

# GRENZELOOS

“Mode wordt geweven met *menselijke* verhalen,  
dus *verzeker* je dat het een mooi verhaal is voor je iets draagt.”

Ethische mode is een gevoelige term die heel wat ladingen dekt en eigenlijk niet kan worden losgekoppeld van de koloniale oorsprong van ons economisch model. Slavernij en kolonialisme behoren officieel dan wel tot het verleden, maar in de praktijk zijn de machtsverhoudingen in de mode-industrie nog lang niet gelijk. Of het nu om grootschalige drama's zoals de Rana Plaza tragedie gaat, of het feit dat gemiddeld amper vijf procent van de verkoopprijs van een artisaan gemaakt stuk naar de eigenlijke maker gaat: eerlijk kan je de huidige status quo niet meteen noemen. Hetzelfde

geldt voor de vele gevalletjes cultureel plagiaat die maar blijven opduiken, voornamelijk in de rekken van gevestigde modehuizen. Neokolonialisme, toe-eigening, uitbuiting, vertekende narratieven, white savior complex... : het schoentje wringt langs alle kanten, maar zijn er ook oplossingen? Verschillende luxemerken proberen zich uit het systeem los te wringen en de harmonie zowel economisch als cultureel te herstellen. Ze experimenteren met een hernieuwde kijk op het productieproces om de samenwerking tussen culturen duurzaam en wederzijdse verrijkend te maken.

Tekst ISABELLE VANDER HEYDE





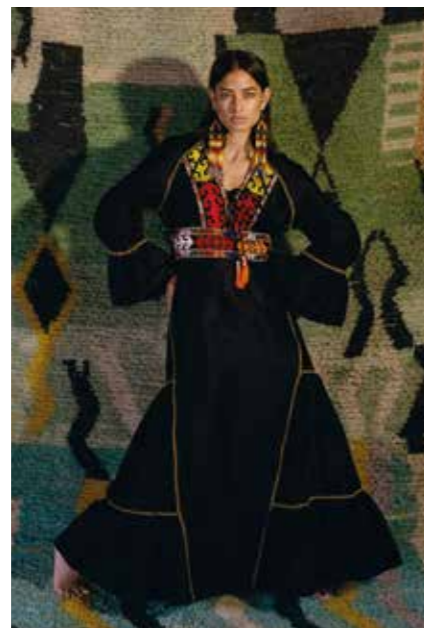
“80% van de WERELDWIJDE SUPPLY CHAIN *bestaat* UIT VROUWEN. ER *zou er* EEN GIRLCODE MOETEN ZIJN: *als ik* IETS DRAAG, WILIK ZEKER *zijn* DAT DE VROUW ERACHTER HAAR *Baby's* KAN VOEDEN.”

—JEANNE DE KROON

#### WAAROM NIET?

Het Marokkaans-Duitse model en ondernemster Samira Mahboub bijvoorbeeld, wil met haar label Limala het Marokkaanse erfgoed terug claimen. Een Berbers tapijt, babouche of kaftan heeft tegenwoordig een hoog Pinterestgehalte, maar waar komt het werkelijk vandaan en hoe moet het met de makers ervan? Samira wil die lege consumptie vervangen door betekenisvolle uitwisselingen. Ze laat aan een eerlijke prijs tapijten weven door vrouwen in landelijke gemeenschappen, een gedekoloniseerd project omdat het aantoont hoe een cultuur op gelijke voet kan worden gedeeld. Limala staat trouwens voor waarom niet: waarom zouden we handenarbeid niet waarderen? Ook voor Jeanne de Kroon, oprichter van het fair fashion label Zazi Vintage, steunt ethische mode in de eerste plaats op respect voor het erfgoed en de creatieve vaardigheden van andere culturen. Zazi Vintage brengt handgemaakte, unieke ontwerpen uit natuurlijke materialen. Stukken die steeds in co-creatie met

vrouwelijke ondernemingen uit kleine gemeenschappen in India, Afghanistan, Ghana of nog het Braziliaanse Amazoniëwoud tot stand kwamen. Het label is vooral bekend om haar iconische Zazi coat, gemaakt uit de traditionele Centraal-Aziatische suzani stof. Dat het prijskaartje van zoveel eerlijk moois hoog is, zou niet langer mogen verwonderen. “80% van de supply chain bestaat op wereldvlak uit vrouwen. Wat mij betreft zou er een soort internationale girlcode moeten bestaan: als ik iets draag, wil ik zeker zijn dat de vrouw erachter aan het einde van de dag haar baby's kan voeden en naar school sturen. Het komt erop aan bruggen te slaan tussen verschillende culturen, maar ook te zorgen dat iedereen eenzelfde deel van de taart krijgt.” Die relaties tot stand brengen, is voor Manon Acke Moembo dagdagelijkse kost. De Antwerpse met Congolese roots ijvert als “bruggenbouwer” voor Afriek, een atelier en gelijknamig label uit het Rwandese Kigali. Haar taak bestaat eruit Europese merken te overtuigen een deel van hun productie of tijdelijke capsules naar Rwanda te verplaatsen, maar ook ze uit te nodigen om in het gespecialiseerde lab van het atelier te experimenteren met alternatieve productiemethoden, innovatieve en traditionele technieken, block prints, natuurlijke kleurstoffen en -technieken, verschillende types materialen, enzovoort. Afriek werd door de Israëliisch-Nederlandse Sivan Broomhaar opgezet als een oefening in sociale dialoog. Getriggered door haar studies Internationale Conflicten trok ze naar Rwanda, een land met een tragische geschiedenis die als geen ander de dramatische gevolgen van segregatie en grootschalige ongelijkheid illustreert. Ze onderzocht hoe mode een vehikel van gelijkwaardigheid kan worden; hoe een label zich ondanks een buitenlandse, witte oprichtster wel met trots “Afrikaans” kan noemen en zonder schroom kan zeggen dat alle betrokkenen hun eerlijke graantje meepikken. Dat bleek na enig zoeken via de ontwikkeling van een eigen stof te verlopen. Afrieks eigen imongono, gebaseerd op de gelijknamige traditionele Rwandese



“HET DRAAIT *om* EEN EINDPRODUCT *dat noch* NOORDELIJK, NOCH ZUIDERS *is*. IEDEREEN *worden* OP GELIJKE *voet* GECOMPENSEERD *en krijgen* HETZELFDE RESPECT.”

#### GRAAG TRAAG

Het kost natuurlijk een pak meer om op kleine, waardevolle schaal te produceren op “atypische” plekken in vergelijking met de goedkope made in Bangladesh route. Ook cultuurverschillen schrikken Westerse labels af. “The African way is nu eenmaal radicaal anders dan onze manier van werken,” weet Manon. “Deadlines zijn voor ons heilig, het cliché wil dan weer dat zij er minder hard aan vasthouden; een werkopdracht is ondergeschikt aan een familiale gebeurtenis of andere noden van de gemeenschap. Je kan dat vervelend vinden, maar je kan het ook met een andere bril bekijken en je afvragen wat je daarvan kan leren. Afrikanen geven vaker prioriteit aan het collectieve, waar wij eerder egocentrisch zijn geconditioneerd. Goals halen, jezelf het etiket van succesvolle ondernemer opplakken, ...: dat zijn niet meer dan snoepjes voor ons gigantische ego. Een Westers label investeert haar tijd en geld in een Rwandees atelier en zal daar waarschijnlijk een al te strakke agenda voor moeten opofferen, maar krijgt er wel heel veel waarden én een prachtig eindproduct voor terug. Met andere culturen samenwerken zal altijd “anders” verlopen, maar is dat niet precies de reden waarom we zo graag reizen; eens iets anders zien en ervaren? Het heeft geen zin om partners absoluut binnen ons keurslijf te willen passen: wees Afrikaans, maar niet té. Dat is problematisch en suggereert dat de Westerse visie superieur is, terwijl bij ons juist zoveel misloopt. Kijk naar mentale gezondheid alleen al: onze gejaagde levensstijl breekt mensen, zoveel creatievelingen lopen een burnout op, mode insiders snakken naar rust en een trager ritme. Afrika leert ons vertragen en toont aan dat het ook gewoon lukt zonder stress, met respect voor iedereen. Het is geen toeval dat designers zich een pak beter voelen op Afrikaanse grond: het heeft een grounding effect, ze voelen letterlijk weer de creativiteit opborrelen, vinden de nodige rust om te ontwerpen. Creatievelingen werken met passie. Ze hebben een geweldige fantasie en waren vaak reeds als kind druk in de weer met tekenen en ontwerpen, maar het tragische is dat ze vervolgens in een hells systeem werden geduwd. Graag traag dus, zodat het weer léuk

print, is geweven met organisch katoen uit Tanzania en werd ontworpen door de lokale artieste en activiste Crista Uwase. De documentaire Wear The Change illustreert het hele proces achter deze unieke samenwerking. Broomhaar zelf woont ondertussen in de Verenigde Staten en het Afriek team fungeert haast volledig autonoom. Om alle lonen in stand te kunnen houden, moet het atelier natuurlijk rendabel blijven. Daarom produceert het naast haar eigen collecties ook in opdracht voor andere klanten, en daar komt Manon in het plaatje. Zij reikt de hand naar merken “van hier”. In de praktijk merkt ze wel een zekere achterdocht: ondernemers durven gewoon niet geloven dat een klein atelier in hartje Kigali de vereiste kwaliteit kan afleveren. Daarom heeft Afriek sinds kort een derde luik opgericht: een experimenteel lab om duurzame mode in Rwanda op de kaart te zetten. “Het kan buitenlandse merken inspireren en naar ons leiden, maar het werkt ook de evolutie in de hand die nodig is om de mode-industrie duurzaam te maken. We kunnen in dat lab heel veel uittesten en op die manier het vertrouwen opwekken. We willen ook aantonen dat Afrikaanse mode zoveel meer is dan de typische kitenge wax stoffen.”

Foto's Fauve Bouwman

Foto's Carra Santini

BOVEN & RECHTS: Afriek.  
LINKERPAGINA: Limala & Zazi Vintage.



“IK wil hun  
CREATIVITEIT  
zodanig VOELBAAR  
MAKEN en in WAARDE  
HERSTELLEN dat  
de EINDKOPER DIT  
specifieke KLEDINGSTUK  
nooit ZOMAAR ZAL  
willen WEGSMIJTEN.”

—JEANNE DE KROON

wordt. Ik geloof in cross-culturele samenwerkingen, maar wel op een ritme dat voor iedereen goed voelt –en laat dat “goed voelen” juist iets zijn waar Afrika in uitblinkt.”

**MENSELIJKE KETEN**

Het superioriteitscomplex en het bijbehorende narratief is inderdaad een heikel punt, alsook de reden waarom ook uit omgekeerde richting kritiek komt. Waarom moeten –mogen– een handvol witte vrouwen zoals Jeanne of Sivan zich bezighouden met culturen die niet van hen zijn? “Omdat Sivan zich met een open geest en de wil om te leren op onbekend terrein begeeft”, klinkt het in Wear The Change bij Tobi Onabolu, de Nigeriaanse cultuurstrateeg en consultant die Sivan begeleidt. “Ze weten dat ze niet alle antwoorden hebben en veel te leren hebben. Het draait om cross-culturele samenwerking en het maken van een eindproduct dat noch Westers, noch Oosters of Zuiders of Noordelijk is. Alle betrokken partijen worden op gelijke voet gecompenseerd en krijgen hetzelfde respect.” Als het aan Jeanne ligt, heeft ze trouwens amper iets

te maken met Zazi Vintage: “Dit draait niet om mij, ik ben geen designer en al zeker niet het gezicht van. Beschouw me eerder als een kledingrek: mijn job is om de verhalen achter onze kledij op te hangen en zichtbaar te maken. Ik geloof niet echt in aid, wel fair trade: ik ‘help’ mijn partners niet, maar sta ten dienste van hun collectieve creativiteit en probeer de kloof te dichten tussen de verhalen die verkopen en de échte verhalen achter onze kleren. Ik wil makers een stem geven zonder dat ze een denigrerend I Made Your Clothes bordje moeten dragen, ik wil hun creativiteit zodanig voelbaar maken en in waarde herstellen dat de eindkoper dit specifieke kledingstuk nooit zomaar zal willen wegsnijten. De supply chain is in de eerste plaats een human chain. Door de mensen en verhalen aan het woord te laten die verweven zijn met wat we consumeren, krijgen we die teloor gegane betekenisvolle connectie terug met wat we anders aan een razende vaart kopen, eten, dragen, gebruiken en afslanken.” Eerlijkheid duurt het langst, weet je wel... Breken met een neokoloniaal narratief zou dus een oplossing kunnen bieden voor de ongeleide consumptiedrang waarin we met z’n allen verstrikt zitten. Ook Manon is geen fan van wat ze het NGO-narratief noemt. “We zitten nog te vaak met het toxische beeld van de miserabele Afrikaan in vossen die verloren zou zijn zonder ons. Zelfs merken met goede bedoelingen gaan daar onbewust in mee: ‘koop een wax jurkje en je helpt er een arme moeder mee!’ Dat ruikt een beetje naar white savior complex. Mode is een inherent deel van de Afrikaanse cultuur, die juist heel trots en creatief is. Zich opkleden, symbolische stoffen, betekenisvolle ontwerpen krijgen daar extra veel aandacht. Eén van mijn favoriete koffietafelboeken, Africa Rising, illustreert hoeveel er gaande is op het vlak van mode, design en lifestyle. Neem een kijkje op het luxe platform IndustrieAfrica.com, een antwoord op Net-a-Porter, en je zal verrast zijn. Er is een nieuw soort communicatie nodig om die culturele rijkdom aan het licht te brengen. Die clichés verbreken is exact wat het Afriek lab kan doen; we experimenteren met tradities, maar brengen net zo goed innovatief design of neutralere zaken zoals natuurlijk gekleurd organisch katoen. De discussie draait wat mij betreft niet enkel om cultuur, maar ook om het hele productiesysteem, de supply chain. In Nigeria en Kenya beweegt het al wat eerlijke, kleine ateliers betreft en ook de Rwandese overheid probeert daarop in te zetten. De weg is nog lang, maar hoe mooi zou het zijn moest Rwanda een soort van duurzame productiehub worden –zoals Portugal dat voor Europa is?” We zijn er dus nog niet, maar de juiste verhalen helpen steeds meer ondernemers en consumenten op de juiste weg. Of, zoals een Swahili gezegde wil: pole pole utafika; “traag maar gestaag zullen we ons doel bereiken.”



Foto's Dolly Devi



Foto Dolly Devi

ZAZI VINTAGE