie in transitie is en blijft, omdat hij nog lange tijd nodig heeft om de juiste digitale, circulaire oplossingen te vinden. Daarom is het noodzakelijk om open te staan voor een voortdurend veranderingsproces en daar proactief (met *agency*) aan te werken.

Een laatste aanbeveling uit FTAlliance ten slotte is dat bedrijven andere manieren moeten vinden om toekomstig talent aan zich te binden. Het bedrijfsleven gaat ervan uit dat de nieuwe ideeën en mogelijke oplossingen zullen komen van de nieuwe generatie die '*digital savvy*' is en duurzaamheid als levensstijl heeft. Bedrijven willen daarom heel nauw met goede modeopleidingen samenwerken. Niet alleen via stages, maar door al gericht met opleidingen projecten te starten waarin ze hun uitdagingen samen met studenten adresseren en oplossen. Zo komen ze dicht bij de 'talentpool' van creatieve denkkracht die heel hard nodig is om de transitie in het modesysteem te realiseren.

Ook in dit transitieproces komt naar voren dat mode een dialoog met de consument en drager opzoekt, dat er veel meer vanuit teams wordt gewerkt, waarin iedereen een gelijke rol heeft en de 'sterontwerper' minder centraal staat.

Conclusie

Zoals gesteld is er brede overeenstemming dat het huidige modesysteem onhoudbaar is. De oplossingen zijn nog niet uitgekristalliseerd, maar de weg ernaartoe is in voorbereiding. Dat wat wij mode noemen ontstond in de negentiende eeuw in een tijdsgewricht waarin grote maatschappelijke en sociale veranderingen plaatsvonden als gevolg van verlichtingsdenken, democratisering, opkomst van media en industrialisatie.

Ons tijdperk van globalisering, digitalisering van de media, identiteitspolitiek en de klimaatcrisis vraagt opnieuw om ingrijpende economische,

maatschappelijke en culturele veranderingen. Veranderingen die gaan over evenredige verdeling van welvaart, nieuwe concepten over inclusiviteit en gelijkwaardigheid versus identiteit en nieuwe waarden, over welzijn en luxe in de context van verbondenheid, voorbij het 'consumeren'. Het is in deze context logisch dat mode als systeem, als reflectie van de cultuur, zich ook opnieuw moet uitvinden.

Drie thema's duurzaamheid, digitalisering en diversiteit wijzen de richting. En het zijn de dekoloniale theorie en het niet-westerse denken in deep fashion die ons op weg helpen met nieuwe terminologieën om te vatten hoe we verbondenheid, verankering met de natuur en een meer egaliserende, inclusieve samenleving vorm kunnen geven en duiden. Om van een antropoceen tijdperk naar een biocentrisch tijdperk over te kunnen gaan in evenwicht met de natuur, zijn de stemmen van degenen die nooit gehoord zijn en wier wijsheid van onschatbare waarde zijn voor de noodzakelijke verandering van essentieel belang, aldus Miquel Gardetti (2023, p. 1). Ooit werden *traditie, plaats en lokaliteit* juist afgezworen in de mode, omdat ze de mens vastgeklonken hielden aan zijn afkomst en tradities van geloof en klasse. Op dit moment is het de uitdaging om de verbeelding en de definitie van verbondenheid in een mondiale en diverse samenleving vast te stellen voorbij de lokale verankering. Wat is een niet-hiërarchisch, biocentrisch tijdperk in evenwicht met natuur? En volgens welke waarden maken we kleding en bepalen we wat ons verbindt?

De lectoraatsgroep Fashion Research & Technology (FR&T) van de faculteit FDCMI, waarvan mijn lectoraat onderdeel is, vormt een ideale uitgangspositie voor dit onderzoek. Dit lectoraat richt zich specifiek op digitalisering van mode en de toepassing van nieuwe technologieën en hun gevolgen voor het dagelijks leven. FR&T is onderdeel van het achtjarig project SPRONG NEWTEXECO dat in 2023 gestart is met ArtEZ en Saxion,¹⁵ en intussen is mijn lectoraat ook lid. Dit project heeft als doel de spiraal van overproductie en overconsumptie te doorbreken door biobased en circulaire processen in textiel en mode te optimaliseren, datatechnologie en digitalisering te gebruiken om inzicht te krijgen in hoe het product gemaakt is, en consumentengedrag te onderzoeken. Hierbij staat het kledingontwerp/design centraal als de spil in duurzame, circulaire en regeneratieve waardeketens van grondstofwinning, productie en consumptie tot (her)gebruik. Ook deze onderzoekslijnen helpen me bij de onderzoeksvraag van mijn lectoraat: hoe de effecten van globalisering, digitalisering, duurzaamheid

15 NEWTEXECO is een SPRONG-project van SIA, geïnitieerd om via langjarige samenwerking netwerk, slagkracht en impact te vergroten.

en inclusiviteit bijdragen aan de veranderingen van het modesysteem dat nog altijd zo sterk is verankerd in de westerse traditie. NEWTEXECO helpt me om inzicht te krijgen in hoe het waardesysteem van de mode en het modesysteem de komende jaren verder zal evolueren. Daarnaast startte afgelopen maart ook AEQUALISTCLF,¹⁶ een project van Erasmus+ onder leiding van Euratex (het mode- en textielnetwerk van de EU) met AMFI als partner. Hier wordt in kaart gebracht welke vaardigheden de Europese industrie nodig heeft nu zij zich moet conformeren aan de Green Deal met de bijbehorende milieu-uitdagingen, waaronder de overproductie. Dit project, waarin ook Modint en vele landelijke industrienetwerken een partner zijn, onderzoekt welke vaardigheden voor deze transitie nodig zijn. Het ontwikkelt op basis daarvan voorstellen voor nieuwe curricula voor het middelbaar en hoger beroepsonderwijs en leven lang leren. Hierbij staan nadrukkelijk waarden als sociale inclusie en veiligheid in de sector centraal. Ook dit bredere onderzoek helpt mijn onderzoeksvragen over de transitie van mode als systeem verder te verdiepen.

Ten slotte heb ik bij AMFI een prachtige uitgangspositie om te zien welke alternatieve manieren van denken en verbeelding van mode hier dagelijks vorm krijgen voorbij de traditionele wereld van de glamour en het efemere. Met studenten vanuit de hele wereld is het de ideale plek voor een interculturele dialoog en leerproces met aandacht voor nieuwe stemmen en een didactisch model dat participatief, interactief, wederkerig en democratisch is (Gardetti, 2023, p. 12).

16 Dit is een project van Erasmus+ (maart 2024-2027) en het begint onder leiding van Euratex met zeven Europese landen, waaronder Tsjechië, Kroatië, Litouwen, Finland, Slovenië, Servië en Nederland en een groot aantal landelijke netwerken van de mode- en maakindustrie om samen de belangrijkste vaardigheden voor de toekomst vast te stellen en op basis daarvan nieuwe curricula voor onderwijs en LLL (leven lang leren) te ontwikkelen.

Dankwoord

Deze inaugurale rede is het resultaat van een jarenlange praktijk in de mode, waarin onderzoek, tentoonstellingen als onderdeel van dat onderzoek, en onderwijs centraal hebben gestaan. Het is deze voedingsbodem waaruit ik mijn inspiratie en levensvulling haal. Mijn dank gaat uit naar velen. Sommigen hebben mij belangrijke kansen geboden, anderen hebben me op ideeën gebracht en/of van kritisch commentaar voorzien. Met velen heb ik in prettige en inspirerende omgevingen samengewerkt. Allereerst wil ik de Hogeschool van Amsterdam en rector Geleyn Meijer bedanken voor het ondersteunen van dit lectoraat Fashion & Identiteit. Decaan Frank Kresin van de faculteit Digitale Media en Creatieve Industrie voor het vertrouwen in mij om AMFI te gaan leiden en daarnaast mijn onderzoek te blijven doen. Geert Lovink, die ik als collega-lector nog kende uit mijn eerdere lectoraat bij ArtEZ voor het enthousiaste onthaal en me de weg wijzen. Troy Nachtigall die mijn bijzonder lectoraat bij de lectoraatsgroep Fashion, Research & Technology liet aanhaken en met wie ik een uitstekende samenwerking heb in allerlei projecten. Miguel Angel Gardetti, Rosa Patricis Larios-Francia, Angela Jansen, RCFD en Sandra Niessen die me actief betrokken in de zo belangrijke dekoloniale discussie. Lucie Huiskens, Jeroen van den Eijnde, Danielle Bruggeman, Jan Mahy en Jens Oelerich die me bij terugkomst uit het Verenigd Koninkrijk direct vroegen om aan te sluiten bij het NEWTEXECO project. Het bestuur van de International Federation of Fashion Technology Institutes (IFFTI) voor de genereuze uitwisseling van ideeën en projecten en met name Robyn Healy en Tony Kent). Het bestuur van International Apparel Federation (IAF) dat mij zoveel leert over het denken van de mode- en textielindustrie over de hele wereld. London College of Fashion – en de vele inspirerende collega's als Frances Corner, John Lau, Dilys Williams, Lucy Orta, Naomi Filmer, Rob Phillips en Eelko Moorer – voor een geweldige tijd in Londen bij een van de topinstituten van de wereld. CLICKNL en mijn collega's van de innovatieagenda Next Fashion (2012), met name het kernteam Lucie Huiskens, Han Bekke (Modint) en Matthijs Crietee. Mijn collega's van State of Fashion/Modebiennale Arnhem, waar ik in 2018 het evenement *Searching for the New Luxury* mocht realiseren en nu als voorzitter van de raad van toezicht mijn steentje mag bijdragen aan dit 'state-of-the-art' evenement. Dank daarvoor aan Renate Eringa en het bestuur. Dank aan Sjarel Ex voor het vertrouwen dat hij in me stelde als conservator Mode bij het Centraal Museum (1998-2005) en

de tentoonstellingskansen die hij me later gaf bij het Boijmans van Beuningen in Rotterdam, waarbij ik nauw samenwerkte met Han Nefkens en zijn foundation. Goede herinneringen heb ik aan het eerste NWO-modeonderzoeksproject Dutch Identity in a Globalised World, waarin drie modelectoren Michiel Scheffer, Dany Jacobs (†) en ik met RUN-professor Anneke Smelik vier promovendi begeleidde. Dr. Maaike Feitsma en dr. Constantin Maltzahn werken intussen al jaren bij AMFI. Ik waardeer het commitment van het AMFI-docententeam en de hoofden Bregje Lampe en Roger Gerards die me met toewijding hebben ingewerkt. ArtEZ en Willem Hellenius voor het vertrouwen om mij in 2002 als ‘modelector’ aan te stellen, wat tevens een van de eerste lectorenrollen in Nederland was. ArtEZ-uitgever Jan Brand voor de meer dan twintig boeken die we samen uitgaven en Catelijne de Muijnck van Studium Generale ArtEZ voor de zowel inhoudelijke als praktische ondersteuning bij het realiseren van de vele symposia. Bregtje van der Haak met wie ik in 1997 voor de NPS het modeprogramma *Small, Medium, Large* maakte. De vele modeontwerpers die me de kans gaven hun ontwikkelingen van nabij te volgen en met name diegenen die ik ben blijven spreken zoals Viktor&Rolf, Iris van Herpen, Hussein Chalayan en Christophe Coppens. En van iets recentere datum Borre Akkersdijk en Amber Slooten. Dr. Eric de Kuyper die me stimuleerde van mode een serieuze studie te maken en met wie ik tot op vandaag de dag nog interessante gesprekken hierover voer. Mijn familie en met name mijn moeder en zusje voor wie de liefde en fascinatie voor mode en het maken van kleren een belangrijke levensinvulling is. Ten slotte Jos en Milo die me altijd met ‘de mode’ hebben moeten delen, wat ze overigens niet erg vonden.

The way we produce and consume clothes is highly unsustainable. In the European Union alone, we throw away about 5.8 million tonnes of textiles every year. That is nearly 11 kilos per person. The wasteful relationship we have developed with textiles pollutes our world. It uses excessive amounts of water and energy, harms nature, and drives greenhouse gas emissions across the globe. That's why we will require producers to take stronger responsibility for the textile waste created. The collected fees will be used to boost reuse and repair sectors, so that we build a more sustainable relationship with the clothes we wear.

Frans Timmermans, Executive Vice-President for the European Green Deal
– 05/07/2023

Referenties

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Teunissen, J., & Brand, J. (eds.). (2020). Global Fashion, Local Tradition. In M. Barnard (ed.), *Fashion Theory: A reader* (second edition, pp. 757-770). New York: Routledge, Taylor & Francis.
- Bourriaud, N. (2009). *The Radicant*. New York: Sternberg Press.
- Busch, O. von. (2020). *The Psychopolitics of Fashion. Conflict and courage under the current state of fashion*. London: Bloomsbury.
- Calefato, P. (2019). Fashionscapes. In A. Geczy and V. Karaminas (eds.), *The End of Fashion* (pp. 31– 47). London: Bloomsbury.
- Craik, J. (2019). Globalisation. In A. Geczy and V. Karaminas (eds), *The End of Fashion* (pp. 133– 40). London: Bloomsbury.
- DLD team. (2023). Rethink Fashion: 'We need to make Sustainability the Norm'. *DLDnews*. Geraadpleegd 11 februari 2024 van <https://dldnews.com/rethinking-fashion-we-need-to-make-sustainability-the-norm/>
- DLD team. (2023). Business as usual doesn't work anymore. *DLDnews*, oktober 2023, p. 13. https://dld-prod-cdn.s3.eu-central-1.amazonaws.com/Miscellaneous/RZ_DLD23_Newspaper_297x420_Screen.pdf.
- Fletcher, K. (2016). *Craft of Use*. New York: Routledge.
- Gardetti, M. (2023). Introduction THE 'OTHER' FASHION: Civilisation Crisis, Decolonisation, Cultural Legacy, and Transitions. In Miguel Angel Gardetti, Rosa Patricia Larlos-Francis (eds.), *Sustainability Challenges in the Fashion Industry – Civilization crisis, Decolonization, Cultural Legacy, and Transitions*. Springer Press.
- Geczy, A., Karaminas V. (2016). Walter Benjamin: Fashion, Modernity and the City Street. In Agnès Rocamora and Anneke Smelik (eds.), *Thinking through Fashion* (pp. 201-231). Bloomsbury.
- Jansen, A., Craik, J. (2016). Introduction. In A. Jansen and J. Craik (eds.), *Modern Fashion Traditions. Negotiating tradition and modernity through fashion* (pp. 1-22). London: Bloomsbury.
- Jansen, A. (2020). Fashion and the Phantasmagoria of Modernity. *Fashion Theory*, 24(6), 1-24. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1802098><https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1802098>
- Lund E., Mekala, K. (2021). Risk, Resilience and Rebalancing in the Apparel Value Chain Will a heightened awareness of risk alter global sourcing strategies? The State of Fashion 2021. BOF/McKinsey & Company. Geraadpleegd op 21 januari 2023 van <https://www.>

- mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2021/the-state-of-fashion-2021-vf.pdf
- Lipovsky, G. (1994). *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Lipovsky, G. (2021). *Le sacre de l'authenticité*. Paris: Gallimard.
- McKeegan, D. "Connecting the dots of digital fashion – design to production and the digital imperative in: from pixel to parcel" <https://www.texintel.com/blog/connecting-the-dots-of-digital-fashion-design-to-production-and-the-digital-imperative>
- Mignolo, W. (2007). Delinking the Rhetoric of Modernity, the logic of coloniality and the grammar of de-coloniality. *Cultural Studies*, 21(2-3), 449-514. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09502380601162647>
- Mignolo, W., Vasquez, R. (2013). Decolonial AestheSis: Colonial Wounds/Decolonial Healing – Social Text. P 16-18. Geraadpleegd op 21 januari 2024 van https://socialtextjournal.org/periscope_article/decolonial-aesthesis-colonial-woundsdecolonial-healings.
- Quijana, A. (2010). Coloniality and Modernity/Rationality. In Walter D. Mignolo and Arturo Escobar (eds.), *Globalization and the Decolonial Option* (pp. 22-32). New York: Routledge.
- Kliff-Tellegen, H. van der. (1987). *Nederlandse visserstruien*. De Bilt: Cantecler.
- Riegel, M., & Skov, L. (2011). *Fashion Theory*, 15(2), 133-135, special Issue (guest ed. L. Skov and M. Riegel Melchior).
- Said, E. (1977). *Orientalism*. New York: Random House.
- Simmel, G. (1904). *Fashion*, reprinted in the *American Journal of Sociology* (1957), 62(6), 541-558.
- Smelik, A. (2017). *Delft Bleu to Denim Blue: Contemporary Dutch Fashion*. I.B. Taurus.
- Smelik, A. (2023). 'Een simpel wit T-shirt. *De Groene Amsterdammer*, 147(31), 42-45. Geraadpleegd op 8 december 2023 van <https://www.groene.nl/artikel/een-simpel-wit-t-shirt>.
- Skov, L. (2011). Dreams of small nations in a polycentric fashion world. *Fashion Theory* 15(2), 137– 152.
- Steele, V. (2008). *Paris Fashion*. New York: Oxford 1998.
- Teunissen, J. (1992). *Mode in Beweging. Van modeprent tot modejournaal Amsterdam*. NFM.
- Teunissen, J., & Beumer, G. (1994). *De nieuwe kleren. Over mode en ecologie*. Amsterdam, De Balie.
- Teunissen, J. (2005). Het culturele emancipatieproces van de mode. In: ArtEZ Lectoraten. *De bomen en het bos*, pp. 11-26). Arnhem: ArtEZ press.
- Teunissen, J. (2005). Global fashion/ local tradition: On the globalisation of fashion. In J. Brand and J. Teunissen (eds.), *Global Fashion, Local Tradition: On the Globalisation of Fashion* (pp. 8– 23). Arnhem: Terra.

- Teunissen, J. (2011). Deconstructing Belgian and Dutch fashion dreams: From global trends to local crafts. *Fashion Theory*, 15(2), Special Issue (guest ed. L. Skov and M. Riegels Melchior), pp. 157– 77.
- Teunissen, J. (2014). The future of fashion is now: Longing for a future society. In J. Teunissen, H. Nefkens, J. Arts & H. von der Voet (eds), *The Future of Fashion Is Now* (pp. 12– 72). Rotterdam: Boijmans.
- Teunissen, J. (2017). Clogs on High Heels: Dutch Cultural Heritage and Fashion. In A. Smelik (red.), *Delft Bleu to Denim Blue* (pp 30-50). I.B. Taurus.
- Teunissen, J. (2018). *State of Fashion: Searching for the New Luxury*, virtual exhibition catalogue. Geraadpleegd op 2 februari 2024 van https://issuu.com/stateoffashion/docs/stof_07_2018_catalogus_interactive_
- Teunissen, J., & Bertola, P. (n.d.). Fashion 4.0. Innovating Fashion Industry Through Digital Transformation. *Research Journal of Textile and Apparel*, 22(4), 352-369. (Peer Reviewed). doi:10.1108/RJTA-03-2018-0023
- Teunissen, J. (2022). The Transformative Power of Practice-Based Fashion Research. In M. Tilton & E. Gaugele, *Fashion Knowledge* (pp 15-26). Wenen. Forthcoming.
- Teunissen, J., & Danjoux, M. (2022). Future recruitment strategies for Fashion-Tech. IFFTI/NTU. Re-Imagine, Nottingham Trent University, 05 Apr 2022 – 08 Apr 2022. 06 Apr 2022. New Delhi: IFFTI
- Teunissen, J., & Danjoux, M. (2022). Future recruitment strategies and assessment of emerging talent in Fashion-Tech. In INTED 2022 Proceedings. IATED, Spain 2022
- Teunissen, J. (2023). "Towards an Inclusive Fashion System" (ed) Miguel Angel Gardetti, Rosa Patricia Larlos-Francis). *Sustainability Challenges in the Fashion Industry – Civilization crisis, Decolonization, Cultural Legacy, and Transitions*. Springer Press
- Teunissen, J. (2023). Towards an Inclusive Fashion System. In M.Á. Gardetti, R.P. Larios-Francia (eds), *Sustainability Challenges in the Fashion Industry. Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-0349-8_4
- Vasquez, R. (2018). The Museum, Decoloniality and the End of the Contemporary. In T. Lijster, *The Future of the New, Artistic Innovation*. (pp 182-194). Amsterdam: Valiz.
- Wijnberg, R. (2023). *Voor ieder wat waars*. Amsterdam: De Correspondent.

Biografie

Drs. José Teunissen is sinds 1 maart 2023 opleidingsmanager van het Amsterdam Fashion Institute (AMFI) en daarnaast bijzonder lector Fashion & Identity bij FDCMI. Teunissen is al meer dan dertig jaar verbonden aan het kunstonderwijs en was hiervoor decaan van de School of Design and Technology aan het College of Fashion van de University of the Arts in Londen (UAL) en professor in Fashion Theory. Zij gaf leiding aan twee onderzoekscentra van UAL en leidde als hoofdonderzoeker een vijftal Europese projecten rondom digitalisering en duurzaamheid in de mode en de positionering ervan in het onderwijs. Tussen 2002 en 2016 was Teunissen lector Modevormgeving aan ArteEZ, waar ze onder meer de onderzoeksagenda van CLICKNL leidde en curator was van verschillende tentoonstellingen (onder andere Centraal Museum Utrecht). Ze publiceerde met anderen meer dan twintig boeken en vele artikelen. En was verbonden als journalist voor *Trouw*, *de Volkskrant* en NPS. Teunissen is momenteel voorzitter van de raad van toezicht van State of Fashion, lid van het bestuur van Fashion For Good en ze representeert AMFI in het bestuur van de internationale netwerken International Apparel Federation (IAF) en International Federation of Fashion and Technology Institutes (IFFTI).

Er is brede overeenstemming dat het huidige modesysteem onhoudbaar is. 'The Fashion System is broken' koppen kranten en daarmee verwijzen ze naar de vervuiling, de overproductie, het gebrek aan eerlijke lonen, een nauwelijks gedigitaliseerd negentiende-eeuws productiemodel, en een westers koloniaal systeem dat andere culturen en tradities systematisch uitsluit. In dit tijdperk van globalisering, digitalisering van de media, identiteitspolitiek en de klimaatcrisis vinden ingrijpende economische, maatschappelijke en culturele veranderingen plaats. Deze gaan over evenredige verdeling van welvaart, gelijkwaardigheid en nieuwe waarden, over welzijn en luxe, voorbij het 'consumeren'. Het is in deze context logisch dat mode als systeem zich opnieuw moet uitvinden.

Het dekolonialisme helpt ons op weg om een meer inclusieve samenleving in evenwicht met de natuur vorm te geven. Aan de hand van drie centrale thema's in de mode, diversiteit, duurzaamheid en digitalisering schets ik de weg die in voorbereiding is.

ISBN 9789463015059

