TEXT TIMO FELDHAUS

KOMMUNIZIERENDE KLEIDER
ANNA-SOPHIE BERGER

BILD MILICA BALUBDZIC

Anna-Sophie Berger entwarf die meistgeklickte Debütkollektion des Jahres. Die 24-jährige Wienerin machte ihren Abschluss bei Bernhard Wilhelm, sie oszilliert gelassen zwischen Kunst und Mode. Berger präsentierte ihre Kleider letzten Monat in London, aktuell in Brüssel, nächsten Monat in Melbourne und im Januar in New York. Und alles nur, weil sie Angela Merkel großflächig auf ihre Theoriekleider druckt? Wir fragten bei ihr nach.

Anna-Sophie, in deiner aktuellen Kollektion setzt du dich mit dem Thema Trend auseinander, bringst gar Roland Barthes ins Spiel. Du postulierst eigentlich den Tod des Trends. Wenn ich das nun einmal sagen darf: Ich finde deine Kleider allerdings sehr modisch und absolut trendsicher. Die Kollektion spürt den Dingen nach, die sich aktuell bei den gerade richtigen Designern beobachten lassen: einfaches, großflächiges Drucken von Slogans, Wörtern, Motiven, Logos, Zeichen auf Kleidung, Pop-Minimalismus, Colour Blocking, industriekritischer Diskurs über Mode, Kunst-Anschluss. Es sieht vor allem auch irgendwie sehr Internet aus. Ich befürchte also: Dem Trend lässt sich genauso wenig entfliehen wie der Mode selbst. Sie werden beide ewig leben.

Ich postuliere nicht den Tod des Trends. Das ist für mich eine Unmöglichkeit, denn zeitgebundene Strömungen wird es immer geben und ich liebe diesen Aspekt der menschlichen Kultur. Ich würde meine Kollektion auf keinen Fall als Proklamation eines Endes sehen wollen. Es ist eine Reflexion. Das Prinzip des Neuen in Referenz auf das Alte, eine enge Hose, die auf eine weite Hose folgt. Die Kollektion spielt mit diesen grundlegenden ästhetischen Ausformungen des Trends. Sie ist eine Referenz auf Trend und Mode, wenn man so will, aber sie ist zu jedem Zeitpunkt auch ein Werk ihrer Zeit. Der starke Einfluss des Internets ist natürlich auch Teil davon. Die Kollektion spielt mit einer Vereinfachung und Minimalisierung von Formen – Basisröcke, Ballkleider – versucht dadurch aber nicht sozusagen den Tag Null der Mode heraufzubeschwören. Jede Gruppe der Kollektion besteht aus vier miteinander kommunizierenden Kleidungsstücken, die auf die verschiedene Weisen den Zeitgeist, den menschlichen Körper, Konsum oder aber auch einfach Kragenformen an einem T-Shirt hinterfragen.

Warum druckst du großformatige Prints von Angela Merkel und Condoleezza Rice auf deine Kleider?

Da ich mich sehr für Internetbenutzung, Tumblr-Verhalten und meinen Alltag am Computer interessiere,

dbg178_44_68_done01.indd 54 18.11.13 12:33

Die Luxusideologie der Fashionweeks trivialisiert die Bedeutung von Kleidung.

kamen Bildmaterialien aus der Google-Bildersuche ins Spiel. So gibt es in der Kollektion sowohl die 3D-Charakterprints, die Found Footage von einer Diät-Website sind, sowie die Schals mit den Portraits. Ich fand es interessant, dass Angela Merkel als politische Figur das Internet als Bild überflutete. Als Frau in einer politischen Position ist sie sowohl machtvoll als auch unter ständiger Beobachtung. Jeder kennt die Kultur der Fanshirts oder Memorial-Scarfs aus dem HipHop. Ich wollte eine Person in meine Kollektion einbauen, die per se erst einmal nicht zur "Modewelt" gezählt wird. Dennoch, und das ist der springende Punkt, hat ihre Garderobe ikonischen Charakter und verstärkt damit meine These, dass Kleidung eine Bedeutung hat, die oft von der Luxusideologie der Fashionweeks trivialisiert wird. Es sind nun also "Fanschals" von Personen, die ich nicht zu Idolen erkläre, sondern als dominante Figuren des Internets herausgreife.

Es gibt spätestens mit dem Beginn des 19. Jahrhunderts eine stetige Verbindung zwischen Kunst und Mode. Wie hat sich diese durch das Internet verändert?

Ich weiß nicht, inwiefern sich das Verhältnis Kunst und Mode dadurch verändert. Ich denke manchmal, die Dinge existieren mehr online als offline. Meine letzte Kollektion wurde niemals produziert und hatte eine unglaubliche Onlinepräsenz. Vor einigen Jahren wäre das nicht möglich gewesen, weil die Industrie stärker nach dem fertigen Produkt gefragt hätte. Aus einer Mischung von frei publizierenden Medien, Blogs und dem Tempo der Bildverbreitung durch Reblogmedien ergibt sich eine neue Machverteilung. Durch diese neuen Regeln und den Einfluss von Instanzen, die ohne konkrete wirtschaftliche Ziele Inhalte wild mischen, neukombinieren und verbreiten, ergeben sich Verschränkungen, die das Verhältnis und den Sinn von Design und Kunst, ja Kommerz und Nicht-Kommerz stark verändern.

Für das Magazin Tourist wurdest du um einen Beitrag gebeten. Du hast das legendäre Interview von Ayn Rand im Playboy von 1964 präsentiert. Warum?

Ich halte die Werke von Ayn Rand sowie ihre Philosophie für sehr spannend. Namentliches Interview hatte mir ein sehr lieber Freund geschickt, auf ein Gespräch antwortend, das ich mit ihm hatte. Der Artikel hatte daher sowohl emotionalen wie inhaltlichen Wert. Ich kann jetzt nicht im Detail auf meine Haltung zu Rands Philosophie eingehen, aber ich finde es wichtig, ihr Werk gesondert des neoliberalen Stempels offen zu lesen.

Das spanisch/italienische Label Shallowww hat diese Ansage auf ihrer Website stehen. Ich musste sofort an deine Sachen denken: "*WEEE BUYYY GOLDDD talks about a fashion system that doesn't exist anymore. The world changes and mass consumption has become an unpredictable network where trends, brands and it-garments die before they hit the street. Since fighting against this system seems like a utopian mission, Shallowww has taken the opposite way and now presents the first items of a new project that adopts these chaotic, dystopian mechanisms, and transforms them into clothing. Instead of closed collections, open textile projects. As in a contemporary tumblr, the dynamic here is based on drag & drop system. Fashion becomes a free combinatory game where categories such as homewear, outerwear, underwear, nightwear or eveningwear become liquid and relative.*" Kannst du damit etwas anfangen? Inwiefern hat Internetkultur konkret Einfluss auf deine Arbeit?

Mir gefällt das Zitat sehr gut. Ich liebe die Zeit, in der ich lebe. Während der Frieze in London war ich bei dem unglaublichen 89+-Marathon in der Serpentine Gallery, der sich mit ganz jungen Künstlern befasst hat. Es war wundervoll. Ich bin ein absoluter Internetfreak. Ich habe sehr oft Diskussionen mit Freunden, die sich in einer Art finsterer Dystopie verstricken, in der Annahme, alles würde schneller und damit schlechter, hätte weniger Qualität etc. Ich fand das Event unter anderem so toll, da es klar gezeigt hat, dass diese meine Generation nicht die Urteilsfähigkeit oder ihre Gefühle einbüßt, sondern dass sich einfach die Art und Weise, das zu äußern, radikal ändert.

Was interessiert dich an der Arbeit mit Stoff, Kleidern, Mode grundsätzlich?

Mich interessiert der Körper als Skulptur. Die gleichzeitige künstlerische Auseinandersetzung mit kommerziellen Produkten hat für mich eine spezifische Radikalität. Schließlich interessiert mich Kleidung als das zentrale, wichtigste ästhetische Resultat jedes Individuums – der bekleidete Körper – und die Kommunikation von Kleidung, Träger, Gesellschaft.

Empfindest du es als schlimm, dass es alles bereits schon einmal gegeben hat?

Absolut nicht. Um nicht mit Theologie zu antworten: Mathematisch ist alles immer eine Neukombination. Die Masse an Produziertem schüchtert mich nie ein. Sie motiviert mich.

dbg178_44_68_done01.indd 55 18.11.13 12:33