

Flippig, luxuriös oder klassisch

Das Öko-Sackkleid ist out. Junge Designer entwerfen heute anspruchsvolle Mode aus Naturtextilien und recycelbaren Kunststoffen

Susanne Lost

An der Haustür verkündet ein Schild, dass hier die Preisträgerin des Berliner Umweltpreises des BUND 2009 zu finden ist. Doch ihre Besucher holt Magdalena Schaffrin sicherheitshalber selbst am Eingang ab. Das Studio liegt versteckt im Hinterhof eines Neuköllner Altbaus.

Verlaufen wäre nicht schlimm; im Vorderhaus sitzen die Macher von Thekey.to, der Internationalen Messe für grüne Mode, nachhaltigen Lifestyle und Kultur sowie das Büro des Lilli-Green-Onlineshops. Schaffrins Studio ist eine ehemalige Arztpraxis, in deren Untersuchungszimmer heute ein riesiger Schneidertisch steht. Kein kreatives Chaos, die Diplom-Designerin ist perfekt sortiert und entspannt. Magdalena Schaffrin denkt grün, aber nicht schwarzweiß: „Grüne Mode muss genauso als Mode funktionieren, denn Menschen kaufen nicht aus schlechtem Gewissen heraus, sondern nur aus Lust. Schnitte, Stoffe und Stil müssen überzeugen – wenn das Teil auch umweltschonend hergestellt wurde, dann ist es für die Konsumenten attraktiv.“

Die Designerin entwirft seit 2007 für ihr eigenes Label klare, sparsam akzentuierte Stücke – nichts, was morgen schon out ist. Die Materialien – Baumwollbatist, zarter Seidenchiffon, feine Popeline oder Tuch – inspirieren sie zu ihren Modellen. Schaffrin wählt nur Stoffe aus, die das strenge Ökosiegel nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) tragen. So kann sie sicher sein, dass vom Pflanzenanbau über die Verarbeitung der Fasern bis zum Transport keine Pestizide oder Schädlingsbekämpfungsmittel eingesetzt werden und in der gesamten Wertschöpfungskette menschenwürdige Arbeitsbedingungen herrschen. Doch GOTS allein reicht ihr nicht, denn: „Das Zertifikat bezieht sich immer auf Naturtextilien, Chemiefasern sind verboten.“ Doch sortenreine Chemiefasern könne man gut recyceln und wieder zu hochwertigen Produkten verarbeiten. „Cradle to cradle heißt das Prinzip – von der Wiege zur Wiege. Für mich ist auch das Nachhaltigkeit“, sagt Schaffrin.

Grüne Mode findet man im Internet bei Hessnatur.com, Gruenemode.com, Korrekte-klamotten.de, Styleserver.de und vielen anderen. Portale wie das Bekleidungs syndikat oder Zündstoff bieten neben fair produzierter und gehandelter Bekleidung auch Hintergrundinformationen. Obwohl korrekte Klamotten ihren Preis haben und sich gängigen Modekonzepten oft bewusst verweigern, finden sie immer mehr Anhänger.

Aber liegt grün wirklich im Trend? Oder ist es der eher verzweifelte Versuch, sich einer oberflächlichen Konsumwelt und absurden Wertvorstellungen zu verweigern? Jeroen van Rooijen, Zeitgeistanalyst für das Deutsche Modeinstitut DMI, sagt, Green Fashion sei beides: „Einerseits eine modische Erscheinung als Gegen-Statement zu gesellschaftlichen Entwicklungen, andererseits eine langfristige Sache, weil Fragen nach Umwelt, Verantwortung, Ressourcen in den kommenden Jahren massiv an Bedeutung gewinnen.“

Ist eine konsequent ökologisch ausgerichtete Mode in einer modernen Gesellschaft mit einer globalisierten Bekleidungsindustrie überhaupt möglich? Van Rooijen sagt: „Vielleicht am ehesten dann, wenn wir alle lernen, dass eine gute, trendgerechte, preislich rechtschaffene, qualitativ hochwertige Mode gar nicht aus China oder Thailand kommen oder ein internationales Prestigelabel haben



Ein Model präsentiert auf der Veranstaltung **Green Showroom** im Berliner Hotel Adlon Mode aus nachhaltigen Stoffen

„Schnitte, Stoffe und Stil müssen überzeugen – wenn das Teil auch umweltschonend hergestellt wurde, dann ist es für die Konsumenten attraktiv“

MAGDALENA SCHAFFRIN,
Designerin

sagt Kati Drescher: „Den Unterschied im Sehen und Fühlen muss man erleben, um unsere Produkte wertschätzen zu können.“

Anne Gorke aus Weimar mit ihrem Label Vilde Swaner zeigt elegante Kleider, Ksia aus Berlin bietet handgearbeitete Lederwaren, die Marke Pyua voll recycelbare Funktionsbekleidung. Auch nicht zertifizierte Produkte sind dabei, zum Beispiel Accessoires für Radler von der Firma Fahrer, die aus gebrauchten Materialien wie Lkw-Planen und Bootspersennungen entstehen. Ebenso weit von der Bastelcke wie von industrieller Massenware entfernt, passen sie alle ins Eco-Konzept: „Wir bringen Genügsamkeit und Luxus in einen neuen Zusammenhang. Jedes Teil erzählt eine Geschichte von Nachhaltigkeit, Fairness oder Gesundheit – so bekommt Konsum einen Sinn“, sagt Kati Drescher.

Darum geht es auch dem jungen Lingerie-Label Wundervoll. Gründer Matthias Jaschke stammt aus einer traditionsreichen süddeutschen Wäschefabrik und hat seine Firma vor allem durchs Internet und auf Messen international bekannt gemacht. So gibt es die subtilen Dessous der Designerin Luise Blank inzwischen auch in exklusiven Fachgeschäften in Berlin, New York, London, Kopenhagen, Antwerpen. „Der Begriff Green Fashion trifft auf uns in vielen Aspekten zu. Wir entwickeln nicht jede Saison eine komplett neue Kollektion, sondern bauen auf vorhandenen Teilen auf“, sagt Jaschke. „Wir verarbeiten Materialien wie Biophyl, eine synthetische Faser aus Maisstärke, und hochwertige Biobaumwolle, aber auch Seidenjersey, der nach ganz hohen Standards auf der Schwäbischen Alb gestrickt wird und nicht bio ist.“

Auch auf Elastan könne Wundervoll nicht verzichten, sagt Jaschke: „Denn den Kundinnen ist es wichtig, dass jedes Teil gut aussieht und sitzt. Wir müssen da pragmatisch sein. Ganz grün – damit kann man nicht überleben.“ Karl-Heinz Müller, Veranstalter von Bread & Butter, der Leitmesse für Streetwear, sieht das ähnlich: „Öko ist für mich ein Trugschluss. Die einzig sinnvolle Entwicklung geht

CL.A.S.S. Die Abkürzung steht für Creativity, Lifestyle and Sustainable Synergy for fashion, design and lifestyle. Schaffrin verfolgt ihr Konzept konsequent: „Wir haben für den Green Showroom im Juli die CO₂-Bilanz er-

mitteln lassen: Flüge, Autos, Material, Klimaanlage. Für den Preis des CO₂-Ausstoßes haben wir Zertifikate für Umweltprojekte gekauft und so ein klimaneutrales Event zustande gebracht.“ Auch ihre Neuköllner Nach-

Grüne

Labels V
und coole
Stoffen au
in regiona
Schaffrin v
Mode aus
Natur ist E
modelabel
lange als s
aber auch

Material
wolle sind
ist wenige
wolle biol
Baumsäfte
ist eine sc
aus der Ö
Lenpur ist
aus Holz g
seidenwei
Soja Deni
fabriziert.

Zertifika
Organic T
hohen öko
dard. Fairt
rechten H
löhne und
gen. Das S
garantiert
Die Versio
bietet eine
kömmliche

barn von
und erfol
nächste M
die Bread
hof. Die
stark im K

„Die Energie von morgen:
machen intelligente Häuser
schon heute.“



IMPRESSUM

Financial Times Deutschland
Stubbenhuk 3, 20459 Hamburg
Tel. 040/37 03-0
www.ftd.de, E-Mail: leserservice@ftd.de

Redaktion: Volker Bormann (verantwortl.), Tina Stadlmayer
Gestaltung: Andreas Voltmer (Ltg.), Oliver Meisner
Bildredaktion: Christian Kollrich