

Under mode- diktatur rens jäm- hand

Politiker bygger luftslott i tron om att modebranschen är vinstnyckeln till att fördubbla Sveriges export. Stefanie Ravelli lyfter fram morgondagens designer och pratar om framtiden i en modediktatur som slukar branschen.

Medverkande Naim Josefi,
Lina Michal, Emelie Riquelme,
Lars Holmberg & Milla Hanseblad.
Fotograf Johannes Helje & Lina Michal
Illustration Emelie Riquelme
Av Stefanie Ravelli

INTRO

PÅ EN KULLE fler hundra meter ovanför havet finns ett slott. Murbruket är tunnt och skadat. Innanför regerar modehoppet, Sveriges fjärde största industri sett till antalet anställda. Men när verkligheten knackar på dörren öppnar småföretag och kedjor som kämpar i motvind. Samtidigt visar statistiksamlingen om mode i Sverige av Association of Swedish Fashion Brands (ASFB) att det inte är de största modeföretagen som ökat sin försäljning snabbast. Det är istället de mindre företagen som ökat mest. Ändå står H&M:s totala försäljning för mer än hälften av den svenska modebranschen. Det finns hinder för de viktiga mindre modeföretagen att växa, trots att de har en stor potential. En nyhet med med en besk eftersmak, som skapar djupa revor i den politiska kostymen. Regeringen har identifierat exporten av mode som en nyckelfaktor för att uppnå målet att fördubbla Sveriges export från 2010 till 2015. Men av denna export står H&M för 83 procent. Tacka storfräsarn för mode-diktaturen. Problemet är att de som hörs mest är gamla redan etablerade moderöster, de som tillhör "undret." Ingen svensk designer har dock erkänt ett modeunder. Det är en medial rubricering som skapar luftslott, att det skulle flyta på smärtfritt för de svenska modeföretagen. Medan de allra minsta får kämpa med försäljningsiffror förväntas mode vara exporthoppet. Det är få förunnat. Svenskar köper fortfarande svensk estetik, men utomlands är det inte som det en gång var. Låt oss prata politik med de drabbade. Det är dags att låta nya oetablerade designer få göra sina röster hörda.



DAGENS MODEKLIMAT

DET VAR EN GÅNG ett femdagarsseminarium på konstfack. Året var 1968 och det svenska modearvet klubades. Modestudenter och stora delar av den svenska modebranschen kom gemensamt fram till att uppgiften för framtidens designer var att skapa funktionella, modefria plagg. Läs modefria. Vi har en lång designtradition som dikterar att form alltid följer funktion, ett tankesätt som många av de stora modeländerna inte delat. För mode har en kultur, det har traditioner som sträcker sig tillbaka och som påverkar statusen hos både plaggen, märkena och designerna. Parismodets makt har flera hundra år av djupa rötter. Något liknande finns inte i Sverige.

– Det finns inga politiker som gör avtryck och ingen använder sig av kläder som redskap. Det existerar en korrekthet, en torr, löst sittande kostym som bara är neutral. Lika neutral som politiken, berättar författaren bakom böckerna, Klädernas språk och Teorier om mode, Lars Holmberg, över en kaffe på Scandic Malmen i Stockholm.

LARS SITTER NÅGOT bakåtlutad i fåtöljen som vetter ut mot gatan. Han bär en skraddarsydd kostym och blir uppeldad när vi pratar om mode och politik.

– Vad har mode för traditioner i Sverige, om man jämför med möbel-design eller glas? Inom designnäringar har politiker och näringslivet tittat bort när det kommer till mode. Och själva bär de skrumpna plagg utan tanke. Men en vinkällare för 20 000 kronor kan storfräsare lägga pengar på men inte en fungerande garderob.

LARS HAR ALDRIG varit klädd i H&M och han äger heller inga Ikea-möbler.

– Det kanske är ett statement men jag förstår inte varför svenska politiker hyllar Ingvar Kamprad eller H&M. I internationell jämförelse är svenskt näringsliv ointresserad av stil samtidigt som man kapitaliserar på dyr inredning. Man måste fråga sig vad man i förlängningen köper.

MODE HYLLAS SOM MER än yta när politiker hoppas på det svenska modeundret. Exporten ska fördubblas under modediktaturens järnhand. Men ska bara det kommersiella primeras när ASFBs rapport visar att 62 procent av alla modeföretag är enmansföretag. De större företagen och lågpriskedjorna klarade sig bäst medan lönsamheten sjönk för flera av företagen och så många som varannan mindre butikskedja hade en negativ försäljningsutveckling.

– Vi är ett ganska litet land, framförallt med ganska lite pengar och vi är isolerade här uppe i norr, men med många lovande och etablerade designer, berättar Lina Michal som är Editorial Intern på Opening Ceremony som flytt Sverige för New York.

LINAS SUCK drabbar mig hela vägen från USA.

– Det finns kreativitet men det är ont om finansiella medel och sponsorer för att få de mindre, inte fullt så kommersiella, märkena att gå runt.

EN VECKA TIDIGARE i annan del av Stockholm sitter jag tillsammans med kostymören Milla Hanseblad och diskuterar hur modeklimatet i Sverige är påverkat av politiken.

– Folk är rädda för att uttrycka sig är min generella uppfattning. Det individuella blir som en bubbla. Det anorlunda blir instängt och saknar höjd. Man söker det man vill åt. Det andra är som dött kött, berättar hon efter ett försök att beställa in vin.

PÅ SAMMA STÄLLE som jag träffade Lars möter jag upp Beckmans-



LINA MICHAL
Editorial Intern Opening
Ceremony

Lina Michal är aktuell som vinnare av Muuse x Vogue Talents - Young Vision Award 2013. Bland drygt 400 sökande från 55 länder röstades den svenska designern fram som årets modehopp. Lina Michal är uppvuxen i Göteborg, och har studerat och arbetat inom mode i Florens, Stockholm och London. Just nu praktiserar hon på Opening Ceremony i New York, som Editorial Intern.

”Jag inspireras av allt som kittlar fantasin. Det kan vara något rent visuellt, en bild jag snubblar över- eller en välformulerad mening i en bok, kanske ett möte med en spännande person.”



EMELIE RIQUELME

Student Beckmans

Emelie Riquelme studerar sista året på Beckmans men ska nu ta ett sabbatsår för att samla inspiration innan hon tar examen. Hon är halvchilenska med bas i Stockholm. I somras praktiserade hon på Mary Katrantzou, där hon bland annat jobbade med materialexperiment.

”Jag intresseras av framtiden och den digitala identiteten. Men när det handlar om plagg och kollektioner utgår jag oftast utifrån mig själv. Det som händer runt omkring mig. Jag gillar materialexperiment för att få fram idéer och när jag skapar utgår jag från karaktärer.”

studenten och illustartören Emelie Riquelme. Kolsvart hår och en lugg hälsar hej utanför hotellet. Hon har ett år kvar på sin utbildning men kommer ta ett sabbatsår för att fylla på med inspiration. Emelie betäller en latte och betalar med kort. Hon slår in den totala summan. Kortmaskinen säger ifrån. Det är bara dricksen. Hon gör om köpet. Mode är kanske som kortmaskinen när den säger ifrån. Ett motstånd i samhället när det blir förmycket.

– Vi kollade på trender i höstas och gjorde en trendanalys och såg ett modeklimat som går mot dräkter, kjol med tillhörande jacka lite som Chanel. Damig klädsel med skärp i midjan. Vi vill se välbalanserade ut när världen utanför är osäker och då tenderar modet att bli återhållsamt och stramt. Det är en klassisk grej inom mode, säger hon.

SAMHÄLLET'S HÄLSA ÄR smittosam. Den drabbar alla hörn av populärvetenskaplig kultur. Ingenting är så känsligt för förändringar som just mode.

– Vi vill se hela och rena ut när världen utanför håller på att rasa samman, säger Emelie.

DESIGNDYSTOPI OCH FORMFASA

MODE OCH masskonsumtion, flera byten varje säsong. 60-talet upprepas fast tvärt om. Mode var dyrt och krångligt skrädleri. Folket krävde modedemokrati. Tillgängligt mode för vardagen. Den fina tanken blev till konsumtionshets. I dag är en t-shirt billig på någon annans bekostnad. Modedemokratins hårt pressade priser; kvantitet, innehållslöst och slapp. Karin Falk, författaren till boken Det svenska modeundret, tror att en del av orsaken kan vara H&M:s dominans.

– Svenska designers har tvingats att anpassa sig efter deras prisbild, vi har blivit duktiga på att ta fram kläder i en mellanprisklass som visat sig gångbar.

Flera av de som anses utgöra det svenska modeundret - Roland Hjort på Whyred, Ann Ringstrand på Hope och Carin Wester har under någon period i sin karriär jobbat på företaget. Utomlands har modet dominerats av billiga kläder från kedjorna och fantastiskt dyrt designermode. Svensk design har legat däremellan och det vi sett som basplagg har snarare upplevs framåt-skridande i andra länder, säger hon till Expressen.

Har svensk design haft problem att ta sig vidare från cigarettjeans och vardagsanpassad sval stil? Kanske finns det en överetablering av den här typen av kläder i en bransch där alla inte kan vara Acne. Den minimalistiska vardagsanpassade stilen ser alltför ofta billigt ut, där kvaliteten ofta faller offer för minimala budgetar till förfogan för dyra modevisning. Det är svårt att vara modedesigner i en bransch som presser utbud och ställer enorma krav på balansresultat. Det är inte konstigt att många hamnar hos storfräsarna.

– Jag vill helst ha mitt eget märke. Men det är tufft och jag kommer nog jobba för något större märke som designer. H&M slukar många av de färdigexaminerade från Beckmans. Men min dröm är att jobba i en studio och arbeta i egen regim, säger Emelie.

DET BLIR EN del kaffe i samband med samtalen. Innan jag hittar rätt går jag fram och tillbaka på Hornsgatan i säkert 20 minuter. Men slutligen hittar jag Designern och vinnaren i tv-serien Project Runway, Naim Jasefi. Under cafét finns hans ateljé och en lösning för framtidens form.

– När jag studerade på Beckmans försökte jag hitta min roll som designer. Då konsturerade jag världens första 3D-sko och så fann jag min vision som designer. Jag är snarare en kreatör än en konstruktör. För mig är skrädleri enormt viktigt för det talar sitt klara språk men samtidigt tror jag på att varje människa kommer att skriva ut sin design. Alla kommer att ha en 3D-skrivare hemma

och rollen som designer kommer istället vara att inspirera. Designerns roll är att hitta nya vägar. Vi lever i en ny värld som kräver nya former, säger han.

KAN KLÄDER SKAPA den känsla som den har till syfte att föreställa? Precis som känslor gör kläder något med kroppen, sätter oss i en kontext och framställer den. Men allt har ett pris. Emelie berättar om uppståndelsen i somras när männen som jobbar på Roslagsbanan i Stockholm tog på sig kjolar som är till för kvinnor. De fick inte ha shorts på sig fast det var högsommar och jättevarmt. Även om många designer har arbetat med manlig kjol så är det ingen som riktigt lyckats. Emelie önskar en bransch där gränsen mellan vad som är kvinnligt och vad som är manligt är utsuddade, där vi inte är budna till koder. Men det experimentiella når inte allmänheten. Det höjer inga försäljningssiffror. Det manliga kjolförbudet är beslutat av en morgonritual med koder programmerade genom år av historia. Kläder signalerar lika medvetet som omedvetet. Varje gång vi klär på oss på morgonen intar vi en roll som vi ska spela under dagen. Lina som sitter i en annan världsdelen tycker att det kanske inte är så mycket formen som budskapet som bör förändras.

– Modevärlden skulle behöva fundera mer på vilka bilder vi förmedlar, speciellt hur vi framställer kvinnor i mode-sammanhang och vilka effekter det får. Det känns mer relevant än själva formen på kläderna, om man nu pratar demokrati. För i dag finns ett bredare spektrum av kläder som är mer accepterade än någonsin förut, säger hon.

MILLA VILL ATT MODE ska vara något mer hållbart. Hon har gett upp vinet och håller upp mer kaffe. Vi sitter på den gamla restaurangen Tennstopet i Stockholm. Anrikt och mustigt. Hon bär Chiffongskjorta, röd och vit. Läppar i en rosa nyans. Hårt markerade hal-lonformade ögon och en sökande blick. Efter att ha slitit som både stylist och de-

signer känner hon att det saknas pengar i branschen, en bransch som så många andra vädjar om hjälp. Varför är det då politiskt korrekt att sponsra svensk konst, inredning eller glas som politiker och ett tabu att köpa svensk mode-design? Kanske för att det är lite dyrare. Det liksom sticker i ögonen. Dyra ting är visst bara konstruerat för vissa. Men kostar det inte samhället mer i längden att uppmuntra till konsumtionshets?

– Stoppa pressarna, sluta shoffa på. Stanna upp och begrunda – vad kan förändras? Inget mer slit och släng, säger Milla.

DET ÄR KANSKE en revolution vi vill ha. Å andra sidan revolterar var och varannan designer. Var finns det för sensation i en revolterande designer? Finns det provokatörer vars budskap som når hela vägen fram? Besluten bör nog fattas från högre höjder. Det räcker inte att bryta normer när omsättningen är låg. Systemen städar sig själva. Konsumtionshetsens dagar är förbi och det kanske sker med eller utan en mode-revolution.

– Vi behöver omöjliga former och det är just vad 3D-skrivare möjliggör – former som vi tidigare ännu inte kunnat skapa. Det är en moderörelse. Framtidens form, säger Naim.

SLIT OCH SLÄNG. Milla är trött på trender. Och man får lov att ta hennes ord mer som en uppmaning för politiker, att det kanske inte handlar om vad de har på sig utan snarare deras inblandning i modemaskineriet.

– Det är därför jag dras mot kostymörsyrket. Att få föreställa eller förvränga istället för att som designer tampas med allt annat. Det räcker inte längre med att designa, nu måste man både vara revisor, försäljningschef och inköpare.

OCH SÅ TILLBAKA till Lars, som inte håller med om ett neutralt förhållningssätt till kläder eller politik. En man

som söker efter ställningstagande politiker i skraddarsydd kostym och putsade skor. Han undrar om Carl Bildts paljettkavaj på melodifestivalen ska vara det enda modiga klädvalet. Spekulationerna fortsätter.

– Det är säkert inte ens av en svensk designer. Det är precis det jag menar. Om politikerna ändå hade tagit modebranschen på större allvar och slutat se mode som något oviktigt.

ANNIE LÖÖF I KÖTTKLÄNNING

1973 köpte Olof Palme en manchester-kostym från märket Mah-jong. Mah-jong blev inte politisk för att Olof Palme köpte en kostym, Mah-jong fyllde kläderna med politiskt budskap. Han köpte inte kostymen, han köpte ideologin kläderna stod för. När Gudrun Schyman bar hijab under hijab-upproret för att demonstrera respekt, fick hon mycket kritik. Men när designern Hussein Chalayan visade modeller iklädda hijab som en del av sin design under sin visning i Paris blev det hyllningar.

– Så fort hijab var med på catwalken tappade den sitt religiösa innehåll. Man dödar religion med design, säger Lars.

EMELIE TYCKER ATT intresset för mode bland politiker är smått, att det existerar en lat syn på mode som verktyg. Visst kan Gudrun Schyman klä sig och anspela på religiösa budskap men det ger inte samma effekt som Hussein Chalayan får. – Tänk om Gudrun Schyman istället var med på Hussein Chalayans visning som modell. Då skulle samma budskap få en helt annan uppfattning och uppskattning, säger hon.

LINA SER ETT annat problem. Som när italienska Vogue talar om slavörhängen som en trend och Michael Kors plåtar safarichica européer utanför lerhyddor i Afrika till sin vår och sommarkollektion

2012. Det rimmar illa att utan eftertanke annektera någon annans arv och identitet. Och Burberrys vår och sommarkollektion 2012 med tydliga afrikanska referenser gav, med tanke på Burberrys eget arv som brittiskt modehus, en kolonial bismak.

– Jag tycker inte att man ska förbjuda sig själv att arbeta med vissa teman, men nyckeln till att närma sig kontroversiella frågor som designer är att respektera sin inspirationskälla. Att jobba med politik och kontroversiella frågor som designer tycker jag tillhör yrket. Men jag inser också att det finns ett dilemma i designerns självutnämnda rätt att fritt inspireras av vad som helst. Avsändare och trovärdighet hänger ihop, säger Lina.

MEN FRÅGAN OM Annie Lööf skulle kunna bära en köttklänning är redan besvarad. Fel arena. Lars fyller i: – Man måste framstå som att man har kontroll. Att skapa förtroende. Kläder är ett moment av flera. Kläder kan förstärka det man säger. Att tala till magkänslan kräver mer än ord. Men det finns ett maniskt ointresse för mode bland politiker.

För den sakens skull tycker Lars inte att en politiker ska bära en köttklänning.

– Nej Annie Lööf kan inte bära en köttklänning. Då skulle förtroendet brista. Man får inte avvika från partiets regler, säger han.

MODE OCH POLITIK UPPRÖR. Yrkeskoder är kanske till för att följas. Men yrkeskoder som till exempel kostymen kan ses som en fetisch, för att den ger olika värden till olika plagg. Kostymen symboliserar makt och politikerna vill signalera makt. Som när de nya moderaterna lanserades så tog de av sig de blåa slipsarna och pärlhalsbanden för att de inte skulle uppfattas som lika konservativa. Det är ett klassiskt sätt att använda kläder och yrkeskoder för att påverka. Valet av kläder är en maktfråga. Om politiker klädde sig på ett mer radikalt sätt skulle deras åsikter få en förstärkande effekt. Ett annat exempel är när Anders Borg



NAIM JOSEFI

Designer Naim Josefi

Naim Josefi är aktuell med sitt eget märke Naim Josefi. Han var den första i världen att skapa en 3D-utskrivna sko och deltog i TV-serien Project Runway. Han flyttade till Sverige för tio år sedan från Iran. Då som läkarstudent. Naim Josefi hamnade i Stockholm efter att en kompis tipsade om staden. Istället för att fullfölja föräldrarnas önskan om att bli läkare sökte sig Naim Josefi till Beckmans för att bli modedesigner.

”Jag inspireras av teknologi, konstruktion och vetenskap. Formerna och skradderiet betyder allt för mig som designer.”

klippte av sig svansen.

– Men det är ett PR-trick. Jag tror att han är den nya kandidaten som statsminister. Fredrik Reinfeldt vill inte mer. Det syns på honom. Han har tappat lågan. Därför klipper de av Anders Borgs hästsvans för att göra världen uppmärksam på att han har mognat, säger Lars och lutar sig om ännu mer bakåt i fåtöljen.

MEN LINA TYCKER att modedesigner har också måste ta ansvar. Precis som att en politiker inte kan ha en köttklänning eller vara partiledare med hästsvans så finns det även tänkvärda gränser för designer.

– Vad jag menar är helt enkelt att avändaren påverkar hur vi ser på modet, och vissa saker kräver en viss trovärdighet för att kunna bäras.

OM DIKTATUREN SKA FALLA

ATT SLÅ HÅL PÅ EN diktatur kräver en revolution. ”Why go on hoping fast-fashion will slow down,” sa Stefan Siegel, grundaren till Not just another label (NJAL). De är hela världens ledande designerplattform på nätet som visar upp och hjälper unga oetablerade pionjärer inom mode, ett företag som satsar på hantverk och designförmågor. Stefan är trött på att mata ett modifierat konsumentdjur. Han vädjar till folket och kräver förändring. Frågan är hur förändringen ska se ut och hur den ska gå till.

Det finns de som vill föra fram de designers som hamnar i skuggan av modediktaturen. Men det räcker inte. Bara genom att titta på exportdiagrammet för modebranschen känner man småföretagens uppförande. Det krävs finansiella hjälpmedel och politisk inblandning, eller åtminstone ett politiskt intresse. ASFB:s rapport har konstaterat att modebranschen visar en god tillväxt även under ett år med

konjunkturmässiga utmaningar. Och inte heller denna gång är det ett “under” som ligger bakom. Men när H&M står för 83 procent av alla export hamnar de mindre utanför. Den konkreta slutsatsen kan vara att utvecklingsinsatser behövs för mindre modeföretag till exempel inom affärsrådgivning, kompetensutveckling och kapitalförsörjning.

Att definiera stora framgångssagor är också svårt. Även etablerade modeföretag som omsätter hundratals miljoner kronor om året som Tiger, Filippa K, J.Lindeberg har svårigheter när det svenska modearvet ständigt följer funktion. Rent generell kan man säga att ju mer avancerat modet är, desto mindre är chansen till överlevnad.

EMELIE SER MÖJLIGHETER för både näringslivet och politiker att engagera sig för svenskt mode. När latten är uppdrucken och vi ska skiljas åt är trots allt hoppfull.

– Överlag tycker jag att modedesigner och nyetablerade designer ska ges mer stöd och tas mer på allvar. Politiker ska ges sitt stöd till ett märke som är svenskt och som står för svensk design. Jag önskar att mode får en högre röst i Sverige och tas mer på allvar och då tror jag att mode som verktyg kommer att kunna hjälpa till med att möta kontroversiella frågor och tänja på gränser. Jag tror att politiker och modedesigner kunde samarbeta för att förbättra marknaden, avslutar Emelie.

ALLT HANDLAR KANSKE om att omdefiniera det svenska modearvet eller möjligtvis omstrukturera. Det har gått lång tid sedan 1968 när det svenska modearvet klubbades. Det finns uppenbarligen ett behov av ett nytt femdagarsseminarium där studenter, svenska modebranschen och politiker gemensamt kommer fram till ett nytt svenskt modearv. Ord måste kläs i handling om diktaturen ska falla.