

# Grün Couture

VON KIRSTEN BRODDE UND CHRISTIAN GRUND (FOTOS)



Öko-Mode ist in. So einfach wie bei dieser Kunstaktion kommt man aber nicht zu grüner Kleidung. Denn auch Naturfasern werden oft chemisch weiterverarbeitet. Dagegen sind Kunstfasern besser als ihr Ruf.

GREENPEACE MAGAZIN 3.08

**D**ie Entscheidung, auf einer Modemesse eine satirische Kunstaktion zuzulassen, war von seltener Kühnheit. Schließlich mussten die Macher der Berliner „Premium“ damit rechnen, dass die Besucher der „Green Area“ die Performance durchschauten und womöglich beleidigt sein würden. Denn tatsächlich zielte

die Aktion der Schweizer Studenten einzig darauf, die Designer und Einkäufer von Modefirmen bei ihrem hilflosen Versuch vorzuführen, schnell zu ökologisch korrekter Mode zu kommen.

Ohne jeden Argwohn strömten die Modeliebhaber an den Stand des „Bundesamtes für Bekleidung“ und ließen sich von bitterernst blickenden angeblichen Beamten mit streng gescheitelten Haaren ein Kleidungsstück ihrer Wahl abnehmen, um es „begrünen“ zu lassen. Am Ende – so versprachen die Bediensteten – sei es nicht nur ästhetisch, sondern auch ethisch einwandfrei. Dazu musste das Objekt allerdings zunächst „durchleuchtet“ werden. Sicher trug die Autorität des Amtes dazu bei, dass niemand fragte, wie sich eigentlich mit einem gewöhnlichen Scanner analysieren ließe, ob Shirts, Schuhe & Co. unter menschenverachtenden Bedingungen oder gar mit Kinderarbeit gefertigt wurden. Selbst als das abgegebene Kleidungsstück mit einem normalen Kescher in einen Glasbottich voller Kunstnebel versenkt wurde, um seine Chemikalienfracht zu ermitteln, ahnten die Modejunkies nichts. Hauptsache, am Ende wurde die Kleidung durch minutenlanges Halten unter grünes Licht von allen Giften befreit und mit einem Label versehen, der einem Orden ähnelte.

Nach dieser Aktion ist eines sicher: Radikale Aufklärung darüber, dass Vogelzwitschern im Hintergrund und grün schimmerndes Deckenlicht noch nicht für ein gutes Gewissen sorgen können, hat die Modebranche dringend nötig.

Dabei deutete sich auf der Berliner Modenschau durchaus ein Umbruch an. Erstmals geballt zu sehen war grüne Prêt-à-Porter-Mode des dänischen Luxuslabels Noir oder der deutschen Designerin Inka Koffke. Daneben hing tragbare und erschwingliche Öko-Streetwear von kleineren Anbietern wie Stewart & Brown (USA), Kujichi (Niederlande) oder Misericordia (Peru) sowie größeren Ketten wie Jack & Jones aus Dänemark. Und auch eine neue Kollektion der britischen Designerin Katharine Hamnett war zu sehen, die

bereits in den 80er-Jahren Furore mit Protest-Shirts aus Biobaumwolle machte. Sie ist sich treu geblieben. „Erlöse uns von dem Bösen“ stand auf einem ihrer Shirts, mit dem sie die gängigen Praktiken der Textilindustrie aufspießte, die ihre Kleidung durch Chemiebäder ziehen und zu Hungerlöhnen schneiden lassen (siehe GPM 3.04). Selbst lang erwartete Accessoires wie Taschen aus Filz oder Hanf, Schals aus Biowolle und Gürtel aus pflanzlich gegerbtem Leder gehörten zur Leistungsschau. „Endlich ein Sortiment, mit dem man auch einen Laden bestücken kann“, erklärte ein erfahreter Branchenbeobachter.

Manches war so cool und lässig, dass man es direkt von der Stange reißen mochte; der Markt hat offenbar entscheidende Impulse bekommen. Viel Schnittiges kam aus Großbritannien, wo inzwischen energische Händler wie die Supermarktkette Tesco oder die Kaufhauskette Marks & Spencer auf „positive purchasing“ setzen und korrekte Kleidung verkaufen – an Kunden, die mit ihrem Konsum die Welt verändern und dabei auf nichts verzichten wollen, am wenigsten auf Schick.

**Diese modernen Verbraucher haben auch einen Namen: Sie heißen LOHAS („Lifestyle of Health and Sustainability“)** und sind laut New York Times „die schnellstwachsende Verbrauchergruppe“ weltweit. Einer Umfrage der Unternehmensberatung „Accountability21“ zufolge interessieren sich inzwischen knapp 70 Prozent der Kunden für die Herkunft und Herstellung der Waren, die sie kaufen. Ökonomisch sind sie interessant – dank dieser bewussten Klientel schnellte etwa der Umsatz von Ökolebensmitteln in Deutschland seit 2000 von zwei Milliarden auf über fünf Milliarden Euro im Jahr 2007 hoch. Wie viel die neuen Ökos inzwischen für saubere und sozialverträgliche Mode ausgeben, weiß momentan niemand genau. Ein Indiz mögen die steigenden Erträge der jungen Branche sein. Das holländische Ökomode-Label Kuyichi steigerte allein von 2004 auf 2005 seinen Umsatz um 2,7 auf 6,1 Millionen Euro. Angepeilt sind 12 bis 14 Millionen Euro jährlich. Diese Entwicklung ruft Textilriesen wie H&M oder C&A auf den Plan, denen Umdenken bisher fremd war. Noch ist unklar, wer nur kurz auf der grünen Welle surft und wer schon bald wieder abspringt, wenn die Hürden für Ökomode zu hoch werden (GPM 4.07). Ein „echter Mar- ➤

### Biobaumwolle ist gefragt. Wie viel wird geerntet?

Die Erntemengen der begehrten Naturfaser sollen 2008 auf rund 100.000 Tonnen steigen. Das entspricht einem Anteil von 0,4 Prozent an den weltweiten Ernterträgen von Baumwolle, die bei rund 25 Millionen Tonnen liegen.

### Woher kommt die Biobaumwolle?

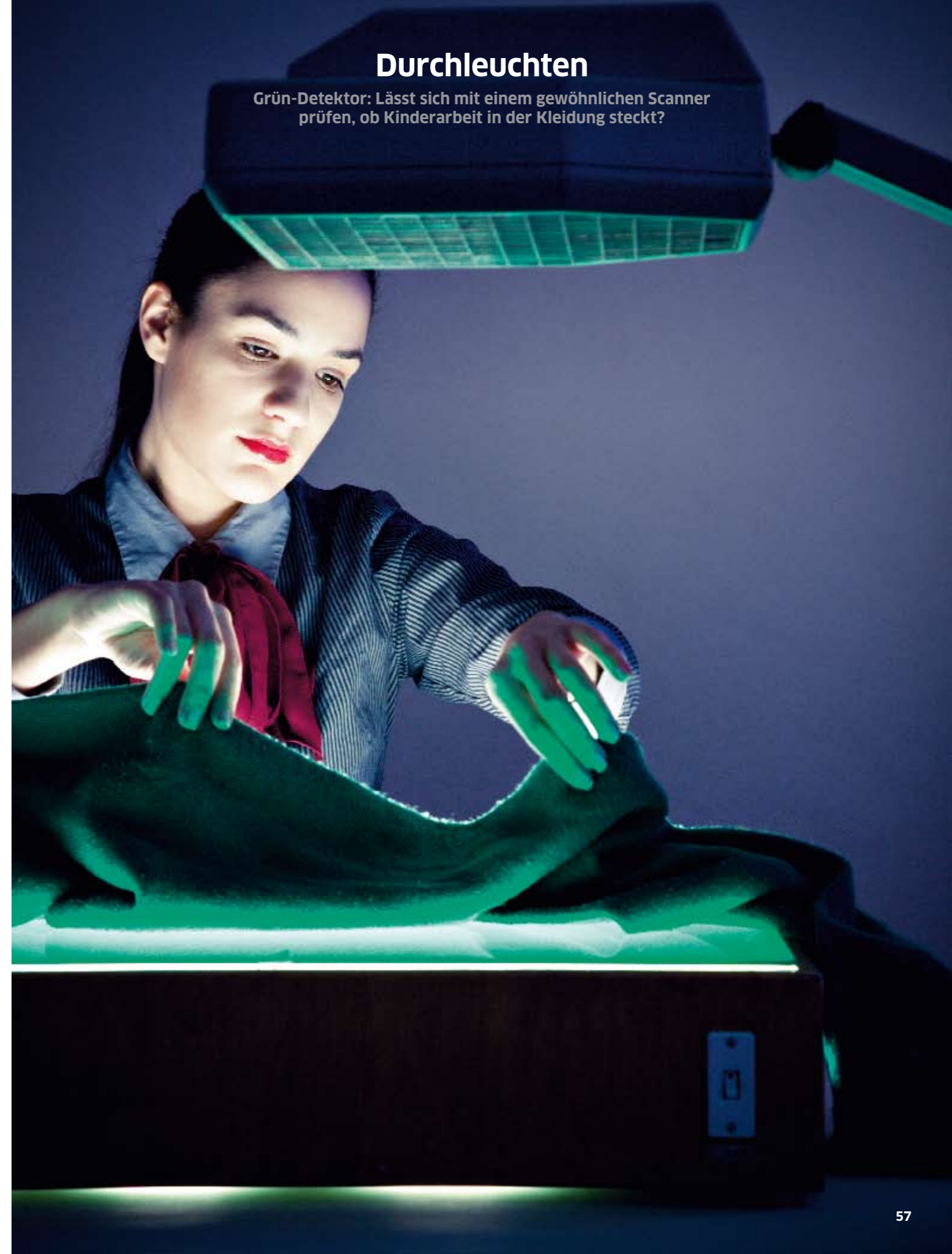
Fast 40 Prozent stammen aus der Türkei, 32 Prozent aus Indien. Mit weitem Abstand folgen dann China (7,7 Prozent), Peru (3,5 Prozent) und Uganda (3,1 Prozent).

### Wer kauft die meiste Biobaumwolle?

Die fünf Großen heißen: Walmart, Nike, Woolworth, Coop Schweiz und C&A. Bis 2010 sollen die Umsätze mit Biobaumwolle weltweit auf 6,8 Milliarden US-Dollar steigen. Am stärksten im Kommen ist C&A: 2008 verarbeitet der Textilhändler 7500 Tonnen Biobaumwolle – das sind 7,5 Prozent der gesamten Erntemenge.

## Durchleuchten

Grün-Detektor: Lässt sich mit einem gewöhnlichen Scanner prüfen, ob Kinderarbeit in der Kleidung steckt?



## Begutachten

Können strenge Blicke ermitteln, wie viel grünes Licht ein Schal braucht, um nicht nur ästhetisch, sondern auch ethisch einwandfrei zu sein?



shall-Plan“ fehle den meisten, lästert Joachim Schirmmacher von der Stiftung der deutschen Bekleidungsindustrie, alle schielten jetzt auf Naturfasern und produzierten daraus allzu schrille Kollektionen, die nicht langlebig und damit wirklich ökologisch seien. Den „European Fashion Award“ 2008 hat Schirmmachers Stiftung deshalb nur an Nachwuchs verliehen, dessen Entwürfe auch das Zeug zum Klassiker oder „Lieblingsteil“ hätten. Der erste Preis ging an eine Berliner Studentin, die nicht nur auf Biobaumwolle setzte, sondern auch auf tragbares Design in Schwarz – die Farbe, die nach wie vor am längsten in den Kleiderschränken hängen bleibt.

**Offenbar sind die Modemacher von morgen gewillt, andere Wege zu gehen.** Wie schult man aber die bereits Arrivierten? Die gute Nachricht ist: An Trainingsangeboten durch erfahrene Experten mangelt es nicht. Im März wagte die in Amerika ansässige „Organic Exchange“, eine Lobbygruppe für Biobaumwolle, den Sprung nach Europa und eröffnete ein Büro in Amsterdam – gefördert mit Mitteln von Entwicklungshilfeorganisationen wie der holländischen Fairtrade-Stiftung Solidaridad. Zur ersten Schulung, die hoch über den Dächern der niederländischen Hauptstadt stattfand, kamen über 100 Interessierte – Baumwollanbauer und Leiter von Spinnereien aus der Türkei genauso wie Farbenproduzenten und Händler wie Tchibo. Als Anreiz erzählte Phill Chamberlain, Einkaufsdirektor von C&A, welche ambitionierten Pläne der einstmals als hausbacken geschmähte Gigant hat, in dessen 1200 Läden jeden Tag zwei Millionen Menschen einkaufen. 1200 Tonnen indischer Biobaumwolle hat C&A 2007 verarbeitet, 2008 soll es schon die sechsfache Menge sein. Das sind 12,5 Millionen Öko-Leibchen, die zum selben Preis verkauft werden wie ihre konventionellen Gegenstücke. Ob die grüne Ware genügend Geld in die Kassen spült, wird sich zeigen. Immerhin: Mit seinem Engagement wird C&A vor Walmart, Nike, Woolworth und Coop liegen – den bislang größten Abnehmern von Biobaumwolle weltweit. Die wirtschaftliche Bedeutung des C&A-Einstiegs für Anbauländer wie Indien, aber auch Uganda oder Peru ist immens.

Wermutstropfen bleibt der Tunnelblick der Newcomer, die sich allzu stark darauf konzentrieren, nur die Rohfaser – die Baumwolle – ökologisch zu optimieren. Denn das reicht schlichtweg

nicht, wenn das Kleidungsstück beim Spinnen, Weben, Färben und Veredeln dann doch noch mit einer Flut von Chemikalien traktiert wird, die es zu wahrer „Reizwäsche“ machen. So kann eine Jeans, die mit rabiaten Methoden auf alt und löchrig getrimmt wurde, immer noch das Etikett „100 Prozent Biobaumwolle“ tragen, was zwar nicht falsch, aber allenfalls die halbe Wahrheit ist. Das stößt vielen Pionieren und Kontrolleuren der Branche bitter auf, die darauf beharren, ein wahrhaft grünes Kleidungsstück müsse auf dem ganzen Weg bis in den Schrank pur und weitgehend ohne chemische Mitgift bleiben. Eher beiläufig wurde in Amsterdam darüber berichtet, dass es endlich ein weltweit gültiges Siegel gibt, was exakt dieses bestätigt und deutlich mehr Klimmzüge von der Branche verlangt. Der „Global Organic Textile Standard“ – kurz GOTS – regelt mit Positivlisten, welche optischen Aufheller oder Farbstoffe auf die Kleidung dürfen. So nötigen die Macher die zögerliche Chemieindustrie, weniger problematische Substanzen für die „Textilveredelung“ zu entwickeln, in der sage und schreibe rund ein Viertel der weltweit produzierten Chemikalien eingesetzt werden.

Das Label – so erfährt man leider auf Nachfrage – hat aber bislang nur ein sperriges Kürzel. Das optisch eingängige Motiv steht erst auf dem Entwurfsblock. „Auf dem runden grünen Signet wird eine Art Kaftan zu sehen sein, der überall auf der Welt als Kleidungsstück erkannt wird“, erklärt Gabriele Kolompar, Chefin von Engel Naturtextilien und maßgeblich an der Entwicklung des GOTS beteiligt. Geärgert hat sie sich über einen Auftritt der ehemaligen grünen Verbraucherschutzministerin Renate Künast, die zum Trendseminar auf der Berliner „Premium“ eingeladen war und dort der Branche Nachhilfe in Sachen Siegel erteilte. Denn noch ist der GOTS weder klar noch bekannt genug, was Künast zu Recht beklagte. Überdies ist der Standard weder in deutschem noch in europäischem Recht verankert. Immerhin: „Er kann sicher der Nukleus von etwas Neuem sein“, sagt die Grünen-Fraktionschefin, die darauf drängt, viel mehr Mitmacher zu gewinnen, damit das Label nicht exklusiv bleibt, sondern auf möglichst vielen Kleidungsstücken prangt.

Übrigens umfasst der GOTS selbstverständlich auch soziale Standards, kann also den Dschungel von puren Sozialsiegeln >

### Wie wichtig sind Kunstfasern auf dem Textilien-Weltmarkt?

Knapp 60 Prozent aller Fasern für Kleidung stammen heute aus der Chemiefabrik. 40 Prozent steuert herkömmliche Baumwolle bei. Andere Naturfasern wie Wolle, Flachs oder Hanf fallen mengenmäßig kaum ins Gewicht. Die mit Abstand wirtschaftlich wichtigste Kunstfaser ist Polyester. Fast 80 Prozent der weltweiten Chemiefaserproduktion entfallen auf diese Verbindung.

### Was ist besser an Biobaumwolle?

Konventionell angebaute Baumwolle wird ausgiebig mit Kunstdüngern und Pestiziden traktiert – für jedes T-Shirt landen 150 Gramm Gift auf dem Acker. Die Fasern für ein Shirt aus Biobaumwolle hingegen werden ohne Agrargifte produziert. Das größte Umweltproblem ist jedoch der enorme Wasserdrurst der Baumwollstauden. Rund 2000 Liter Wasser sind nötig, um genug flauschige Samenfasern für ein T-Shirt zu ernten. Natürlich muss auch Biobaumwolle bewässert werden – Regen allein reicht meist nicht.

wie von der Fair Wear Foundation oder der Fair Labor Association ersetzen. Die Kunden könnten endlich alles inklusive haben und sicher die Spreu vom Weizen trennen, denn in einer boomenden Branche ist man vor Mäuscheleien nie sicher.

**Noch sind zwar keine eklatanten Fälle von Greenwashing bekannt** geworden, bei denen etwa chemiebelastete Ware als bio verkauft wird. Aber einige Produkte sind zumindest zweifelhaft. So stillen einige Firmen und Kunden ihren Jieper auf neue grüne Naturfasern mit Ware aus Bambus, werblich oft Bamboo genannt. „Hier dient Bambus aber lediglich als Rohstoff für Zellulose, die dann zu Viskose weiterverarbeitet wird“, erklärt Inspektorin Mecki Naschke von der Schweizer Kontrollstelle IMO, Spezialistin für grüne Mode. Um die Zellulose auszukochen und die Spinnmasse zu gewinnen, sei der ausgiebige Einsatz von Chemikalien nötig. Von „öko“ könne man da nicht mehr reden. Viskose, Modal oder Tencel gelten deshalb als Chemiefasern und haben mit echten Naturprodukten – wie Hanf, Sisal, Nessel oder Kapok, die ebenfalls im Kommen sind – nichts zu tun.

Synthetiks aber per se zu verteufeln, ist auch nicht richtig. Niemand will riesige Monokulturen von Biobaumwolle oder für Hanfanbau Naturschutzgebiete roden, um so den weltweiten Bedarf an Rohstoffen für Kleidung zu decken. Das wäre auch illusorisch. Mehr als die Hälfte aller Fasern für Kleidung, Heimtextilien und industrielle Zwecke stammen heute aus der Chemiefabrik. Und natürlich lassen sich auch diese Fasern sauber verarbeiten.

„Den GOTS auf Kunstfasern wie Polyester auszuweiten, kann ich mir vorstellen“, sagt Gabriele Kolompar zuversichtlich, wohl wissend, wie vehement ihre Mitstreiter aus dem Naturtextil-Verband gegen Fasern opponieren werden, die auf dem nicht erneuerbaren Rohstoff Erdöl basieren.

Dabei ist klar, dass Kunstfasern vor allem in Funktionstextilien unverzichtbar sind. Kein Triathlet steigt beispielsweise nach dem Schwimmen in Baumwollwäsche aufs Rad, die ihm nach den ersten Kilometern auf dem Leib klebt und in denen er später noch laufen soll. Folgerichtig sind es vor allem Sportbekleidungshersteller, die sich beraten lassen, um ein Plus an Funktion nicht mit einem Mehr an Chemie zu erkaufen. So lässt sich beispielsweise der Out-

door-Spezialist Patagonia vom Schweizer Unternehmen „bluesign technologies“ erklären, wie er Wasser, Energie und problematische Chemie sparen kann. Der „bluefinder“ – eine gut gefütterte Datenbank – verrät, welche Textilchemikalien erlaubt sind. Blau gekennzeichnete gelten als unbedenklich, „graue“ Substanzen dürfen nur dann verwendet werden, wenn kein Ersatz möglich ist. Alles was „schwarz“ ist, steht auf dem Index. Hersteller von Bekleidung und Textilveredlern dient diese Ampelkennzeichnung als Orientierung, die Nachfrage wächst, „bluesign technologies“ hat jüngst eine Dependence in Augsburg gegründet.

„Wirklich abfahren tut die Branche derzeit auf Recycling-Programme“, sagt Thomas Schäfer von bluesign. Bei Polyester klappe das am besten, man könne die chemische Reaktion umkehren, die Grundstoffe wieder frisch zusammenfügen und zu neuen – hochwertigen – Kleidungsstücken verarbeiten. Patagonia experimentiert damit, aber auch hippe, kleinere Surfmode-Hersteller wie die britische Firma „Finisterre“ aus Cornwall. Dazu müssen die ausgedienten Altkleider allerdings in die Läden zurückgetragen werden. Manche dieser Windbreaker oder Wanderschuhe sind aber Lieblingsteile, von denen man sich nur ungern trennt. Die Rücklaufquoten sind jedenfalls bisher gering.

Fragt sich dennoch, wann die renommierten Modemultis die öko-optimierten und kreislauffähigen Kunstfasern bemerken und in den wachsenden Markt einsteigen. Bislang scheinen Branchenriesen, vor allem Sportmodehersteller wie Nike, Adidas oder Puma, das anvisierte umweltbewusste Publikum für puristischer und erdverbundener zu halten, als es ist. Anders sind die biederen Kollektionen aus Biobaumwolle, Sojabohnen, Sonnenblumenkernen oder recycelten Reishülsen nicht zu erklären. Aber nur weil so viele Branchenbeobachter etwas esoterisch von „Karma-Konsum“ reden, heißt das nicht, dass die Kunden nur an Lockersitzendem für die nächste Yogastunde interessiert sind. ◀

Auf den Bildern sind die Studenten der Zürcher Hochschule der Künste zu sehen, die sich das „Bundesamt für Bekleidung“ ausgedacht haben. Mit dieser Performance treten sie auf Modemessen auf und geben vor, Kleidung zu analysieren und dann zu „begrünen“.

Mehr Infos: [www.bundesamt-fuer-bekleidung.ch](http://www.bundesamt-fuer-bekleidung.ch)

### Wie schneiden andere Naturfasern ab?

Verglichen mit Biobaumwolle erscheinen andere Naturfasern wie Hanf oder Flachs (Leinen) umweltfreundlicher, weil sie erheblich weniger Wasser benötigen. Bislang spielen sie aber kaum eine Rolle im wachsenden Markt der grünen Mode – Hanf wird allerdings 2008 der Durchbruch auf den Laufstegen vorhergesagt. 2009 ist das UN-Jahr der Naturfasern: Für einige Exoten wie Sisal, Nessel, Kokos oder Kapok – ein tropischer Baum, aus dessen Früchten sich Fasern gewinnen lassen – erhoffen sich die Hersteller dadurch eine steigende Popularität.

### Woran ist grüne Mode zu erkennen?

Bis Mitte des Jahres soll es ein gut erkennbares und weltweit gültiges Siegel für umweltverträglich hergestellte Mode geben – auf dem rundem grünen Signet wird neben dem Kürzel GOTS (Global Organic Textile Standard) ein Kaftan-ähnliches Kleidungsstück zu sehen sein. Bisher sind aber nur wenige Firmen zertifiziert. Im Übrigen gilt: Das wichtigste Kriterium für ökologische Kleidung ist Langlebigkeit. Wahrhaft ökologisch sind deshalb Lieblingsteile, die zeitlos, pflegeleicht und robust sind und nicht nach wenigen Monaten schon wieder ausgedient haben.

## Auszeichnen

Reicht ein Orden mit dem Aufdruck „Schöngefärbt“, um die Kunden von der Güte der Kleidung zu überzeugen?

