

PRE- POST- COLONIALISM & DECOLONIZATION

UND DIE ENTSTEHUNG VON KULTUR, IDENTITÄT & FASHION

& HERAUSGEBER/IN
MA DESIGN | TRENDS & IDENTITY

AUTOR
NICOLÁS STEVEN CRUZ GÓMEZ



VOR- UND POSTKOLONIALISMUS
UND DIE ENTSTEHUNG VON KULTUR, IDENTITÄT & FASHION

VORWORT

Die Motivation hinter dieser Arbeit greift auf die eigene kulturelle Herkunft zurück und auf das Bedürfnis, gegenwärtige kulturelle Identitätsentstehung besser zu verstehen. Die eigene Identität wird oftmals in Frage gestellt, insbesondere im Kontext von Migration. Die Aneignung neuer gesellschaftlicher Strukturen und zugleich die Anerkennung des Andersseins verkörpern dabei einen inneren Konflikt und führen häufig zu einer Spaltung der Identität.

Diese Thematik wird in dieser Arbeit aufgenommen und reflektiert. Sie entspringt einer unmittelbaren Erfahrung von Verletzlichkeit und den tiefgreifenden Veränderungen, die uns umgeben, sei es durch natürliche Prozesse oder durch menschlich erzeugte Einflüsse.

«What matters in life is not what happens to you but what you remember and how you remember it» – Gabriel García Márquez

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT

ABSTRACT

EINLEITUNG

1. GLOSSAR

2. KOLONIALISMUS AUF DER WELTKARTE

3. ALTES TRADITIONELLES HANDWERK INSPIRIERT GEGENWÄRTIGES DESIGN

4. WACHSENDE RELEVANZ VON ELEMENTEN DER UNTERDRÜCKUNG IN DER FASHIONWELT

4.1 INNOVATORS = FASHIONDESIGNER/INNEN

4.1.1 MARTINE ROSE

4.1.2 WILLY CHAVARRIA

4.1.3 VICTOR BARRAGÁN

4.1.4 RICK OWENS

4.1.5 HAIDER ACKERMANN

4.2 MATRIX – MAPPING

5. DISKURS DER DEKOLONISATION IM INTERNATIONALEN AUSTAUSCH

5.1 ANALYSE DER VERFÜGBAREN FORMATE UND KANALE

5.1.1 PODCAST

5.1.2 INSTAGRAM UND TIKTOK

6. EIN BEISPIEL FÜR DESIGN ZUR BEWAHRUNG KULTURELLER IDENTITÄT IN FLÜCHTLINGSGEMEINSCHAFTEN

7. TRENDS

7.1 TREND 1 RECREATING REAL PEOPLE THROUGH THE EYES OF FASHION.

7.2 TREND 2 REGIONALE VERLAGERUNG VON FASHION

8. POTENTIALEN UND ZUKUNFTSAUSSICHTEN

ABSTRACT

Diese Arbeit untersucht die Entstehung und Transformation kultureller Identität im Kontext von Fashion, mit besonderem Fokus auf postkoloniale Strukturen und den Diskurs der Dekolonisation. Ausgehend von Kolumbien als exemplarischem Fall wird aufgezeigt, wie historische Machtverhältnisse, Migration und hybride Identitäten die heutige Fashionlandschaft prägen. Ein zentrales Augenmerk liegt auf Designer:innen, deren Praxis zwischen traditionellen Handwerkstechniken, Symbolismen der Unterdrückung und global relevanten Trends oszilliert. Marken und Persönlichkeiten wie Martine Rose, Willy Chavarría, Victor Barragán, Haider Ackermann oder Adriana Santa Cruz verdeutlichen, wie Fashion als Medium kultureller Selbstbehauptung und gesellschaftlicher Reflexion fungieren kann. Darüber hinaus werden internationale Diskursformate wie Podcasts, Social Media und kollaborative Designprojekte analysiert, die Dekolonisation nicht nur als kulturelles, sondern auch als sozioökonomisches Projekt sichtbar machen. Trends wie die regionale Verlagerung von Fashion und die Re-Inszenierung alltäglicher Charaktere verdeutlichen, dass Fashion zunehmend als Plattform für kulturelle Resilienz, politische Haltung und ökonomische Selbstbestimmung dient. Die Arbeit zeigt, dass Dekolonisation im Fashion-Kontext nicht nur die Neubewertung präkolonialer und kolonialer Narrative bedeutet, sondern auch das Potenzial birgt, neue Formen globaler, diverser und nachhaltiger Identitätsbildung zu schaffen.

EINLEITUNG

Im Bereich der Trendforschung zielt diese Arbeit darauf ab, gesellschaftliche Strukturen kritisch zu hinterfragen und zu verstehen, welche Strömungen und Bewegungen die Entstehung von Kultur im Zusammenhang mit Fashion vorantreiben. Einige dieser Phänomene lassen auf eine internationale Ebene beobachten, ein Grund, diese Forschung mit offenen Augen zu verfolgen.

Die Gestaltung der Fashionwelt als Plattform, die künstlerische, kulturelle, soziale und wirtschaftliche Dimensionen vereint, generiert Trends, die eine bewundernswerte Komplexität verkörpern. Besonders Migration, Aus- und Einwanderung haben in den letzten Jahrzehnten entscheidend dazu beigetragen, dass Designerinnen und Designer mit vielfältigen kulturellen Hintergründen die Modewelt geprägt haben. Viele von ihnen zählen heute zu den einflussreichsten Stimmen der letzten 20 Jahre und leisten einen bedeutenden Beitrag zur Entstehung neuer Trends.

Kolumbien dient in dieser Arbeit als exemplarischer Bezugspunkt, ein Land, das in der Vergangenheit unter der Herrschaft der spanischen Krone stand. Die heutige kulturelle Vielfalt Kolumbiens ist das Ergebnis einer komplexen Durchmischung von indigenen Bevölkerungsgruppen, afrikanischen Nachkommen versklavter Menschen sowie weissen Kolonisatoren aus Europa. Innerhalb dieses historischen Kontextes entstand eine Zivilisation, deren kulturelle Entwicklung der vergangenen 215 Jahre durch beeindruckende Elemente geprägt wurde; dennoch blieb die Gesellschaft trotz der politischen Unabhängigkeit stark von kolonialen und patriarchalen Strukturen beeinflusst.

In diesem Zusammenhang spielt die Dekolonisation eine zentrale Rolle. Sie bedeutet nicht, eine vorkoloniale Zeit wiederzubeleben, sondern vielmehr Anerkennung, Gleichberechtigung sowie die Neubewertung und Sichtbarmachung jener kulturellen Identitäten, die vor der Kolonisation existiert

haben oder nach der Kolonisation geformt wurden. Ebenso wird aufgezeigt, wie die Aneignung von Symbolen der Unterdrückung zu einem Ausgangspunkt kultureller Selbstentfaltung werden kann.

Anhand bildlicher Beispiele untersucht diese Arbeit, inwiefern Fashion-designerinnen und -designer innerhalb der Trendforschung als relevant eingestuft werden können und wo dies nicht zutrifft. Zum Schluss wird die Art und Weise berücksichtigt, wie diese Themen im internationalen Diskurs geteilt und verhandelt werden. Davon werden auch Plattformen analysiert, auf denen diese Auseinandersetzungen stattfinden.

1. GLOSSAR

ARTESANAL Spanisches Wort für handwerklich hergestellt.

AWARENESS Bewusstsein, insbesondere in gesellschaftlichen oder politischen Zusammenhängen.

COLONIAL Bezug auf die koloniale Epoche, geprägt von Herrschaft und Ausbeutung.

COWBOY Symbolfigur der US-amerikanischen Kultur, mitunter auch Symbol weisser Dominanz.

CULTURAL IDENTITY Kulturelle Identität, Selbstverständnis einer Person oder Gruppe in Bezug auf Herkunft, Werte, Symbole usw.

DECOLONISATION Dekolonisation – Prozess der Aufarbeitung kolonialer Strukturen in Gesellschaft, Politik, Kultur und Design.

FASHION WEEKS Veranstaltungen, bei denen Designer:innen ihre Kollektionen präsentieren.

HYBRID IDENTITY Identität, die aus dem Mix mehrerer kultureller Hintergründe entsteht.

MAPPING Methode zur Einordnung von Designer:innen entlang bestimmter Kriterien.

POST-COLONIAL Zeit nach dem Kolonialismus, geprägt von der Aufarbeitung kolonialer Folgen.

PRE-COLONIAL Zeit vor dem Kolonialismus.

STREETWEAR Stilrichtung die aus Jugendkulturen hervorgeht, meist urban geprägt.

WEAK SIGNAL Begriff aus der Trendforschung, beschreibt frühe Anzeichen einer potenziellen Entwicklung.

WINDRUSH GENERATION Generation karibischer Migrant:innen, die in den 1950er- und 1960er-Jahren nach Grossbritannien kamen.

2. KOLONIALISMUS AUF DER WELTKARTE

Um diese Arbeit weltweit einordnen zu können, ist es wichtig zu verstehen, wie viele Länder von dieser Thematik betroffen sind. Wie in der Abbildung zu sehen ist, machen die Länder, die ganz oder teilweise eine Kolonie waren, etwa drei Viertel der Welt aus (Abb.001).

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, spielt die Migration als menschliche Bewegung über die Welt hinweg eine zentrale Rolle. Dabei lässt sich erkennen, dass die Entstehung neuer Strömungen oftmals auf hybriden Kulturen basiert. Diese historischen Momente markieren eine neue, post-koloniale Form der Migration, die nicht von Europa in die Welt, sondern umgekehrt verläuft. Diese Globalisierung der Kultur stellt einen wichtigen Aspekt in der Bildung neuer kultureller Identitäten dar. Menschen besitzen heute nicht nur einen oder zwei ethnische Hintergründe, sondern oft mehrere.



ABB.001 MEHR ALS 3/4 DER WELT WAR GANZ ODER TEILWEISE EINE KOLONIE

**3. ALTES TRADITIONELLES HANDWERK
INSPIRIERT GEGENWÄRTIGES DESIGN**

Traditionelle Geschichte prägt Techniken, Materialien und damit auch die Kultur jener, die sie ausüben. Vieles davon gerät jedoch zunehmend in Vergessenheit. Dieses Kapitel widmet sich den Strömungen von Kulturschaffenden, die versuchen, handwerkliche Künste zu bewahren, neu zu interpretieren und sichtbar zu machen. Dabei geht es sowohl um das Erlernen und Verfeinern traditioneller Techniken als auch um ihre zeitgemässe Präsentation, oftmals verbunden mit sozialen Initiativen für die Menschen in den Regionen, in denen dieses Kulturerbe lebendig bleibt.

Im Grunde genommen handelt es sich bei diesem Phänomen nicht um eine Innovation, dennoch zeigt sich eine stetige und zunehmend wachsende Präsenz auf dem Markt – nicht nur in der Mode, sondern auch in anderen Branchen wie Möbel oder Dekoration. Die hier dargestellten Marken verdeutlichen genau dieses Vorgehen. Ein Beispiel dafür ist das Label VERDI aus Bogotá, Kolumbien, das 1995 von Carlos Vera Dieppa als Teppichmanufaktur gegründet wurde. Heute vertritt VERDI Kolumbien an Messen wie dem Salone del Mobile, als erstes kolumbianisches Studio mit einer Solo-Ausstellung (Abb. 002-004) und hat sich zudem als Hersteller von Taschen etabliert. Aus diesem Beispiel lassen sich Eigenschaften dieses «Weak Signal's» darunter:

- Mehr interkulturelle Kooperationen zwischen traditionellen Handwerkern und zeitgenössischen Designern.
- Eine steigende Nachfrage nach von Traditionen inspirierten Stücken in den globalen Modehauptstädten.
- Ein stärkerer Fokus auf ethische Produktion, um sicherzustellen, dass diese Kleidungsstücke ihre Herkunft verantwortungsbewusst würdigen.
- Beschaffung von Restbeständen an Stoffen von ethisch handelnden Lieferanten
- Unterstützung von Handwerkern, die traditionelle Techniken beherrschen
- Förderung der Nachhaltigkeit entlang der gesamten Lieferkette



ABB.002 VERDI SALONE DEL MOBILE



ABB.003 VERDI HERSTELLUNGSPROZESS



ABB. 004 VERDI HANDWERKLICHE TRADITION

4. WACHSENDE RELEVANZ VON ELEMENTEN DER UNTERDRÜCKUNG IN DER FASHIONWELT



ABB.005 BEYONCE

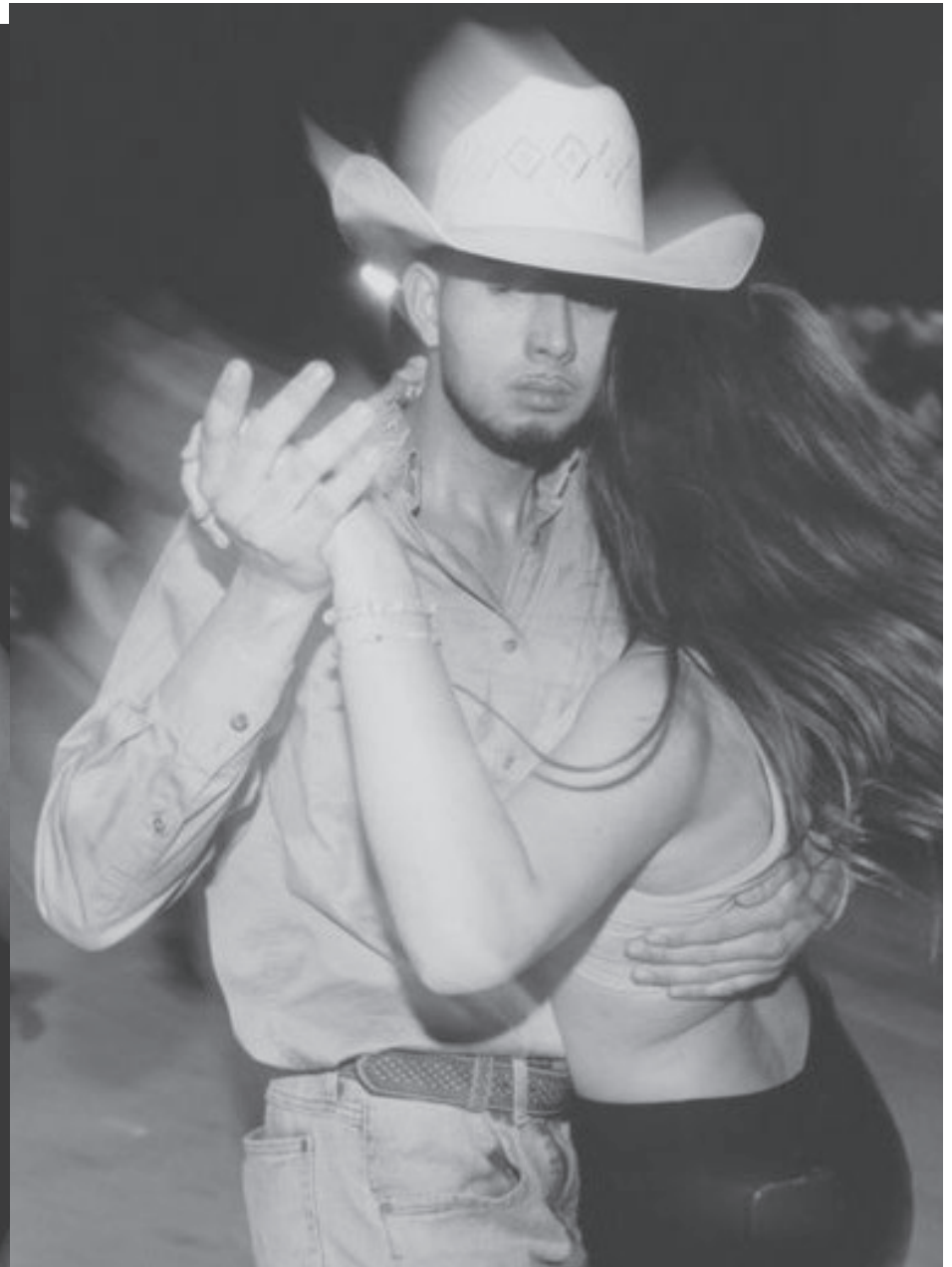


ABB.006 MEXIKANISCHER COWBOY



ABB.007 ...

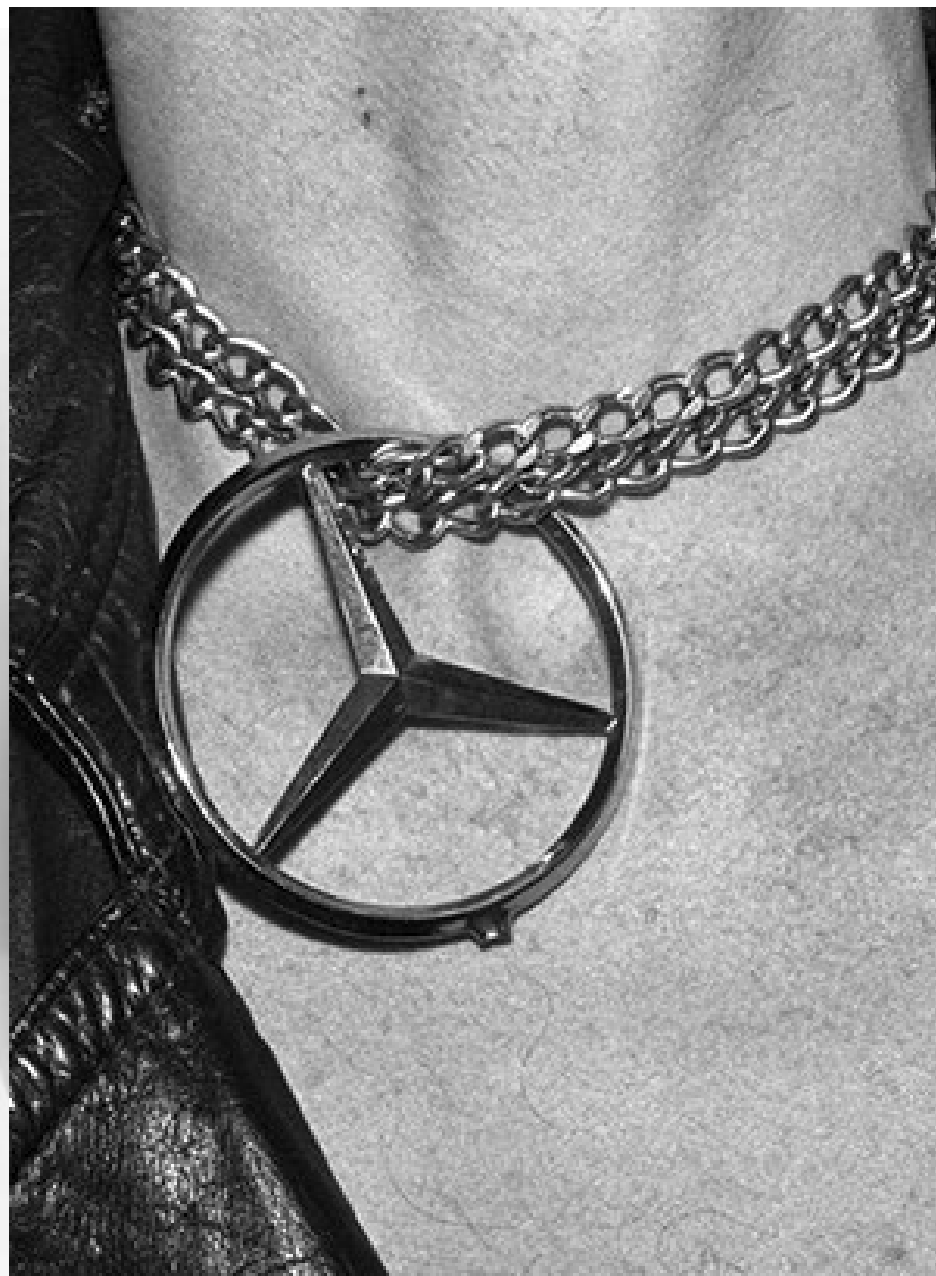


ABB.008 ...

„*Challenging the Beauty Standards*“ – Ein Satz der treffend beschreibt, worum es in diesem Kapitel geht. Oft wird übersehen, dass Kleidung in der Gesellschaft Machtverhältnisse signalisiert. Sie definiert, wer wir sind, wer wir versuchen zu sein und wie wir in der Gesellschaft positioniert sind.

In diesem Zusammenhang lassen sich Einflüsse aus Subkulturen erkennen. So wurde etwa der abgebrochene Mercedes-Stern von der Punkszene als Accessoire übernommen (Abb.007-008), um einen unangepassten und rebellischen Lebensstil zum Ausdruck zu bringen. Der Mercedes-Benz selbst verkörpert für die Punks ein Symbol der Konsumgesellschaft, das bewusst abgelehnt und ins Gegenteil verkehrt wird.

Nun erkennen wir einen wachsenden Einsatz von solchen Elementen in der Fashionwelt, darunter der «Cowboy Hat» (Abb.005-006) ein Symbol für weissen amerikanische Gesellschaft, typischer Struktur und Resultat des Kolonialismus. Wie Zaron Burnett III, Autor und Host des Black Cowboys-Podcasts, erklärt «*There was so much white supremacy, particularly in the South, that movie theatres wouldn't show a movie that had a black cowboy in it.*»

Willy Chavarría (vgl. Abschnitt 4.1.2) thematisiert in seinen Kollektionen (Abb. 017-022) die Frage nach dem „Americanness“ aus marginalisierten Perspektiven und würdigt vor allem die Identitäten queerer und migrantischer Gemeinschaften, die in den etablierten visuellen Narrativen der US-amerikanischen Kultur häufig ausgeblendet werden. Nicht nur Willy Chavarría nimmt zu dieser Thematik eine rebellische Haltung ein; auch weitere Designer:innen setzen sie auf ganz individuelle Weise um.

4.1 Innovators = Fashiondesigner/innen

Designer:innen mit hybrider Identität können die in dieser Arbeit behandelte Realität besonders gut in ihrem Umfeld und in familiären Kreisen wahrnehmen und reflektieren. In einem kulturell geprägten Haushalt aufzuwachsen, bedeutet oft, Lebensstile zu erleben, die auf die ethnische Herkunft zurückgreifen: etwa Esskultur, Sprache, Musik oder Kleidungsstil, aber auch Erfahrungen, die mit sozialen Ungleichheiten. Die folgenden Abschnitte widmen sich Fashion-Designer: innen, die diese Themen in ihren Narrativen sichtbar machen und dadurch auch durch Aktivismus einen sozialen Einfluss ausüben.

4.1.1. Martine Rose

Martine Rose zählt zu den einflussreichsten Fashiondesigner:innen der letzten Jahre. Ihre Identität ist geprägt von hybriden kulturellen Bezügen: Als Tochter eines jamaikanischen Vaters, Teil der sogenannten «Windrush Generation», und durch das Aufwachsen in London, verkörpert sie eine doppelte Verortung zwischen karibischem Erbe und britischer Realität. Diese Verbindung spiegelt sich unmittelbar in ihrer Arbeit wider (Abb 009-016).

Anstatt sich an die klassischen Codes der High Fashion zu orientieren, entwickelte Rose ihren Stil aus der Club- und Musikkultur heraus – Räume, in denen Kleidung weniger als Luxusobjekt, sondern als Ausdruck von Haltung, Zugehörigkeit und Widerstand verstanden wird. Besonders inspiriert hat sie die Art und Weise, wie die jamaikanische Community in England über Generationen hinweg Kleidung mit einer eigenen „Swagger“-Ästhetik in Verbindung gesetzt hat. Rose unterscheidet deshalb klar zwischen Fashion im Sinne einer elitären Industrie und Style als kulturellem Ausdruck, der aus der Strasse, den Subkulturen und migrantischen Realitäten entsteht.



ABB.009 MARTIN ROSE SRPING 25 MENSWEAR



ABB.010 MARTIN ROSE SRPING 25 MENSWEAR



ABB.011 MARTIN ROSE SRPING 25 MENSWEAR



ABB.012 MARTIN ROSE SRPING 25 MENSWEAR



ABB.013 MARTIN ROSE SRPING 26 MENSWEAR



ABB.014 MARTIN ROSE SRPING 26 MENSWEAR



ABB.015 MARTIN ROSE SRPING 26 MENSWEAR



ABB.016 MARTIN ROSE SRPING 26 MENSWEAR



ABB.017 WILLY CHAVARRIA



ABB.018 WILLY CHAVARRIA



ABB.019 WILLY CHAVARRIA



ABB.020 WILLY CHAVARRIA



ABB.021 WILLY CHAVARRIA



ABB.022 WILLY CHAVARRIA

Diese Haltung prägt ihre Arbeit bis heute: Sie greift Symbole von Männlichkeit und Machismo – etwa aus der Fussballkultur – auf, dekonstruiert sie und verleiht ihnen neue Bedeutungen. Gleichzeitig verweist sie auf subkulturelle Vorbilder wie Dapper Dan oder die Lo Lifs, die Luxusmarken aneigneten, um sich gegen Ausschlussmechanismen der Industrie zu behaupten. Indem Rose ähnliche Strategien in ihre Kollektionen integriert, unterläuft sie bewusst die Strukturen der Modewelt und macht sichtbar, wie aus hybriden Identitäten neue Narrative entstehen können.

4.1.2. Willy Chavarria

Willy Chavarrias Arbeit umfasst zwei Phänomene, die für diese Thesis von besonderer Relevanz sind. Zum einen verkörpert er die sogenannte hybride Identität (Abb. 017-022). Als Amerikaner mit mexikanisch-irischer Abstammung verfügt er über einen kulturellen Mix, der typisch für die postkoloniale Zeit ist und ein Beispiel für die Vielfalt kultureller Landschaften darstellt, die sich in einer einzelnen Person vereinen. Zum anderen thematisiert er in seinen Narrativen, was es bedeutet, als mexikanischer Einwanderer in den USA zu leben und gleichzeitig die heimische Kultur Mexikos in einem neuen Kontext zu praktizieren.

Besonders bemerkenswert ist Chavarrias Fähigkeit, unterschiedliche Charaktere aufzubauen. Dies zeigt sich in der Körpergestaltung, in Objekten als Träger von Identität sowie in der Wahl der Umgebungen, in denen seine Shows stattfinden. Dabei wird das Konstrukt von Klasse bewusst thematisiert. In den Abbildungen seiner SS25-Kollektion lassen sich etwa der arbeitende Familienvater auf dem Bau ebenso erkennen wie der Büroangestellte, das Kind im Jersey-Trikot oder der mexikanische Bauer mit Elementen der Unter-

drückung wie dem Strohhut. Alle Charaktere verfügen aufgrund ihrer sozio-politischen und ökonomischen Stellung über sehr spezifische kulturelle Werte. In Bezug auf die Realität innerhalb dieses Kontexts thematisiert Chavarria sowohl die schönen als auch die weniger schönen Aspekte dessen, was es bedeutet, Latino zu sein. Die Engel, gekleidet in Weiss und Schwarz, repräsentieren diese Spaltung der Realität

4.1.3. Victor Barragán

Barragán eröffnet mit seiner Arbeit unkonventionelle Perspektiven auf Themen wie Rasse, Migration und Sexualität (Abb23-030). Sein lateinamerikanischer Hintergrund verleiht seinen Kollektionen eine einzigartige Sichtweise. Mit Humor und Ironie verwandelt er soziale Phänomene in Mode, die eine Botschaft transportiert, welche nur aus der Erfahrung einer Person mit latein-amerikanischem Hintergrund hervorgehen kann.

Für seine Frühjahr/Sommer-24-Kollektion präsentierte Barragán seine Entwürfe auf einem vom Militär kontrollierten Flughafen in Mexiko-Stadt. Begleitet wurde die Show von einer Ansprache zur US-Grenzthematik: Durch politische Slogans sowie Anspielungen in Form von militärischen Camouflage-Mustern in Pink vermittelte er seine Haltung des Protests und die Dekonstruktion des Machismo.

4.1.4. Rick Owens

Rick Owens ist für seine starke Identität und langjährige Karriere bekannt. Weniger bekannt ist jedoch, dass er ethnische Wurzeln in Südamerika hat: Seine Mutter stammt aus Mexiko, sein Vater aus den USA. In diesem Zusammenhang zeigte Owens im Jahr 2020 erstmals eine aktivistische Haltung, indem er die UFW (United Farm Workers) aus Mexiko unterstützte (Abb 0031-

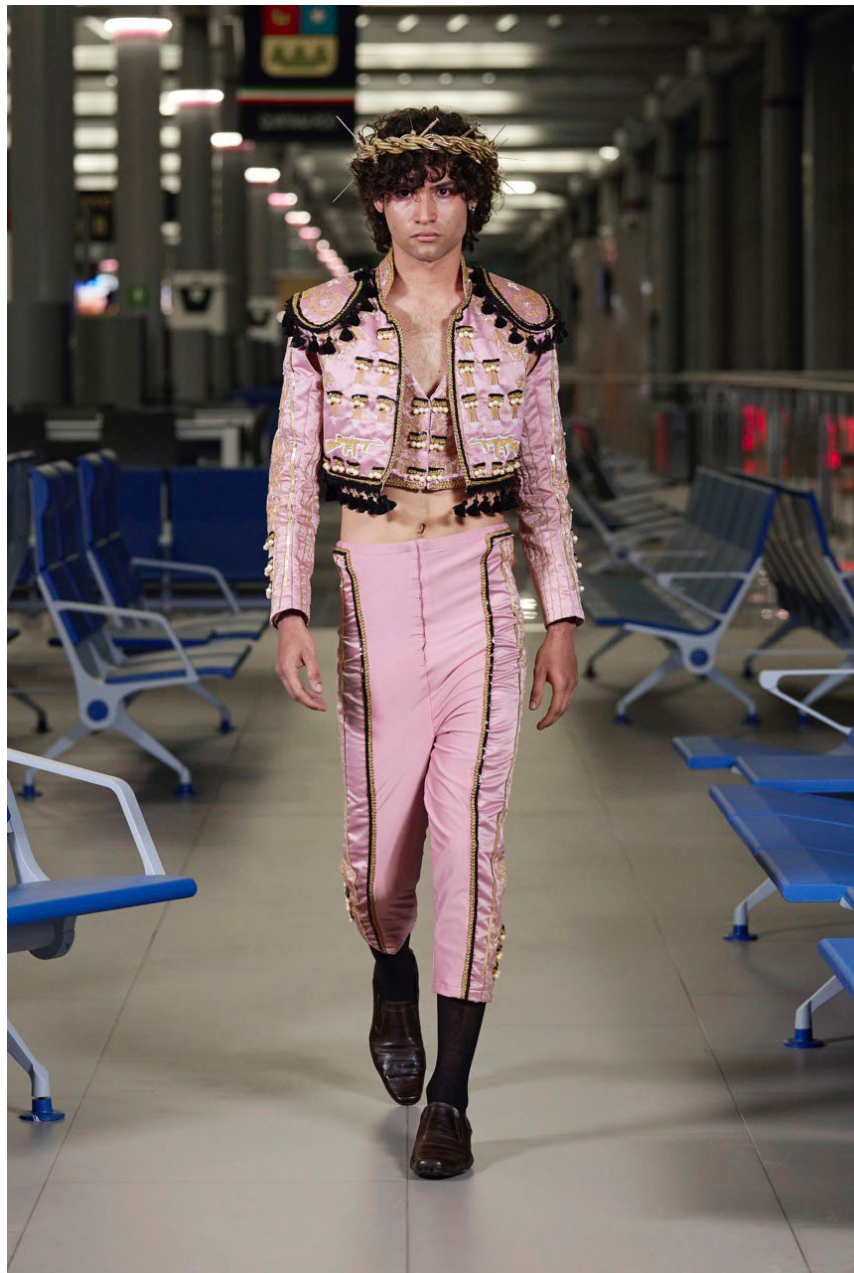


ABB.023 VICTOR BARRAGÁN



ABB.024 VICTOR BARRAGÁN



ABB.025 VICTOR BARRAGÁN



ABB.026 VICTOR BARRAGÁN



ABB.027 VICTOR BARRAGÁN



ABB.028 VICTOR BARRAGÁN



ABB.029 VICTOR BARRAGÁN



ABB.030 VICTOR BARRAGÁN



ABB.031 RICK OWENS



ABB.032 RICK OWENS



ABB.033 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN



ABB.034 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN

0032). In seiner SS25-Kollektion griff auch Willy Chavarria diese Thematik auf und bekundete seine Unterstützung für die UFW – ein Ausdruck sozialer Solidarität.

4.1.5. Haider Ackerman

Auf der Suche nach Designer:innen mit kolumbianischen Wurzeln stösst man auf Haider Ackermann, der in Kolumbien geboren und von einem französischen Paar adoptiert wurde. Ackermann arbeitete sich im Laufe seiner Karriere bis an die Spitze der internationalen Fashionwelt hoch. Auf diesem Weg entstand auch das Bedürfnis, seine ursprüngliche Heimat zu besuchen – nicht als Urlaubsreise, sondern in einem professionellen Kontext. Dies führte ihn nach Medellín, wo er anlässlich der 25. Edition von Colombiamoda seine Werke in einer Show präsentierte (Abb 033-035). Damit verkörperte er eine inspirierende Bewegung, die ein internationales Fashionpublikum nach Kolumbien anzieht. Dies ist zugleich Teil des grösseren Trends, dass Fashion Weeks und Shows nicht mehr ausschliesslich in Europa stattfinden, sondern zunehmend an unterschiedlichsten Orten weltweit.

In der Publikation des DAZE Magazine mit dem Titel «Haider Ackermann: A Colombian Homecoming» nimmt er direkt Bezug auf das Kulturerbe der handwerklichen Künste, die im Land zu finden sind.



ABB.035 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN

«...After the show my friends and I visited the Sierra Nevada de Santa Marta, where the indigenous community of Arhuaco lives in a magic jungle. They weave wool rucksacks in which they shape their thoughts, symbolising the origin and preservation of their culture. In the surroundings of El Morrosquillo Golf, in the departments of Cordoba and Sucre, the Zenu community make the famous 'vueltiao' hats. Colombia offers 24 different regions of craftsmanship and weaving. It is all quite unique, intriguing and certainly something to be proud of. I have been approached to develop a project together with these artisans. One does not know yet where this could lead but certainly this exchange would be a wonderful experience. But let me first digest all that has happened to me in Colombia, and slowly, step by step, I will see how on my little level I could make myself useful. This story is to be continued.»

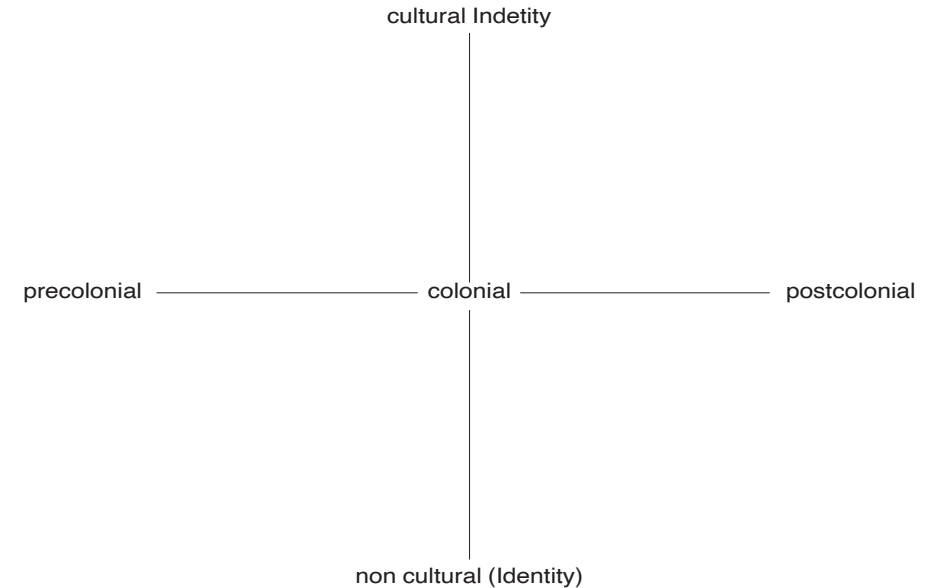
— Haider Ackermann

4.2. Matrix – Mapping

Das Ziel dieser Matrix ist es, Fashion-Designer: innen, die repräsentativen Figuren der lateinamerikanischen Kultur verkörpern, in bestimmte Kategorien einzuordnen. Einerseits soll damit jene Anerkennung zugeteilt werden, die sich für einen kulturellen Impact engagieren und zugleich Zukunftsidentitäten erschaffen. Andererseits geht es darum, diejenigen zu kritisieren, die weiterhin im kolonialen Spektrum verharren und Luxusmode (nicht Fashion) lediglich gestalten.

Y: Auf der Y-Achse steht oben «Cultural Identity». Dies bedeutet, dass die Kultur des jeweiligen Designers bzw. der jeweiligen Designerin und dessen oder deren Herkunftsland stark repräsentiert ist. Am unteren Ende der Achse steht «Non-Cultural Identity» dort werden diejenigen platziert, die ein niedriges kulturelles Engagement zeigen und kaum zur kulturellen Landschaft beitragen.

X: Auf der X-Achse wird in einem zeitlichen Rahmen definiert, ob die Designs einer «Pre-Colonial»-Kategorie zugeordnet werden können, also ob eine direkte Hommage an Techniken, Traditionen oder Symbolismen erkennbar ist. In der mittleren Kategorie «Colonial» werden Designerinnen und Designer platziert, deren Arbeiten weiss-europäische Inspirationen ableiten. Rechts in der Kategorie «Post-Colonial» befinden sich diejenigen, die neue und auch heute noch relevante kulturelle Elemente stark in ihre Praxis einbeziehen; dazu gehört auch die Behandlung politischer Themen sowie aktiver kultureller und sozialer Aktivismus.



5. DISKURS DER DEKOLONISATION IM INTERNATIONALEN AUSTAUSCH

Die Thematik der Dekolonisation hat sich seit den 1980er- und 1990er-Jahren als relevantes Gesprächsthema in den Diskursen zahlreicher Kulturschaffender etabliert. In diesem Kapitel werden verschiedene Kanäle und Formate wie Podcasts und Talks aufgeführt, die diese Fragestellung aufgreifen und in den Dialog mit internationalen Akteurinnen und Akteuren auf reflektierte und zugleich interessante Weise treten. Dabei geht es nicht nur um die Analyse gesellschaftlicher Strukturen, die auf koloniale Vergangenheiten zurückverweisen, sondern ebenso um die Sensibilisierung für diese Thematik mit dem Ziel, die Wahrnehmung und Wertschätzung kultureller Diversifizierung.

5.1. Analyse der verfügbaren Formate und Kanäle

Ob Podcasts, Talks oder Beiträge auf Plattformen wie Instagram oder TikTok – das Bedürfnis, diese Thematik aufzugreifen, verdeutlicht eine wachsende Bewegung auf internationaler Ebene. Als wertvolle Beobachtung berücksichtigen die Teilnehmenden jeweils ihre geografische Herkunft und deren Einzigartigkeit. Was in Kolumbien als kultureller Wert verstanden wird, präsentiert sich beispielsweise in Indien in einer anderen Form. Damit soll zum Ausdruck gebracht werden, dass alle Länder, die einst Kolonien waren, mit ähnlichen Problemen konfrontiert sind. Die Entwicklung kultureller Identitäten zeigt sich jedoch auf unterschiedliche Art und Weise. Dies eröffnet die Möglichkeit zu prüfen, inwiefern bestimmte Dekolonisationsprozesse anderer Gesellschaften in den eigenen Kontext übertragen und adaptiert werden können

5.1.1. Podcast

The Big Decolonisation Dialogue

Der Podcast widmet sich Fragen rund um die Bedeutung von kolonialen Strukturen und wie diese den Alltag beeinflussen, darunter Sanitärversorgung

und Hygiene. In den Gesprächen mit internationalen Wissenschaftler:innen und Praktiker:innen wird kritisch hinterfragt, ob eine Dekolonisierung der Entwicklungshilfe überhaupt möglich ist, solange Spender- und Empfängerländer in kolonial geprägten Machtverhältnissen verharren. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Erfahrungen mit den strukturellen Ungleichheiten in den betroffenen Ländern. Die Diskussion verdeutlicht, wie tief koloniale Muster in globalen Hilfsstrukturen verankert sind und wie schwierig, aber notwendig, deren Aufbrechen ist.

Für den Diskurs über Lateinamerika liefert der Podcast ein wertvolles Beispiel: Er zeigt, dass Dekolonisation nicht nur ein kulturelles, sondern auch ein sozioökonomisches Projekt ist, das Fragen von Ressourcenverteilung, Repräsentation und lokaler Handlungsmacht einschliesst. Internationale Diskussionen wie diese können Impulse geben, die eigene Perspektive auf koloniale Kontinuitäten in lateinamerikanischen Kontexten zu reflektieren und Strategien zu entwickeln, um kreative, politische und ökonomische Selbstbestimmung zu fördern



Vogue On

Der Podcast Vogue On stellt einen wichtigen Meilenstein für die latein-amerikanische Fashion-Szene dar: Zum ersten Mal wird ein Raum geschaffen, in dem Stimmen von Latinos für Latinos sprechen und in offenen Diskussionen sowohl etablierte als auch lokale Designer:innen sowie indigene Persönlichkeiten sichtbar gemacht werden. Besonders die Präsenz indigener Figuren auf dem Cover von Vogue verdeutlicht die wachsende Anerkennung von Perspektiven, die bisher im globalen Modekanon marginalisiert wurden. Der Podcast bietet damit ein Forum, in dem kulturelle Vielfalt, Identität und kreative Ausdrucksformen der Region in den Mittelpunkt rücken.

Gleichzeitig lässt sich eine kritische Spannung nicht übersehen: Die glamourisierte Darstellung von Luxusmarken wie Johanna Ortiz verkörpert eine spezifisch weiße kolumbianische Repräsentation, die Klassenunterschiede reproduziert und auf koloniale Strukturen verweist. Während also einerseits ein Schritt in Richtung Dekolonisation sichtbar wird, indem marginalisierte Stimmen Platz erhalten, besteht andererseits die Gefahr, dass durch die Inszenierung bestimmter Eliten eine Form von Exklusivität fortgeschrieben wird. Dieser ambivalente Befund macht den Podcast zu einem aufschlussreichen Beispiel dafür, wie im lateinamerikanischen Fashion-Diskurs Fortschritte und Rückschritte nebeneinander existieren.



5.1.2. Instagram und TikTok

Die Publikation von Inhalten eröffnet Konversationen und digitale Diskussionen über die hier behandelte Thematik der Dekolonisation. Sie fungiert zugleich als informative Quelle und trägt zur Verbreitung von Awareness und Sensibilisierung bei. Der Konsum medialer Inhalte kann für Unternehmen zudem als Beobachtung der Interessen eines Zielpublikums dienen, das ein konsumbewusstes Verhalten zeigt. Solche Inhalte sind zugleich Symbole öffentlicher Kritik an kolonialen Strukturen der Gesellschaft und belegen die gegenwärtige Relevanz der Thematik



**6. FASHION UND TEXTILIEN ALS KOPPLUNGSWERKZEUGE GEGEN KOLONIALEN
STRUKTUREN** EIN PROJEKT DER UAL (UNIVERSITY OF THE ARTS LONDON)

Dieses Projekt beschäftigt sich mit Flüchtlingsgemeinschaften, die in London vor neuen Herausforderungen stehen. Dabei wird Fashion als Designpraxis eingesetzt, um ihre sich verändernde Identität auszudrücken.

Zielsetzung

Das Projekt hat zum Zweck, Konzepte der kulturellen Nachhaltigkeit sowie der Widerstandsfähigkeit von Gemeinschaften anhand der gelebten Erfahrungen von Flüchtlingen zu erforschen. Gleichzeitig trägt es dazu bei, die dominierende Designpraxis im Kontext der Fashion- und Textilindustrie zu dekolonisieren.

Teilnahme und Wirkung

Fashion bietet den Teilnehmenden aus unterschiedlichen Lebensbereichen einen sicheren Raum, um ihre sich wandelnde Identität zu artikulieren, während sie ihr Leben am neuen Ort der Neuansiedlung aufbauen.

Methodik

In einer Reihe von Co-Design-Sitzungen entwarfen die Teilnehmenden kollektive Visionen für eine mitfühlendere Zukunft. Dabei wurden Fashion- und Textilartefakte gemeinsam entwickelt, verwurzelt im kulturellen Erbe und den sich verändernden Identitäten der Gruppe. Zudem wurden Empfehlungen für politische Veränderungen skizziert, um einige der Hindernisse zu überwinden, mit denen Flüchtlinge in Grossbritannien konfrontiert sind.



ABB.036 PROJEKT TEILNEHMER



7. TRENDS

DIE FOLGENDEN TRENDS BEINHALTEN ELEMENTE DER BEREITS BEHANDELTEN PHÄNOMENE UND UMFASSEN DIE POSTKOLONIALE ENTWICKLUNG KULTURELLER IDENTITÄTEN SOWIE DEREN ZUSAMMENHANG MIT FASHION.

7.1. Trend 1 Recreating real people through the eyes of fashion.

Als wiederkehrendes Muster innerhalb dieser Arbeit erkennt man, dass es darum geht, Charaktere aus dem Alltag auf dem Catwalk zu präsentieren, anstatt eine utopische Realität oder Fantasie zu erschaffen. Mit «Charakteren» sind hier gewöhnliche Menschen gemeint. Ein gutes Beispiel dafür sind alle im Kapitel 4.1 erwähnten Figuren. Aus einer internationaleren Perspektive lässt sich dasselbe Muster feststellen: Designer wie Demna Gvasalia greifen auf ihre Erinnerungen zurück und verarbeiten, was es bedeutet, in ihrem eigenen kulturellen Kontext aufzuwachsen. Seine «Ostblock»-inspirierten Designs enthalten Elemente, die klar sozioökonomischen Schichten zugeordnet werden können.

Ein aktuelles Beispiel ist seine neue Kollektion für das Haus Gucci, in der jede Figur einen Namen oder Titel trägt, die im Alltag auf den Strassen Italiens zu finden sind. Unter dem Titel La Famiglia erhielt jedes einzelne Outfit eine eigene Bezeichnung: *La Diva, Party Boy, Ragazza, Principino, La Contesa, Figo, Cocco di Mamma, La Cattiva, Introverso* usw. Jede dieser Figuren verkörpert einen bestimmten Persönlichkeitstyp (Abb 041-046) ähnlich wie bei Willy, Martine und Victor (vgl. Abschnitt 4.1).

Diese bewusste Neuinterpretation von Charakteren kann als reflektierende Stellungnahme gegenüber dem aktuellen Weltgeschehen verstanden werden. So präsentierte Willy seine Kollektion kurz vor den USA Wahlen; GmbH zeigte ihre Herbstkollektion während des Kriegs in Palästina (Abb 037-040); und Demna reagierte mit Balenciaga FW22 auf den Krieg in der Ukraine.

Folgende Eigenschaften lassen sich hier festhalten:

- Designer mit hybriden Identitäten entwerfen oft aus ihrem eigenen Aufwachsen und ihren ethnischen Hintergründen heraus.
- Bei schwierigen globalen Ereignissen greifen Designer:innen mit kulturellem Hintergrund oft auf Aktivismus und politische Positionierung zurück.
- Aneignung von Elementen der Unterdrückung als Mittel, um koloniale Strukturen zu brechen.
- Aufnahme kultureller Symbolismen.
- Diversity bei der Auswahl von Models.



ABB.037 GMBH



ABB.038 GMBH



ABB.039 GMBH



ABB.040 GMBH



ABB.041 GUCCI BY DEMNA



ABB.042 GUCCI BY DEMNA



ABB.043 GUCCI BY DEMNA



ABB.044 GUCCI BY DEMNA



ABB.045 GUCCI BY DEMNA



ABB.046 GUCCI BY DEMNA

7.2. Trend 2 Regionale Verlagerung von Fashion

Fashion Shows sind weit mehr als Bühnen für die Präsentation von Textilien sie verkörpern Eigenständigkeit und Unabhängigkeit. Sie fördern lokale Kulturschaffende und eröffnen zugleich die Möglichkeit, internationale Besucher:innen, darunter potenzielle Käufer:innen, anzuziehen. Auf diese Weise verbinden sie lokale Kreativität mit globaler Sichtbarkeit. Der Trend knüpft an die in den Kapiteln 3 und 4 behandelten Phänomene an und greift zunehmend die Thematik des Kapitels 5 auf: die wachsende Wertschätzung des eigenen kulturellen Erbes sowie die Rückbesinnung auf regionale Ressourcen, Techniken und Sprachen. Diese Entwicklung beeinflusst nachhaltig, wie Menschen in Ländern wie Südamerika ihre Identität formen – und dadurch auch, wie sie konsumieren

Carlos Eduardo Botero, executive president, Inexmoda: «*Twenty-five years ago only a few international buyers visited Colombiamoda. This year it was visited by 1,700 from more than 30 countries*».

Eine Analyse der jüngsten Bogotá Fashion Week verdeutlicht jedoch, dass sich dieser Trend noch in einem Entwicklungsprozess befindet. Auffällig ist, dass viele Designer:innen versuchen, Paris, Mailand oder London nachzuahmen, indem sie sich an älteren Saisons europäischer Fashion Weeks orientieren. Von den über 130 präsentierenden Labels für Frauen, Männer und Genderneutrale Kollektionen haben bisher nur wenige diesen neuen Weg als Early Adopters eingeschlagen. Dazu gehören unter anderem:

ADRIANA SANTA CRUZ

Adriana Santa Cruz, geboren in Pasto, Nariño, ist eine kolumbianische Designerin, die traditionelle Webtechniken der indigenen Los Pastos-Gemeinschaften wiederbelebt und modern interpretiert. Ihre Kollektionen – darunter besonders die Ruanas und Ponchos – verbinden vertikale, horizontale und Hüftwebtechniken, die über Generationen weitergegeben wurden, mit zeitgenössischem Design.

Mit Stücken wie „Casique“ greift sie sprachliche und symbolische Elemente auf, die tief im präkolumbianischen Erbe verwurzelt sind, und schafft so neue Identitäten nach der Kolonisation. Santa Cruz arbeitet eng mit lokalen Handwerker:innen zusammen, wodurch ihr Ansatz nicht nur die handwerkliche Tradition bewahrt, sondern auch eine Plattform für indigene Kultur im internationalen Fashion-Kontext bietet. Ihre Arbeit zeigt, wie Mode als Medium dienen kann, um kulturelles Erbe zu bewahren, postkoloniale Narrative sichtbar zu machen und gleichzeitig innovative, global relevante Designs zu schaffen. (Abb 047-050)

ANDREA LANDA

Sie verbindet in ihrem Schaffen traditionelles Lederhandwerk mit zeitgenössischem Design. Aufgewachsen im Atelier ihrer Mutter in Bogotá, lernte sie früh den Umgang mit Materialien, Techniken und artisanalen Gemeinschaften kennen. Heute entstehen ihre Kollektionen in Medellín, wo jedes Stück in Handarbeit gefertigt wird – chromfrei, nachhaltig und einzigartig. Ihre Ausbildung am Instituto Europeo di Design in Barcelona und am Istituto Marangoni in London gab ihrem Handwerk eine internationale Perspektive, die sie mit ihren kulturellen Wurzeln verknüpft. Bereits 2014 erhielt sie den IAF

Designer Award für ihre Kollektion „Tribal Queens“. Landa versteht ihre Arbeit nicht nur als Mode, sondern als Kulturerbe: Sie verwandelt Leder in zeitlose Schätze, die Tradition, Technik und Identität Lateinamerikas feiern. (Abb .051-054)

WOMA HATMAKERS

Woma Hatmakers ist eine kolumbianische Marke, die sich der Bewahrung und Weiterentwicklung traditioneller Handwerkskunst verschrieben hat. Unter der Leitung von Juliana Granados verbindet die Marke Luxus mit Nachhaltigkeit und kultureller Identität. Jedes handgefertigte Stück erzählt eine Geschichte von Herkunft, Natur und Zeit.

Die verwendeten Materialien – Toquilla, Iraca und Mawisa – sind natürliche, einheimische Fasern, die nachhaltig geerntet und sorgfältig vorbereitet werden. In Zusammenarbeit mit indigenen Gemeinschaften, insbesondere den Wayuu aus La Guajira, entstehen so einzigartige Hüte, die sowohl traditionelles Handwerk als auch modernes Design vereinen. Diese Partnerschaften stärken die kulturelle Identität und bieten den Handwerkern eine Plattform für ihre Kunst.

Woma Hatmakers geht über Mode hinaus und setzt ein Zeichen für ethischen Konsum, kulturelle Wertschätzung und soziale Verantwortung. Die Marke lädt dazu ein, die Geschichten hinter jedem Hut zu entdecken und die Verbindung zwischen Tradition und zeitgenössischem Stil zu feiern. (Abb 055-058)

FAOBA

Die Marke wurde in 2009, Buenos Aires von den Kolumbianerinnen Adriana Salazar und Julieta Uribe gegründet, verkörpert die Leidenschaft für ein über

Generationen weitergegebenes Handwerk. Geprägt durch ihre familiäre Herkunft – aufgewachsen im Schmuckatelier ihrer Mutter in Bogotá, einer Liebhaberin kolumbianischer Smaragde – entwickelten die beiden Designerinnen ihr Können zwischen Edelmetallen und Edelsteinen. Ihre zeitlosen Schmuckstücke, inspiriert von den Kulturen der Andenregion, entstehen aus einem Zusammenspiel von konzeptionellen, kunsthandwerklichen und traditionellen Prozessen. (Abb. 059-062)

Die untenstehende Grafik zeigt, wie viele Fashion-Week-Veranstaltungen in den letzten Jahren in verschiedenen Städten Südamerikas entstanden sind, ausgehend von der Gründung der Textilmesse Colombiamoda in Medellin.

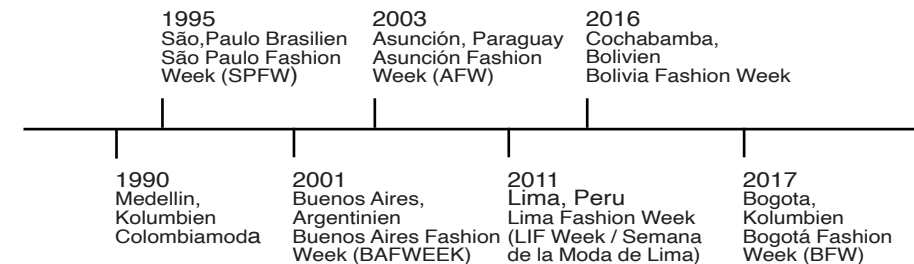




ABB.047 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN



ABB.048 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN



ABB.049 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN



ABB.050 HAIDER ACKERMANN - SHOW IN KOLUMBIEN



ABB.051 ANDREA LANDA, TOP TELAR



ABB.052 ANDREA LANDA, VESTIDO TELAR



ABB.053 ANDREA LANDA



ABB.054 ANDREA LANDA, TASCHE



ABB.055 WOMA HATMAKERS



ABB.056 WOMA HATMAKERS, HANDWERKERIN



ABB.057 WOMA HATMAKERS, PRODUKTBILD



ABB.058 WOMA HATMAKERS, HANDWERKER



ABB.059 FAOBA GOLDSCHMUCK



ABB.060 FAOBA GOLDSCHMUCK



ABB.061 FAOBA GOLDSCHMUCK



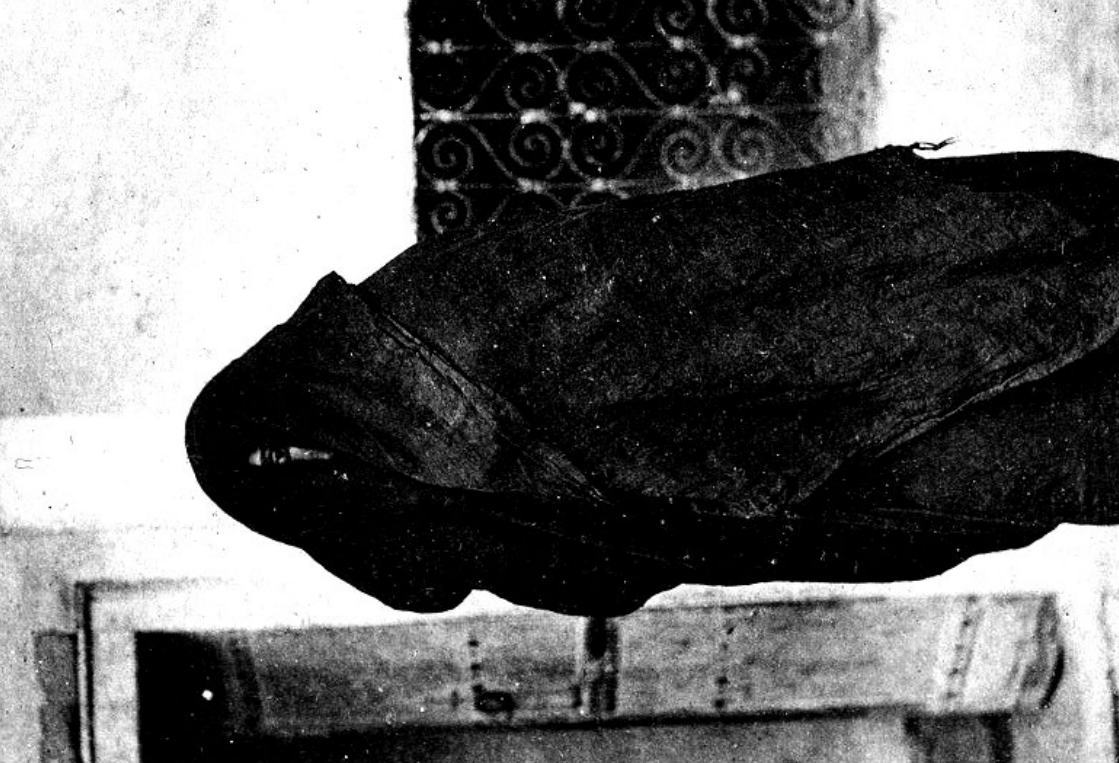
ABB.062 FAOBA GOLDSCHMUCK

8. POTENTIALEN UND ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Als Resultat dekolonisierter Initiativen wurden bereits wirtschaftliche Potenziale erkannt, die einerseits die Identität und das kreative Eigentum indigener Gemeinschaften schützen. Ein Beispiel dafür ist der patentierte Schutz der Symbolismen der jeweiligen Kulturen. Dies bedeutet, dass Unternehmen, die diese Symbolismen für ihre Designs übernehmen möchten, einen monetären Beitrag an die indigenen Communities leisten müssten.

QUELLENVERZEICHNIS

<https://www.slkclassic.de/archiv/punktrophae.html>
<https://www.showstudio.com/collections/spring-summer-2025/willy-chavarria>
<https://www.showstudio.com/collections/spring-summer-2025/willy-chavarria/willy-chavarria-on-am5rica>
<https://theconversation.com/how-the-fashion-of-the-windrush-generation-shaped-british-style-207669>
<https://www.dazeddigital.com/fashion/article/17304/1/haider-ackermann-a-colombian-homecoming>
<http://www.barragannnn.com/collections>
<https://open.spotify.com/show/01R9uYPJF5eX3FCPMdB65b>
<https://open.spotify.com/show/68RplpH4ICT9b85FFdtgEC>
<https://medellinbuzz.com/colombiamoda-started-with-medellin-native-haider-ackermanns-show/>
<https://eldoradoedit.com/en/collections/woma>
<https://eldoradoedit.com/en/collections/woma/products/sombrero-cacique>
<https://eldoradoedit.com/collections/woma/products/sombrero-rancho>
<https://eldoradoedit.com/collections/andrea-landa>
<https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/martine-rose>
<https://officemagazine.net/interview/wear-me-down-martine-rose>
https://caravanaamericana.com/andrea-landa/?utm_source=chatgpt.com
<https://int.faobajoyas.com/pages/about-us>
<https://www.womahatmakers.com.co>
<https://int.faobajoyas.com>
<https://int.faobajoyas.com/cdn/shop/files/XiuaMinihoops.jpg?v=1720061964&width=3000>
<https://int.faobajoyas.com/cdn/shop/files/TripleRetiEarrings.jpg?v=1720060306&width=3000>
<https://int.faobajoyas.com/cdn/shop/files/NymyNecklace.jpg?v=1699916389&width=3000>
<https://www.bogotafashionweek.com.co/en/Designers/2025>
<https://www.lsnglobal.com/news/article/31569/the-trend-decolonised-cowboy-core>
<https://www.lsnglobal.com/micro-trends/article/30837/decolonised-cowboy-core>
<https://deepwear.info/blog/tradition-inspired-streetwear-merging-culture-sustainability-and-modern-fashion-trends/>
<https://fashionunited.de/nachrichten/mode/vier-kolumbianische-modemarken-die-die-reiche-handwerkskunst-des-landes-prasentieren/2024070957254>
<https://www.sustainable-fashion.com/decolonising-fashion-and-textiles>
<https://www.arts.ac.uk/research/research-centres/centre-for-sustainable-fashion/decolonising-fashion-and-textiles>
<https://intl.verdi.com.co/pages/our-story>
<https://intl.verdi.com.co/pages/verdi-for-cartier>
<https://intl.verdi.com.co/pages/collectible-design>
<https://adrianasantacruz.com/en/product/estola/>
<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2024-menswear/gmbh>
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2025-menswear/willy-chavarria/slide-show/collection#46>



IMPRESSUM

Herausgeber:in
TRENDS & IDENTITY

Autor:innen
NICOLÁS STEVEN CRUZ GÓMEZ

Kursleitung
PROF. DR. BITTEN STETTER
ALEXANDRA VIERT

Druck
ZÜRCHER HOCHSCHULE DER KÜNSTE (ZHDK), INHOUSE

Copyright
**DER NACHDRUCK VON ARTIKELN IST UNTER
QUELLENANGABE GESTATTET.**
ZÜRCHER HOCHSCHULE DER KÜNSTE
TONI-AREAL, PFINGSTWEIDSTRASSE 96
8031 ZÜRICH

Anregungen und Kritik
BITTEN.STETTER@ZHDK.CH