

Datum: 16.12.2015

Der Landbote

Der Landbote
8401 Winterthur
052/ 266 99 00
www.landbote.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 29'295
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



swiss **TEXTILES**

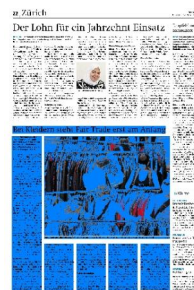
Themen-Nr.: 770.005
Abo-Nr.: 770005
Seite: 22
Fläche: 58'216 mm²

Bei Kleidern steht Fair Trade erst am Anfang



Verantwortung beim Kleiderkauf: Für viele Konsumenten spielen die Herstellungsbedingungen beim Kaufen von Kleidern keine Rolle.

Keystone



Der Landbote
8401 Winterthur
052/ 266 99 00
www.landbote.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 29'295
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 770.005
Abo-Nr.: 770005
Seite: 22
Fläche: 58'216 mm²

Silvan Gisler

MODE Vertreter aus der Textilbranche und Mode forderten am Lifefair-Forum in Zürich ein Umdenken beim Kleiderkaufen nach dem Motto: Weniger ist mehr.

«Einige von Ihnen tragen Anzüge, zum Beispiel einen von Hugo Boss», sagt Christa Luginbühl von der Erklärung von Bern (EvB) und rechnet vor, wie wenig ein Arbeiter daran verdient. Die Zuhörer im voll besetzten Saal schauen nach links und rechts. Unweigerlich schaut man auf sein eigenes Jackett: «Wo wurde das produziert? Unter welchen Bedingungen?» – und muss sich eingestehen, dass man keine Ahnung hat. Es war einem beim Einkauf schlicht egal.

«Wer Mode trägt, trägt Verantwortung», hatte Minuten zuvor noch Helmut Hälker von der Textilfirma Remei AG auf dem Podium gesagt, und alle hatten genickt. Es geht um Nachhaltigkeit an diesem Abend am 21. Lifefair-Forum im Zentrum St. Peter in Zürich, es geht um Fair Trade, um Bio, um Kleider, die aus diesen grossen Worten gemacht sind. «Mode und Nachhaltigkeit: Ein Widerspruch?» steht im Titel der Veranstaltung und die Antwort darauf ist zunächst wenig positiv: Der Konsum von Kleidern hat sich in der Schweiz in den letzten 60 Jahren verfünffacht. Kleider werden schneller weggeworfen, die textile Wertschöpfungskette ist aufgesplittert. Während der Lohn der Textilarbeiter vielleicht ein halbes Prozent des Endpreises eines Kleidungsstücks ausmacht, reicht er bei vielen Arbeiterinnen und Arbeitern für etwa

50 Prozent der Lebenskosten.

Im Widerspruch?

Wer Mode trägt, pfeift auf die Verantwortung, sagt der Pessimist im Kopf, während der Moderator Dominique Reber vorne aus seiner Jugend erzählt: «In meiner Schulzeit galt als Fair-Trade-Kleidung ein Wollpullover, der je nach Wetter intensiv zu riechen begann.» Ein überholtes Bild, aber immer noch in den Köpfen. Während bei Essen Bio oder Fair Trade schon längst als chic gelten, verbinden Mann und Frau diese Begriffe kaum mit einem eleganten Ballkleid.

Sind Mode und Nachhaltigkeit also im Widerspruch? «Nein», sagt Emanuel Büchlin, Leiter Einkauf Textilien bei Coop, und spricht über seine Marke Naturaline: «Die Nachfrage wurde stetig grösser, vor allem als wir begannen, mehr Mode, mehr Farbe hinzubringen.» Belieferer von Naturaline ist die Firma Remei AG. Diese stellt Textilien aus Biobaumwolle in ihrer ganzen Produktionskette her.

Viel wird angesprochen an diesem Abend, das Feld ist komplex: Produktion, Marktentwicklungen, genverändertes Saatgut, öffentliche Auftragsvergaben. Am Ende aber landet man, wie so oft bei solchen Themen, beim Konsum, beziehungsweise bei dessen Kritik: «Die Leute haben kein Verständnis mehr von Preis und Wert eines Kleidungsstücks», sagt Modeexperte Jeroen van Rooijen und plädiert dafür, weniger zu kaufen, dafür besser: «Wir haben schlicht zu viel. Unserer Schränke sind voll.»

Ruf nach weniger

Von «Slowfashion» ist darum auf dem Podium die Rede. Wer die Kleider länger trägt, so die Logik, muss auch weniger kaufen. «Wir leben im totalen Überfluss», sagt Alfred J. Beerli, der die Arbeitsbekleidungsfirma Workfashion.com AG führt. «Es muss teurer werden, es muss besser werden, und wir müssen weniger konsumieren», sagt Helmut Hälker. Die Zuhörer nicken heftig, einige rufen: «Jawohl!»

Dafür aber, so sind sich alle einig, müsse sich das Verständnis ändern; und Moderator Reber will mehr Kaufinformation: «Wieso gibt es eigentlich keinen mir bekannten Führer, der mich zu den entsprechenden Läden führt?» – «Den gibt es», sagt eine Zuhörerin und verweist auf die Webseite von «Get Changed». Eine andere schlägt vor, einfach zu «Bio Mode Zürich» zu googeln – «Dann vergeht einem das Thema sicher gleich wieder», wendet Jeroen van Rooijen ein. Für den Stilberater braucht fair produzierte Mode mehr Sexappeal, mehr Stil. Van Rooijen glaubt wie die anderen Podiumsteilnehmer aber an eine Trendrichtung: «Wir werden bei der Kleidung am gleichen Punkt ankommen, wo wir heute beim Essen sind. Aber noch sind wir erst am Anfang.» Nur, da sind sich alle einig, sollte es schnell gehen.

Auch hier nicken die Zuhörer. Dann: aufstehen, Apéro nehmen, zur Garderobe. Dort, den eigenen Mantel suchend, trifft man sie, die grossen Marken: Scotch and Soda, Marc O'Polo, Ralph Lauren und Hugo Boss. Wie gesagt: Man steht erst am Anfang.