

Umwelt

Grün ist das neue Schwarz

Öko-Mode findet zunehmend Anhänger. Selbst große Bekleidungsketten kommen am Trend nicht vorbei

VON JÖRG OBERWITTLER

Letzte Handgriffe im Postbahnhof in Friedrichshain: Aussteller rücken Bügel mit Biobaumwoll-Kleidern zurecht, zupfen an Pullovern aus recycelter Kaschmirwolle, reihen pflanzengeerbte High Heels auf. Am Donnerstag startet hier die deutschlandweit einzige Messe für Öko-Mode „thekey.to“. Zum dritten Mal in Folge präsentieren Aussteller anlässlich der Berlin Fashion Week ausschließlich Naturmode und nachhaltige Lifestyleprodukte, darunter neben Kleidung auch Accessoires, Raw-Food und Naturkosmetika.

Bei seiner Zwischenbilanz kann sich Mitgründer Frans Prins ein Lächeln nicht verkneifen. Um ein Drittel mehr Aussteller haben sich dieses Jahr für das Mode-Event angemeldet. Der 30-jährige Holländer spricht von einer „starken internationalen Plattform“, von einer „Bewegung“ und von „Öko-Aktivismus neuerer Stils“, die in der Messe ihren Ausdruck finde. Lieber den Biobaumwoll-Pullover kaufen, als lediglich über nachhaltige Anbauweisen in Südchina am Küchentisch philosophieren.

In der Tat haben die Verkaufszahlen der „grünen Mode“ in den letzten Jahren spürbar zugelegt. Kreative Jungdesigner beweisen, dass Naturmode schick und tragbar sein kann. Große Bekleidungsketten zeigen, dass sich niemand für ein Biobaumwollshirt finanziell verausgaben muss. Inzwischen ernten Plantagenarbeiter pro Jahr laut Biobaumwollverband „Organic Exchange“ weltweit 175 000 Tonnen Biobaumwolle. Eine Steigerung von 20 Prozent, gemessen am Vorjahr. Noch entspricht dies gerade einmal einem Prozent am Markt, doch das Bewusstsein für Bio-Mode wächst. Grün sei das neue Schwarz, sagt die einflussreiche Modekritikerin Suzy Menkes der US-Zeitung „Herald Tribune“.

„Die Öko-Mode ist da, wo die Biolebensmittel vor ein paar Jahren waren“, stellt Kirsten Brodde, Hamburger Journalistin, Buchautorin und Bloggerin, fest. Grüne Kleidung profitiere von einer generellen Nachfrage nach „gläsernen Produkten“. Die Kunden wollen wissen, wo und unter welchen Bedingungen ihr Produkt hergestellt wird.

Dann kommen sie zum Beispiel in einen Laden wie „Wertvoll“, Berlins ersten „Green Fashion Shop“. In dem kleinen, gemütlichen Geschäft in Prenzlauer Berg hängen seit April vergangenen Jahres ausschließlich nachhaltige, aus ökologischen Materialien hergestellte Kleidungsstücke. „Wir hatten einen Super-Start und merken, dass das Interesse der Kunden sehr groß ist“, sagt die Designerin Judith Finsterbusch (33), die das Konzept mit Monika Lesinski entwickelt hat. Und das seien nicht nur die gut situierten, ökobewusstesten Kundin-



WERTVOLL GMBH

Das Label „Wertvoll“ steht für Dessous aus umweltgerechten Materialien.

MODISCH UND KORREKT

Siegel: Ein gesetzlich geschütztes Siegel für grüne Mode existiert noch nicht. Die Zeitschrift „Ökotest“ gibt in ihrem Ratgeber „Kosmetik & Wellness“ einen Überblick über Textillabel. Er ist für 5,90 Euro am Kiosk erhältlich.

Einkaufsleitfaden: Die Fair Wear Foundation (FWF) nennt auf ihrer Webseite ihre Mitglieds-

Textilunternehmen, die sich für faire Produkte einsetzen und diese unabhängig durch die FWF verifizieren lassen. Der Arbeitsverhaltenskodex der FWF gilt als einer der strengsten der Branche.

Messe: Die Messe „thekey.to“ läuft vom 8. bis 10. Juli im Postbahnhof, Straße der Pariser Kommune 8. Allgemeiner Publikumstag

ist Samstag der 10. Juli. Weitere Informationen: <http://thekey.to>

Lektüre: Welchen Weg ein T-Shirt zurücklegt, bis es im Laden liegt, hat die US-Amerikanerin Pietra Rivoli unterhaltsam in ihrem Buch „Reisebericht eines T-Shirts“ (Econ-Verlag, 16 Euro) beschrieben. Sie erklärt anschaulich die Schattenseiten des Welthandels.

nen aus Prenzlauer Berg, sondern durchaus auch Touristen, die durch den Internetshop aufmerksam geworden sind und gezielt den Laden ansteuern.

Doch „grüne Mode“ bedeutet nicht per se, dass das Kleidungsstück auch fair gehandelt, also unter akzeptablen Arbeitsbedingungen hergestellt und vertrieben wurde. Mehr als 95 Prozent der in Deutschland verkauften Textilien kommen aus Billiglohnländern und werden dort unter miserablen, klimaschädlichen Bedingungen erzeugt. Die „Kampagne für saubere Kleidung“ hat errechnet, dass die Lieferkette einer Jeans leicht 19 000 Kilometer betragen kann. Die Baumwolle komme aus Kasachstan, das Garn aus Indien, auf den Philippinen wird gefärbt, in Polen gewebt, in China genäht, in Italien kommen die Knöpfe dran, in Rumänien die Herstellungsschilder – bis es dann schlussendlich in den hiesigen Kaufhäusern oder Boutiquen hängt, so der Verein „Verbraucher Initiative“.

Und so liegt grüne, fair gehandelte Mode zwar im Trend, aber noch nicht in sämtlichen Läden. In Deutschland gebe es derzeit nur eine Hand voll „Green Concept Stores“, die ausschließlich grüne Mode vertreiben, meint die Berliner Designerin Carolin Graening des Labels „caro e.“, das sich ganz ökologisch hochwertigen Materialien verschrieben hat. Das Interesse sei da, „aber es hat sich dann doch recht schnell erschöpft“. Länder wie die USA seien da schon weiter. Die Designerin bietet handgestrickte Kleidungsstücke, trennt alte Lederkleidung auf und näht daraus Taschen und Ketten. Den Käufern sei wichtig, dass es sich auf der Haut gut anfühlt. Vor allem der Kindermodemarkt biete noch viel Potenzial: „Müttern fällt es leichter, den Bio-Strampler zu kaufen, als das T-Shirt aus Biobaumwolle für sich selbst.“ Sie wollen ihrem Kind etwas Gutes tun, haben Angst vor Allergien.

Jedes Wochenende ein neues Kleidungsstück und „grüne Mode“ – das lässt sich nicht miteinander vereinen. In den vergangenen Jahren sind auch „Billig-Modediscouter“ wie Pilze aus dem Boden geschossen. Rund ein Drittel aller verkauften Textilien in Deutschland stammt laut Gesellschaft für Konsumforschung aus Modediscoutern. Selbst Mädchen mit wenig Taschengeld können sich so jeden Monat zwei neue Outfits gönnen. Umweltschützer sehen den Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit somit auch darin, den eigenen Konsum zu überdenken. „Wir verbrauchen für unsere Kleidung zu viele Ressourcen“, sagt Journalistin Kirsten Brodde. Fasern, Wasser und Energie. Somit macht es letztlich nicht nur die Qualität, sondern vor allem: die Masse.