

Clean Clothes

Naturtextilien in neuem Gewand

■ JULIA DANIELCZYK



Julia Danielczyk, Studium der Theaterwissenschaft und Germanistik in Wien und Bern. Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Handschriftensammlung der Wiener Stadt- und Landesbibliothek. Lehrbeauftragte am Institut für Theater-, Film- und Medienwissenschaft sowie Theaterkritikerin.

Noch bis vor ca. 15 Jahren galt Mode, die ausschließlich aus Naturtextilien bestand, selten als besonders chic. Schafwollpullis, Jerseyröcke oder Waldviertler-Schuhe waren Markenzeichen eines Öko-Looks, der eine Ideologie demonstrierte: antikapitalistisch, umweltbewusst und gegen das bürgerliche Establishment. Wer damals Heini Staudingers GEA-Schuhe¹ trug, machte sich verdächtig, Grün-Politiker zu sein. Dort, wo bislang hohe Absätze das Damenbein optisch verlängern sollten, waren flache Schuhsohlen mit möglichst viel Spielraum für den Zehenbereich angesagt: podologisch einwandfrei und optisch eindeutige Zeichensetzung gegen jegliche Verschönerungsmaßnahmen.

Auch Kleider aus Naturfasern waren selten körperbetont oder von besonderer modischer Attraktivität. Der Erwerb ökologisch „sauberer“ Materialien ging mit dem

Luxus des Understatements einher. Kostengünstig waren diese oft handgearbeiteten Produkte nie.

Währenddessen boomten in den letzten Jahren riesige Textilunternehmen wie etwa H&M, Zara, Tchibo/Eduscho oder der Textil-Diskont Kik, die mit „Fashion zum besten Preis“ werben. Modische Polyester-Ware für ein paar Euro zog selbst umweltbewusste Käuferinnen und Käufer an, die ihren mit Leinenhemden und Walkjacken ausgestatteten Schrank nun auch durch das eine oder andere figurbetonte Stück erweitern wollten.

Bedenkliche Kosten

Mode *und* Qualität wurde zur Entscheidungsfrage, nicht nur des persönlichen Geschmacks und Einkommens, sondern ab Bekanntwerden der Philosophie dieser Unternehmen auch moralisch-sozial. Die dauerhaften Preissenkungen erklären sich nämlich durch ihre bedenkliche Herstellung. So werden die meisten Billigtextilien unter menschenunwürdigen Umständen in den Schwellenländern produziert. Bangladesch etwa ist mit über 5.000 Kleiderfabriken die größte Kleiderwerkstätte weltweit. Die Näherinnen (85 Prozent sind Frauen) arbeiten mehr als 12 Stunden pro Tag, sieben mal in der Woche und unter mangelnden Sicherheitsbedingungen. Auch Kinderarbeit ist keine Ausnahme. Allein Tchibo/Eduscho und die Sportartikelhersteller adidas und Nike haben sich bereit erklärt, die Arbeitsbedingung ihrer Produktionsbetriebe zu kontrollieren.

Die daraus hervorgegangene Initiative Clean Clothes ist nicht nur eine Kampagne für faire Arbeitsbedingungen, sondern auch für Qualitätsprodukte. Das deutsche Textilunternehmen „Hess Natur“ hat sich mit

Schnittboa
Foto: © Cadé?



¹ GEA hat mittlerweile in jedem Bundesland seine Filialen und ist unter www.gea.at zu finden.

dem Pilotprojekt Clean Clothes Campaign (CCC) zum Ziel gesetzt, menschenwürdige Arbeitsbedingungen mit „sauberer“ Kleidung zu verbinden. Modische Naturkleidung wird mit der Einhaltung sozialer Standards in Verbindung gebracht. Strenge Kontrollmechanismen betreffen Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten als auch die Herkunft der Waren. Bei „Hess Natur“ beispielsweise sind ausschließlich Naturfasern zugelassen, vorzugsweise aus ökologischer Landwirtschaft. Bei der Veredelung wird auf chemisch-synthetische Stoffe verzichtet. Die Produkte können sich dennoch sehen lassen und entsprechen schon lange nicht mehr dem Vorurteil jute-sackähnlicher Gestaltung.

Moralischer Chic

So hat sich auch die Zielgruppe der Konsumentinnen und Konsumenten in den letzten 15 Jahren massiv verändert. Der Bildungsboom der Achtzigerjahre hat eine Gesellschaftsschicht hervorgebracht, die David Brooks als BoBos bezeichnet, *bourgeoise Bohémiens*. Sie sind erfolgreiche, konsumsouveräne, modebewusste Käuferinnen und Käufer, die bereit sind, ein Mehr auszugeben, um sich moralisch einwandfrei und gleichzeitig chic zu kleiden.

In Wien hat die Mode- und Textildesignerin Karin Dick auf dieses Desideratum reagiert und im Mai 2001 ihr Bekleidungsgeschäft „Cadê?“² im achten Wiener Gemeindebezirk eröffnet. Ihr Konzept ist es, reine Textilien mit gestalterischem Anspruch zu verbinden. Kleidungsstücke von „Cadê?“ sind raffiniert und elegant, frech und vor allem betonen sie die Individualität ihrer Trägerin. Ihre Zielgruppe sind Frauen jeder Altersgruppe, die nicht Mainstream-Mode tragen, sondern Wert auf Passform und Warenqualität legen. Dabei betont Karin Dick, „daß es ihr auch darum geht, faire Preise für beide Seiten festzulegen.“

Nachhaltige Mode

Dass Hosen, Jacken und Pullover von „Cadê?“ keinem modischen Ablaufdatum

unterliegen, entspricht ganz ihrem Bedürfnis nach Nachhaltigkeit. Karin Dick geht es vor allem auch um die Beachtung der Wertschöpfungskette und den Umgang mit den Ressourcen. Bei ihr sind alle Teile kombinationsfähig und werden nach Bedarf angefertigt, so dass die Stoffe nicht weggeworfen werden und zugleich jede Trägerin eine Maßanfertigung erwirbt. Karin Dick gestaltet jede Saison eine neue (Muster)Kollektion, die sie unter ein besonderes Motto stellt, etwa von „Raffiniert“ bis „schiefl gewickelt“.

Auch sie bemerkt eine veränderte Haltung zu ökologisch einwandfreier Mode: „Das ist längst kein Statement mehr, sondern Resultat der Entwicklung eines Problembewusstseins.“

■ Die dauerhaften Preissenkungen erklären sich durch ihre bedenkliche Herstellung.



Schnittstola.
Foto: © Cadê?

² „Cadê?“ *natur.textil.*
design, Strozsigasse 5,
1080 Wien.