

MAISON MARTIN MARGIELA

AUTOMNE / HIVER 2006 - 2007

001 004 0022 0011

03/03/06 A 18H30
PALAIS DE LA PORTE DOREE
293. AV. DAUMESNIL PARIS 12

Archive Fever

Was bleibt.

Mode und Vergänglichkeit sind untrennbar miteinander verbunden. Trotzdem beschäftigt sich kaum jemand mit den Ephemera der Modewelt, ihren Einladungskarten, Katalogen, Plakaten. Sie werden in Kisten verpackt und archiviert. Aber was könnten uns diese Materialien über die Mode und ihre Designer erzählen?

Matthew Linde im Gespräch mit *Marco Pecorari*

What remains.

Fashion is transient by nature, but hardly anybody spends time thinking about its ephemera – the invitations, catalogues, posters that are either thrown away or, if you're lucky, boxed up and put in storage. *Matthew Linde* spoke to *Marco Pecorari* about what they can tell us about fashion and the people who make it.

D *Matthew Linde: Wie bist du auf die Idee gekommen, eine Recherche über Mode-Ephemera zu machen?*

Marco Pecorari: Ich bin zufällig im Archiv des Antwerpener Modemuseums MoMu auf diese PR-Materialien gestoßen und war total begeistert von ihrer Fülle und wie extravagant sie sind. In den säurefreien Kartons fand ich die berühmten Kataloge in Akkordeon-Form des Maison Martin Margiela, Walter Van Beirendoncks Candy-Einladungen, Yamamotos auseinanderfaltbare Kataloge und Dries van Notens Pressemitteilungen in Gedichtform. Mir fiel sofort auf, dass es keine tiefgehenden akademischen Studien dazu gibt, sondern nur ein paar Coffee-Table-Books. Mich interessierte, dass sie ein erläuterndes Material zu Modekollektionen sind, die das Potenzial haben, Licht auf die Konzeptionen der Designer zu werfen und Ausdruck des kollaborativen Arbeitens sind. Sobald diese Ephemera Archiv-Objekte sind, werden sie zu einzigartigen Zeugen, um etwas über die komplizierten Autorschafts-Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteuren in der Mode zu erfahren (Fotografen, Make-Up-Artists, Grafik-Designer, Art Directors, ...). Darüberhinaus werden die Ephemera zu Metaphern der Mode selbst: Die Industrie investiert ökonomisch und kreativ in sie, aber gleichzeitig werden sie ganz einfach entsorgt.

Welche Marken haben sich dabei als besonders erfinderisch herausgestellt?

Meine Recherche war auf belgische Designer fokussiert, aber global gesehen faszinieren mich vor allem die Yamamoto-Kataloge. Während der 80er und 90er Jahre entstanden

viele geniale Kollaborationen, mit den berühmten Fotografen Nick Knight und Paolo Roversi und Grafikdesignern wie Peter Saville und Paul Boudens. Die Kataloge des japanischen Designers sind essentiell, um seinem Diskurs zu folgen. Yamamotos Ephemera sind immer auch Schauplatz für seine Texte. Oft wird der Diskurs der Mode-Designer nur unter dem Gesichtspunkt ihres Celebrity-Status oder ihrer PR-Funktion betrachtet, dabei haben viele Designer ernsthaft über ihre eigene Arbeit und Mode generell geschrieben. Daher sind die Ephemera wichtige Dokumente, die zeigen, dass Modedesigner genauso wie Künstler, Grafik- und Produktdesigner selbstreflexive Kommentatoren zu Mode und ihrer Rolle in der Gesellschaft sind.

In Modeausstellungen liegt die Betonung natürlich immer auf den Kleidungsstücken. Gibt es Beispiele, wo es gelungen ist die Ephemera so auszustellen, dass sie die Ideen des Designers ausdrücken?

Mode-Ephemera wurden nicht immer in Ausstellungen präsentiert. Ursprünglich waren es einfach Dokumente, um Schnitte oder Mode zu studieren. In den 70er Jahren begann man dann, sie auszustellen. Die Ausstellung „Fashion Plates“ (1971) im Costume Institute des Metropolitan Museum of Art war ein wichtiger Wendepunkt. Spannende und innovative Konzepte findet man heute in den Retrospektiven des MoMu, wo ganze Bereiche nur Einladungen und Katalogen gewidmet sind. Zum Beispiel gab es bei der Ausstellung von Bernhard Wilhelm einen eigenen Bereich für die Lookbooks und Kataloge (gestaltet von Freudenthal/Verhagen). Die Besucher konnten mit den Materialien direkt interagieren und

E *Matthew Linde: Could you explain the impetus behind your research into fashion ephemera?*

Marco Pecorari: My research started from a chance encounter with promotional materials in the [Antwerp fashion museum] MoMu's archive. I was stunned by the quantity and extravagance of these materials. Inside these acid-free cardboard boxes, I found the famous Maison Martin Margiela catalogues in the shape of an accordion, Walter Van Beirendonck's sweets invitation, Yamamoto's foldable catalogues, Dries Van Noten's press releases written in the shape of poems. I immediately wondered why there had been no in-depth academic

research on them, just a few coffee-table books. Initially, my interest was simply in showing their capacity to be paratextual materials in fashion collections, their potential in explaining the concept of a designer, and their being part of the expression of the collaborative work. As archival objects, these ephemera are unique artifacts to learn about the multiple authorial relationships between fashion actors (photographers, make-up artists, graphic designers, art directors...). Furthermore, these ephemera become metaphors for fashion: the industry invests economically and creatively in their creation but at the same time discards them so easily.

What brands did you find particularly inventive in your research?

I focused mainly on Belgian designers, but also looked worldwide. I am particularly fascinated by Yamamoto's catalogues. Throughout the 1980s and 90s we see a huge number of amazing collaborations with famous photographers like Nick Knight or Paolo Roversi, and graphic designers like Peter Saville and Paul Boudens. The Japanese designer's catalogues are crucial for retracing the fashion designer's discourse. His ephemera always become terrain for his writings. Too often fashion designers' words have been limited to celebration and promotion, but many designers have



Especially discussed and written about their own practice and fashion at large. In this sense, ephemera become very important tools to show how even fashion designers – like graphic designers, artists or product designers – have been self-reflexive commentators on fashion and its role in society.

There is obviously a strong garment-oriented focus when exhibiting fashion. Could you talk about moments when fashion ephemera have been effectively exhibited, expressing the ideas of the designers?

Fashion ephemera have not always been showcased in exhibitions. Initially they were simply documents to study dress and/or fashion. The

tendency towards exhibiting fashion ephemera emerged in the 70s. A crucial moment was the exhibition “Fashion Plates” (1971) at the Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art. MoMu’s retrospective exhibitions use more interesting and innovative ways to showcase fashion ephemera, often containing entire sections dedicated to invitations and catalogues. For example, Bernhard Willhelm’s exhibition had a section dedicated to catalogues and lookbooks, made by the duo Freudenthal/Verhagen, where visitors could physically touch and flip through all these ephemera. Another interesting case was the installation *Fashion*

Archives 1995–2009 by M/M Paris for the exhibition “Not in Fashion” at the MMK Frankfurt in 2010. Here the graphic designers not only showed invitations, catalogues or posters, but created ad hoc cabinets and hangers following the aesthetics of the ephemera.

What were some examples of ephemera you found particularly illuminating?

If I had to choose, I would say Dries Van Noten’s A/W 1992–93 invitation, which “asks” to be touched rather than to be looked at. It is a 10 x 20 cm piece of yellow wool fabric that gives a glimpse into the character of the new collection, and then becomes a

SHOWROOM PARIS

2 till 5 February '92
HOTEL ST-JAMES & ALBANY
(the Baccarent)
Entry: 6 Rue du Vingt-Neuf Juillet
PARIS 1
Tel: 42 60 31 60

PRESS OFFICES
&
INTERNATIONAL SHOWROOMS

Dries Van Noten - Belgium
Tel: 32 3 232 26 12
Fax: 32 3 231 47 76

INVITATION

Défilé

COLLECTION

M I N

Winter 92-93



DRIES VAN NOTEN

JAPAN

Renown Look Inc. Tokyo
Tel: 3 799 91 39
Fax: 3 799 73 75

ITALY

En Bocci - Milano
Tel: 02 22 51 12
Fax: 02 295 26 509

Saturday

1 February '92
16h30

HOTEL ST-JAMES & ALBANY
(the Baccarent)
Entry: 6 Rue du Vingt-Neuf Juillet
PARIS 1

FLAIR

Valid for 1 person and strictly personal.
Please show this invitation at the door.

Die Ephemera durchblättern. Ein anderes interessantes Beispiel war die Installation „Fashion Archives 1995–2009“ von M/M Paris für „Not in Fashion“ am MMK Frankfurt im Jahr 2010. Die Graphikdesigner haben nicht einfach nur Einladungen, Kataloge und Poster gezeigt, sondern installierten improvisierte Vitrinen und Gestelle, die ästhetisch auf die Ephemera reagierten.

Welche Ephemera waren für dich besonders aufschlussreich?

Wenn ich mich für etwas entscheiden müsste, dann wäre es die Einladung von Dries Van Noten *A/W 1992–93*, die angefasst und nicht nur angesehen werden will. Sie ist 10 x 20 cm groß und aus gelbem Wollstoff – ein Stoffmuster, das einen unmittelbaren Eindruck der neuen Kollektion gibt und nach der Show Teil ihres Entstehens bleibt. Sie drückt aber auch aus, wie wichtig Material für Dries Van Noten ist.

Welche Auswirkung hat die Digitalisierung und Online-Archivierung auf Mode-Ephemera? Gibt es Designer, die neue Techniken

für die Post-Internet-Generation adaptieren?

Diese Praktiken verändern sich ja ständig, besonders in unserer digitalen Welt. In einer Box im MoMu über Maison Martin Margiela fand ich ein weißes Blatt mit einem QR-Code. Darunter steht: „MMM Einladung S/S 12“. Als ich den Code scannte, kam ich zu einem Broken Link, der einmal zum Video einer Pariser Model-Schule führte. Das Video spielte auf selbstreflexive Tendenzen im Mode-Diskurs an, aber zeigte auch die Problematik des Digital Turn. Das Material zirkuliert mehr und mehr online als physisch. Das ist eine neue Herausforderung beim Sammeln, Konservieren und Studieren zeitgenössischer Mode.

Matthew Linde ist Modewissenschaftler und Autor. Er lebt in Melbourne und New York.

Marco Pecorari ist Assistenzprofessor für Modegeschichte & Modetheorie an der Parsons Paris.



© Maison Margiela

sort of touchable testimony of the material used in its creation, emphasising the role played by fabric in Van Noten’s approach to fashion design.

How do you understand the technological shifts of online digitisation affecting fashion ephemera? Are there designers adopting new techniques in ephemera for the post-internet period?

These practices are in constant evolution – especially in this present, highly digital moment. In MoMu’s boxes

on Maison Martin Margiela, I found this white page with a QR code with “MMM invitation S/S 12” written underneath. When I scanned it, I was directed to an expired link which originally showed a video from a Parisian school for models. The video alludes to the self-reflective tendencies of fashion discourses, while also revealing the problems of digitalisation, in that materials are circulated online rather than in a material format. This

adds another variable to our challenge to collect, conserve, and study contemporary fashion.

Matthew Linde is a fashion researcher and writer, who lives between Melbourne and New York.

Marco Pecorari is Assistant Professor and Programme Director of Fashion History and Theory at Parsons Paris.