Fast Fashion versus Alter Stoff Mode Wert-voll

Der Sparsamkeit der Verbraucher beim Kleiderkauf zugunsten von Billigprodukten weicht ein neues Bewusstsein für Qualität und Hochwertigkeit. Auf die Sehnsucht nach Nachhaltigkeit in der Modewelt reagieren zunehmend mehr Designer – beispielsweise mit Recyclingmode.

s ist ein Dilemma mit der Produktion auf Bekleidungsmarkt: Dem kurz getakteten Lebenszyklus so mancher Kollektionen ist kein Kleiderschrank modebewusster Verbraucher gewachsen - andererseits wünscht sich kein Designer, dass seine Kreationen vergangener Kollektionen einfach in den Müll ausrangiert werden. "Simplify your Life!" hört und liest der Verbraucher eindringliche Stimmen, trenne Dich von dem, was Dich belastet und in jedem Fall von dem, was Du mindestens zwei Jahre nicht getragen hast! Um die 26 Kilogramm an textilem Abfall sammelt so jeder Europäer im Durchschnitt jährlich an - und trägt auch durch seinen Kleiderkonsum beachtlich zum Anwachsen der Müllberge bei.

Ein Umdenken findet statt

In der Modeszene rumort es seit geraumer Zeit angesichts der ständig steigenden Bekleidungsproduktion. Unterschiedlichste Reaktionen sind Teil einer frischen Gegenbewegung, die eine respektvollere Haltung und eine neue Wertschätzung den Rohmaterialien und ihrem Design gegenüber fordert. Doch zunächst noch ein Exkurs zum Textilmüll und seiner Zusammensetzung: Rund 750 000 Tonnen Textilien landen laut einer Studie des Fachverbandes Textil-Recycling jährlich Deutschlands Kleidersammlungen, zu einem Großteil bestehen die textilen Ab-



Die fortwährende Suche nach Geweben, die den Atem der Vergangenheit tragen, ist eine Leidenschaft von Modellmacherin Christine Mayer. Alle Kleidungsstücke aus der MAYER PEACE COLLECTION sind von Hand hergestellte Unikate.

fallberge aus Billigprodukten.
T-Shirts oder Hosen zum
Dumpingpreis sind nicht auf
Langlebigkeit ausgerichtet,
sie wegzuwerfen schmerzt
den Käufer weniger. Immer
schneller soll sich die Kaufmaschinerie drehen, so die Rechnung von Herstellern wie dem

Discounter Primark: Kaufen, tragen, wegwerfen, kaufen, tragen wegwerfen. Wie eine logische Konsequenz erscheinen da die sogenannten "Haul Videos", hausgemachte Filme über Beutezüge im World Wide Web: Junge Mädchen filmen sich, während sie Zu-

hause die Ergebnisse ihrer Beutezüge durch die Welt der Fast Fashion vorführen und stellen die Videos dann auf Internetportalen wie You-Tube ins Netz. Billig-Second-Hand hat ausgedient, wenn hier ein T-Shirt für 2,50 Euro angepriesen wird.

Anzeichen für eine ökologische Wende bei der Textilherstellung mehren sich, wie auch Branchenkenner und Autor Andreas Engelhardt in seinem "Schwarzbuch Baumwolle" bemerkt. Zwar greift die breite Masse noch immer zu Billigwaren bei Kleidung wie auch bei Lebensmitteln. Gleichzeitig entsteht eine Gegenbewegung zur Wegwerfmode, ein Bewusstsein für nachhaltig und fair hergestellte Produkte sowie zum Bewahren und Reparieren. Nachhaltiger Konsum wird als Lösung empfunden, wo ein allgemeines Unwohlsein gärt angesichts der Massenproduktion auf den globalen Märkten der Technik, der Nahrungsmittel und der Bekleidung. Nicht zuletzt drängt sich immer mehr ins Bewusstsein, dass Ressourcen limitiert sind und Alternativen gefunden werden müssen, etwa für begrenzt anbaubare Rohstoffe wie Baumwolle oder auch für Erdöl, die Basis von Polyester. Nicht zuletzt Wissenschaft Politik und fühlen sich herausgefordert angesichts umweltbelasten-Herstellungsmethoden und befördern mehr und mehr Lösungsansätze. So fördert die Deutsche Bundesstiftung Umwelt ein biologisches Verfahren zur Bearbeitung von

Polyesterfasern immerhin mit 510.000 Euro, um Alternativen zu einer bisher mit einem hohen Chemikalien-, Stromund Wasserverbrauch verbundene Veredelung zu finden.

Der Umsatzrückgang in der Bilanz so mancher Großproduzenten weist darauf hin, dass Verbraucher auf lange Sicht aussteigen und lieber weniger einkaufen, dafür aber für Hochwertiges, Haltbares und umweltfreundlich Hergestelltes mehr Geld auszugeben bereit sind. Lieber bewusst einkaufen und länger etwas davon haben, lautet die Devise. Besonders auch für junge Verbraucher, wie eine Studie der Trendforschungsagentur Box 1824 des Anthropologen Rony Rodrigues besagt: Die sogenannten Millenials, junge Menschen zwischen 18 und 24 Jahren, kaufen tendenziell eher das, was ihnen eine bessere Zukunft verspricht. Den Millenial, so Rodrigues, beschleicht ein schlechtes Gewissen, wenn er gedankenlos konsumiert. Daher ist er schwer verführbar durch Niedrigpreise oder Luxuswelten in der Werbung.

Oko-Mode in hochwertigem Design

Der Markt für nachhaltige Ökomode, deren prominenteste Schöpferin Stella Mc-Cartney ist, fristet längst kein Nischendasein mehr und ist schon lange nicht mehr gleichbedeutend mit Abstrichen beim Design. In Zeiten, in denen Klimawandel und Ressourcenknappheit immer mehr ins Bewusstsein der Verbraucher drängen, boomen Produkte mit Öko-Touch. So widmete sich auch die letzte Fashion Week Berlin dem Thema Nachhaltigkeit und zeigte Kreationen aus der Altkleidersammlung, dazu Accessoires aus Müll. Alle Kleidungsstücke, die im "Green Showroom" präsentiert wurden, sind ökologisch und sozialverträglich gefertigt. Moderne Streetfashion und Casualwear wiederum machte auf der "Ethical Fashion Show" in Berlin-Mitte Furore:



auf der Messe für nachhaltige Textilien Innatex konnte man sich in der "InnatexLounge" über neueste Trends austauschen.

Auch im Bereich der sonst umweltbelastenden leans-Herstellung sind Innovationen auf dem Vormarsch: Nudie, das Jeans-Label aus Göteburg hat seine ganze Linie auf Bio-Rohstoffe umgestellt, und zwar von der Baumwolle bis hin zum Knopf, Ebenfalls Bio-Baumwolle verwendet das holländische Streetwear-Label Kuvichi - und absolviert Waschungen nicht mit Chemikalien, sondern mit Lasern. Ihren eigenen Ausweg aus der wasserintensiven Baumwollproduktion haben die Schwestern Anja und Sandra Umann gefunden. Für die "veganen" Kollektionen ihres Labels Umasan verwenden sie Fasern aus Buchenholz, Eukalyptus, Bambus oder Sojaprotein - Rohstoffe, die schnell nachwachsen und daher weniger Wasser brauchen und die zunehmend in den Fokus von Modemachern geraten.

Bewahre! Ein Sinneswandel

Neben der Öko-Mode hat sich mit Recycling-Mode, dem sogenannten Upcycling, eine weitere Nische auf dem Modemarkt aufgetan, die vom wieder erwachten Bewusstsein für die Wertigkeit von Textilien profitiert. Im Spannungsfeld aus Modebegeisterung, Krisenzeiten und nachhaltigem Denken ist der Gedanke der Wiederverwertung von Kleidung wieder absolut



vogue. Den Kunden en scheint das Konzept zu gefallen - immer mehr findige. meist junge Designer eröffnen Läden, Ateliers und Schneidergemeinschaften vorzugsweise in Großstädten und bieten dort indivduelle Upcycling-Mode an. Sie nutzen die Berge an Altkleidern und abgelegter Waren vergangener Kollektionen und verarbeiten Stoffstücke oder Fasern zu neuen Kreationen.

Das Wort "Wertigkeit" geht in ihrem Verständnis meist weit über die reine Qualität des Stoffes und die Achtung vor der Schneiderkunst hinaus. Wertigkeit unterfüttern die Upcycling-Designer wesentlich vielschichtiger: Zum einen bewahren sie Kleidungsstücke, die bereits ein Leben haben und deuten sie darüber hinaus durch den kreativen Prozess neu. So entstehen Unikate mit individuellen Geschichten und Patina, die reizvoll zur Hochglanzästhetik bekannter Labels kontrastieren. Mit der Sparsamkeit und dem "Aufarbeiten" früherer Generationen hat das nur begrenzt

zu tun, oftmals verschwimmen die Grenzen von Schneiderhandwerk, Kunst und sozial-politischem Statement.

Aus alt mach' neue Unikate

Upcycling wurde von einzelnen Kreativen beispielsweise im Bereich Accessoires schon länger entdeckt. Prominente Pioniere des Upcyclings wurden die Brüder Markus und Daniel Freitag in Zürich, die 1993 aus einer abgenutzten Lkw-Plane und einem ausrangierten Sicherheitsgurt eine Kuriertasche schneiderten. Die Unikate wurden den beiden Schweizer Unternehmern nur zu gerne von Individualisten abgenommen. Weiterentwickelt hat die Idee Öko-Designer Siem Haffmans aus den Niederlanden. 2004 gründete er die Marke Ragbag, die modische Taschen mit Abfallsammlern in Delhi und Kalkutta für ein trendbewusstes Publikum kreiert.

Inzwischen haben zahlreiche junge Modemacher wie die Designer von Redesign aus

Hamburg die Wiederverwertung zum Geschäftskonzept erhoben und lassen sich von Abgelegtem zu neuen Kreationen inspirieren. Aus der Mode gekommene Kleidungsstücke aus hochwertigen Stoffen sollen nicht einfach ausrangiert werden, sondern erstehen aus damit verbundenen Assoziationen zu neuen Unikaten. So werden, wie beim Label Milch aus Österreich, aus alten Hemden und Herrenhosen neue Kleider. Stoffe, die in ganz anderem Zusammenhang gebraucht wurden, inspirieren Janina Meyer. Sie verkauft unter ihrem Label Ketchup & Majo ehemalige Flugzeugdecken oder Bettwäsche, die sie in Röcke, T-Shirts oder Kleider verwandelt. Schmidttakahashi nennt sich eine Berliner Marke, die Eugenie Schmidt und Mariko Takahashi gegründet haben. Der Praxis ging Theorie voran: Der Wertschätzung aussortierter Kleidung und deren Wiederbelebung hatten sie sogar ihre Diplomarbeit gewidmet. Die von ihnen gesammelten Altkleider erhielten Stück für Stück Identifikationsnummern und wurden in eine Datenbank eingespeist. In die neu entstandenen Kleider wurde ein elektromagnetischer eingenäht - er ermöglichte es dem neuen Besitzer, die Herkunft der Vintage-Stoffe zu identifizieren. Spannend ist auch der Ansatz der Kreativen von aluc: Musterstoffe und Samples, die sonst auf dem Müll landen, sind ihre Objekte der Begierde. Aus ihnen schneidern sie klassische Hemden.

Auch in Hollywood kommt Recycling-Mode aus Deutschland offensichtlich gut an: Stars wie Susan Sarandon und Janet Jackson haben bereits Kollektionsteile Christine Mayer im Kleiderschrank. Seien es auf edel umgerüstete ehemalige Uniformjacken, Röcke aus antiken Mehlsäcken mit unterschiedlichen Original-Drucken aus dem 19. Jahrhundert oder Seesäcken samt Gebrauchsspuren wie Aufdrucken der Königlichen Schifffahrt - Mayer, die aus dem idyllischen Schwarzwald stammt, nimmt dem Ur-Material in ihrer "Peace Collection" seinen Charakter, indem sie an der Schneiderpuppe taillenbetonte Unikate entwickelt. "Den Faden der Geschichte weiter spinnen" nennt sie ihre Vision. Außer





KERBHOLZ-Brillen aus nachwachsendem Rohstoff.

in ihrem eigenen Laden in Berlin-Mitte werden ihre Kollektionen in 80 Shops weltweit angeboten. Ihr Wissen gibt sie gerne weiter: Ab 18. September 2013 bietet Mayer einen dreitägigen Workshop zum Thema "freies Drapieren" an, einer japanischen Technik. Ziel ist es, einen neuen Umgang mit Stoff und Materialien zu erleben.

Ihre Berliner Kollegin Susanne Wagner nimmt sich unter anderem gebrauchte Arbeitskleidung, Trachten, aber auch Sportkleidung vor - in ihren Augen das "demokratische" Kleidungsstück. Mit "Cross Couture" ist der Slogan "recycle to sexiness, recycle to phantasie, upcycle to the future!" verbunden. Ist ein ehemaliger Trainingsanzug mit Schweiß, Hoffnung und Glücksgefühlen seines Trägers aufgeladen, kann das für neuen Träger nicht schlecht sein. "Ich fertige ein Couture Kleid aus einem bereits gelebten Kleidungsstück, dessen Geschichte überall auf der Welt verstanden wird und die eine Beziehung zum Alltagsleben haben", so die Designerin, "sie sind wundervoll und sinnlich, aber nicht fürstlich. In jedem Kleid kontrastiere ich die Eleganz und Schönheit der Modewelt mit dem Element des Flüchtigen, Vergänglichen, bereits Gelebten. Aus Massenartikeln wird Einzigkeit, Wertlosigkeit wird ein Wert." Die Verwandlung und Wandelbarkeit der Kleider versteht Mayer als Referenz an einen bewegenden Lebenswandel und eine bewahrende Lebenshaltung. Zwar nennt sie ihr Label "Frau Wagner", doch erhält jedes neue Kleidungsstück den Namen der Trägerin, beispielsweise "Frau Vorbeck".

Jeder ist sein eigener Designer

Wer wird denn gedankenlos in den Altkleidercontainer entsorgen? Umdesignen lautet auch das Motto für Privatpersonen, und damit müssen sie sich nicht einmal alleine

herumschlagen. So sammelt das Magazin uMag nach eigener Aussage die besten Recyclingideen, wie Stoffen ein zweites Leben eingehaucht wird. Mit dabei: Tipps für Do-it-yourself-Aktionen oder "professionelles Upcycling gebrauchter Kleidung" mit der überzeugenden Begründung "Es gibt so viele Möglichkeiten, dass es durchaus schlau ist, sich strategisch mit der textilen Übermacht in Kleiderschrank und Keller auseinanderzusetzen". Und wer will, bietet seine fertigen Kreationen dann auf der Internetplattform Dawanda zum Verkauf an. Nachhaltigkeitsbewusste Modefreunde können sich außerdem in sogenannten Repair-Cafés treffen. Weniger schick als pragmatisch geht es in Berlin, Mainz, Aachen, Lünen, Kempten, Bielefeld, Hamburg und München zu, wo alte Kleidung wieder aufgepeppt werden kann. Reparatur-Experten wie eine Schneiderin helfen kostenlos auch bei kniffligen Fragen - eine Initiative, um das das Wieder-Herrichten zu kommunikativen Erlebnis macht. Apropos Reparatur: Das junge Jeans-Label K.O.I., die Schweden von Nudie oder die Marke Closed bieten einen Reparaturservice für alte Denims an - so wird die Lieblingsjeans für manch weitere Saison bewahrt.

Eigenes umdesignen lassen

Eine Zwischenlösung gibt es für Menschen, die weder fertige Recycling-Mode kaufen noch eigene herstellen möchten: Sie bringen ihre lieb gewonnenen Stücke oder Stoffe zu Kristina Krömer zu Stoffmassaker nach Dresden, deren Arbeiten es übrigens bereits bis zur Ausstellung im Hygienemuseum Dresden geschafft haben. Kröner upcycelt dann Unikate aus den eingelieferten Materialien. Frische Meterware, so die studierte Politikwissenschaftlerin, reize sie nicht, umso mehr die Geschichte eines getragenen Kleidungsstückes,

da dahinter auch die Geschichte eines Menschen stecke. Der Impuls zum Upcycling kam bei ihr, als sie sich mit den Hinterlassenschaften ihrer Großmutter beschäftigte: "Viel Polyester, sehr guter Pelz, in den man nach dem Krieg investiert hatte, Seide oder ein knallgelbes Kleid aus Schurwolle mit Glitzersteinchen, geradlinig, hochgeschlossen bis zum Hals." Und da Krömer gerne mit Sterotypen bricht, überDo-it-yourself-Event und zugleich Inspirationsveranstaltung für junge Designer. Fashion Reloaded findet an unterschiedlichen Orten und unregelmäßig statt. Hier kann getauscht werden, alte Shirts selbst bedruckt oder bestickt oder in die Hände der Profis gegeben, die am Ende jeder Fashion-Reloaded-Aktion eine komplette Vintage Kollektion - manchmal auch für Kinder präsentieren. Die klassische Flohmarktidee aufgepeppt



Wir haben die Wahl: "Hölle – oder eine bessere Zukunft, als die Menschheit sie jemals kannte" proklamieren Vivian Westwood (72) und Ehemann Andreas Kronthaler (47) im CLIMATE REVOLUTION-Shirt aus der Kollektion H/W 2013.

legt sie derzeit, ob sie das hübsche Kleidchen mit Schlachtereijacken in Grau aus einer stillgelegten Metzgerei verhäkelt. Der Kommentar der 31jährigen: "Was das Leben so anspült, wird gnadenlos verwertet."

Wer es noch interaktiver mag, dem wird von Cecilia Palmer, Gründerin des Labels Pamoyo, geholfen. Sie hat die Aktion Fashion Reloaded in Berlin ins Leben gerufen, ein wurde mit speziellen Veranstaltungen wie dem Mädelsflohmarkt, der zweimal im Jahr an wechselnden Orten stattfindet. Ebenfalls ganz im Sinne der Sehnsucht nach Nachhaltigkeit dürften auch die Klamottentauschpartys sein, die in Metropolen wie London, New York oder Berlin längst Kultstatus erreicht haben (klamottentausch.net). Als Recessionistas betitelt, brauchen die Modefans auch

in Krisenzeiten hier kein Geld ausgeben - schließlich lautet das Motto hier: Gebe Designermode, erhalte Gutschein, nehme Designermode, gebe Gutschein. Einen Gutschein gibt es auch bei H & M für den, der tütenweise gebrauchte Kleidung einliefert, und zwar wiederum fürs Einkaufen im eigenen Haus. Was sich als nachhaltiges Verhalten präsentiert, bringt jedoch den Konzern bei Umweltschützern unter sogenannten Greenwashing-Verdacht, also ein grünes Reinwaschen des Firmennamens.

Vintage ist en vogue

Auf dem Abfall landen müssen bei Kibek übrigens nicht einmal Teppiche: Hier entstehen aus kostbaren Bodenbelegen moderne Teppichklassiker: Wertvolle Teppiche wie handgeknüpfte Orientteppiche verschiedener Herkunft werden für Vintage-Patchwork-Teppiche neu eingefärbt, in kleine Teile zerlegt und zu einem neuen Teppich-Unikat kombiniert - und wirken danach oftmals erstaunlich modern. In Persien nennt man diese Wiederwertungs-Technik Tschel-Tikeh - und das seit vielen Generationen: Schon früher nähte man hier aus feinen bunten Stoffen Tisch- und Schlafdecken für feierliche Anlässe zusammen. Apropos Vintage: Edle Designerkreationen aus Häusern wie Valentino, Dior oder Paco Rabanne sind absolut en vogue, wenn sie aus vergangenen lahrzehnten stammen. Exquisites mit Patina wird inzwischen teuer als Vintage-Mode verkauft und ist hochbegehrt in speziellen Geschäften und auf Auktionen. US-Stars wie Julia Roberts haben schon vor Jahren vorgemacht, dass eine klassische Vintage-Robe beim Auftritt auf Top-Events wie der Oscar-Verleihung besonders viel Aufsehen erregt. Womit wieder einmal bewiesen wäre: Kleider mit Geschichte sind und bleiben eben besonders wertvoll. Marion Vorbeck