CONSCIOUS LUXURY

Wie kann ein nachhaltiges Wertesystem in der Mode aussehen? Gute Ansätze auf einem überlebenswichtigen Weg

TEXT **Marlene Sørensen, Sebastian Kaucky, Jennifer Perlick**

Einige Zahlen vorweg. In den vergangenen 15 Jahren hat sich die Menge der global produzierten Kleidungsstücke verdoppelt. Aktuell kommen jährlich 53 Millionen Tonnen auf den Markt, von denen 87 Prozent auf dem Müll landen. Angesichts dessen überrascht die nächste Statistik kaum: Ein größerer Umweltverschmutzer als die Modebranche ist nur die Ölindustrie. Allein für die Herstellung einer Jeans werden 10 000 Liter Wasser verbraucht. Paul Dillinger kennt all diese Zahlen, arbeitet er doch für eine der größten Jeansmarken der Welt: Levi Strauss & Co. Angefangen hat er dort, nachdem er bei diversen Fashionlabels eine Entwicklung zu immer höheren Gewinnmargen bei immer schlechteren Konditionen in der Fabrikation erlebte. „Das System ist kaputt", sagt er. Warum er dennoch Grund zur Hoffnung hat, erklärt er hier.

Eine Jeansweste aus der Levi's-Authorized-Vintage-Kollektion RECHTS *Sichtung der Produkte im Eureka Lab für Innovationen*

Ihr offizieller Jobtitel bei Levi's lautet „Head of Global Production Innovation". Was bedeutet das?

Im Grunde bin ich Designer. Bloß überlege ich nicht, was in sechs Monaten Trend ist, sondern wie sich wirtschaftliche, ökologische und soziale Variablen in drei, fünf oder sogar 25 Jahren auf die Marke auswirken. Um Nuancen wie Waschung oder Schnitt einer Jeans kümmert sich das Designteam. Ich denke darüber nach: Kann man den Stoff für diese Jeans in Zukunft aus einem Pilz ziehen?

Klingt nach kühner Vision. Ist das wirklich realistisch?

Warum nicht? Unser Projekt *Jacquard* hätte vor 25 Jahren wohl auch keiner für möglich gehalten. Wir haben zusammen mit Google einen Denimstoff entwickelt, der auf Berührung reagiert. So kann man mit dem Jackenärmel seiner *Trucker Jacket* das Smartphone bedienen. Am Design der *Trucker* hat sich übrigens seit 50 Jahren nichts verändert, stattdessen gibt es jetzt ein Software-Update. Wenn wir das Rennen gegen Fast Fashion gewinnen wollen, müssen wir uns fragen: Mit welchen Werten überzeugen wir Konsumenten, mehr für Design auszugeben und besser für ihre Kleidung zu sorgen?

Bei der Nachhaltigkeitskonferenz Copenhagen Fashion Summit sagten Sie kürzlich, dass sechs von zehn Kleidungsstücken innerhalb eines Jahres weggeworfen werden. Warum ist das Interesse an umweltbewusstem Modekonsum nicht größer?

Es wäre unfair, Konsumenten eine böse Absicht zu unterstellen. Keiner kauft etwas, um es wegzuwerfen. Die Branche hat jahrelang ein Kaufverhalten begünstigt, bei dem man für wenig Geld ständig Nachschub bekommt. Nur: Wenn ein Teil unglaublich günstig ist, sollte man dem nicht glauben. Entscheidend ist, dass in Zukunft alle mit Vorsatz handeln, die Kunden und die Hersteller.

Paul Dillinger überlegt, wie Jeans zukünftig aussehen. Zum Beispiel so, wie Jeans früher. Levi's kauft in großem Umfang Vintage-Teile auf und repariert sie

Marken müssen lernen, den Appetit des Konsumenten zu unterdrücken oder wenigstens nachhaltig zu sättigen.

Wie kann das aussehen?

Zum Beispiel, indem man analysiert, was die vier Teile auszeichnet, die nicht auf dem Müll landen. Konsumverhalten kann man immer unterschiedlich interpretieren. Sagen wir, in einem Trendreport steht, dass Jeans mit hohem Bund und heller Waschung wieder angesagt sein werden. Diese Information kann man nehmen, um zigtausend neue Jeans auf den Markt zu bringen. Oder man versteht es so, dass das Interesse an Vintage-Schnitten für eine Sehnsucht nach Authentizität und Verbundenheit zu einem Produkt steht. Für Levi's Authorized Vintage kaufen wir gerade riesige Stückzahlen unserer alten Produkte zurück, reparieren sie und modernisieren sie leicht. Was wir vor 25 Jahren gemacht haben, ist heute wieder Bestseller.

Neben *Authorized Vintage* haben Sie auch *Wellthread* mitentwickelt, ein Projekt, bei dem Denimprodukte aus nur einer Garnart hergestellt werden, um sie voll recycelbar zu machen. Gute Initiativen, aber müsste ein so großes Unternehmen wie Levi's nicht noch weit mehr machen?

Oh, es gibt mehr! Mit *Evrnu* arbeiten wir an einem Zellulosegarn, das Recycling erleichtert. Durch eine Umstellung in unseren Finishing-Verfahren haben wir bisher eine Milliarde Liter Frischwasser gespart. Aber die Wahrheit ist: Eine echte Kreislaufwirtschaft, bei der keine Abfälle entstehen, ist sehr schwer zu erreichen, weil sie so viele Komponenten betrifft.

Wie beliebt sind Sie eigentlich im Unternehmen?

Ich habe schon den Ruf als der Typ, der ständig diese unwillkommenen Projekte anstößt. Aber so funktioniert Innovation: Sie ist eine bewusste Störung im System, um zu sehen, was Neues entstehen kann.

Was gibt Ihnen denn Hoffnung für die Zukunft?

Wenn angebliche Konkurrenten zusammenarbeiten und Technologien teilen. Eine immer größere Prinzipientreue auch bei Konsumenten. Davon brauchen wir noch viel mehr: anspruchsvolle Kunden, die kritische Kaufentscheidungen treffen und sich bei einer Jeans nicht nur fragen: „Sieht mein Po darin gut aus?"

> „Wir müssen mehr fragen als: Sieht mein Po darin gut aus?"

FOTO KJELL RUBEN

Schönes entsteht nur in schöner Umgebung (und von Arbeitern, die würdevoll und fair behandelt werden). So sieht es Brunello Cucinelli und hat nahe des Firmensitzes in Solomeo ein Naherholungsgebiet geschaffen, das auch der Renaturierung dienen soll

GANZ GEERDET

Brunello Cucinelli restauriert das Erbe für die nächste Generation

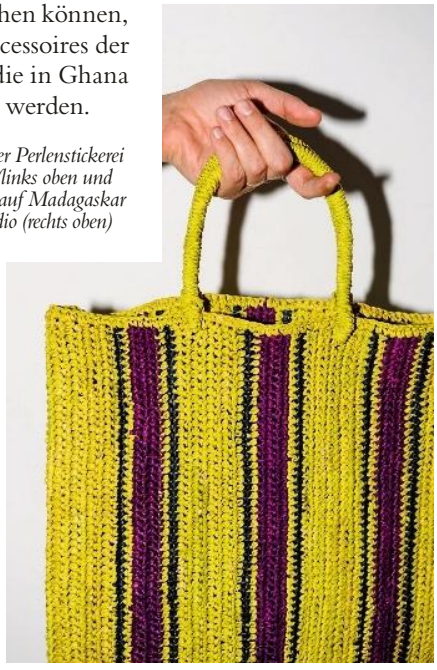
Bei Brunello Cucinelli im Büro hängen Bildnisse von Konstantin dem Großen, Sokrates und Palladio. Es überrascht daher nicht, dass der Cashmere-Spezialist die Führung seiner Firma philosophisch betrachtet. Das Familienunternehmen hat er in den letzten Jahrzehnten in Solomeo gemäß Genius Loci aufgebaut – im Geist des Ortes. Neben den Arbeitsstätten findet man in dem grundlegend restaurierten umbrischen Dorf u. a. ein Kunstforum und eine School of Arts and Crafts. Gemäß des „humanistischen Kapitalismus", wie er es nennt, hat Cucinelli Anfang 2018 100 Millionen Euro aus dem Firmenkapital gelöst, die er in philanthropische Projekte investiert. Humanistischer Kapitalismus? Für ihn heißt das: ökonomisch faire und würdevolle Arbeitsbedingungen. Und dazu gehört ein schönes Umfeld. Zu diesem Zweck hat Cucinelli das *Project for Beauty* gestartet. Was vollmundig klingt, aber das darf es auch, denn es geht um gleich drei Parks bei Solomeo, die gleichsam Naherholungsgebiet und Renaturierung sind. Im Industrial Park wurde für einen Landgarten ein altes Fabrikgelände geräumt, im Lay Oratory Park können sich Kinder austoben und der Agricultural Park umfasst Gemüse-, Wein- und Obstgärten. Cucinellis Inspiration? „Denn aus Erde ist alles" von Xenophanes. Natürlich ein Philosoph.

FOTOS BRUNELLO CUCINELLI

SICHERE QUELLE

Pro Jahr werden Altkleider im Wert von rund einer Milliarde US-Dollar nach Afrika importiert. Ein Riesengeschäft, bei dem vornehmlich europäische und amerikanische Kleidung die afrikanischen Textilien verdrängt. Zur Förderung lokaler Manufakturen und traditioneller Fertigungsmethoden hat die Ostafrikanische Gemeinschaft (EAC) die Einfuhrzölle erhöht und will den Import bis 2019 auslaufen lassen. Davon soll auch der Export landestypischer Produkte profitieren. Wie die aussehen können, zeigen die handgearbeiteten Körbe und Accessoires der Schweizer Designerin Kathrin Eckhardt, die in Ghana nach ihren Entwürfen kunstvoll geflochten werden.

KULTURGUT *Loewe spendet den Erlös der mit kenianischer Perlenstickerei verzierten „Elephant Mini" dem Elephant Crisis Fund (links oben und unten). Gabriele Frantzens Raffia-Handtaschen werden auf Madagaskar gefertigt (rechts unten). Aus Ghana: Kathrin Eckhardt Studio (rechts oben)*

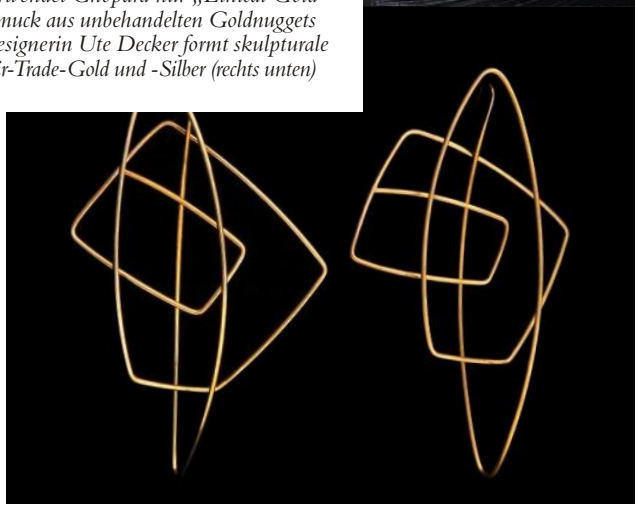


FOTOS KATHRIN ECKHARDT, NICO BRONS

GOLDENE MITTE

Das Sprichwort „Es ist nicht alles Gold, was glänzt“ trifft hier ganz buchstäblich zu. Seit Jahrtausenden wird das Material als große Kostbarkeit verehrt, doch auch heute noch wird es unter oft schrecklichen Bedingungen abgebaut. Dabei gibt es längst bessere Wege. Designerinnen wie Ute Decker arbeiten etwa mit recyceltem Gold. Golpira bezieht Nuggets von zertifizierten Firmen, die den Rohstoff manuell und ohne industrielle Hilfe schürfen und trennen. Jedes Schmuckstück und alle Uhren von Chopard werden seit Juli 2018 aus „Ethical Gold“ gemacht, also ethisch reinem Material aus u. a. Fairmind- und Fair-Trade-Programmen. Ein Gewinn für alle.

GLÄNZEND *Seit Juli 2018 verwendet Chopard nur „Ethical Gold“ (links oben und unten). Schmuck aus unbehandelten Goldnuggets von Golpira (rechts oben). Designerin Ute Decker formt skulpturale Stücke aus recyceltem und Fair-Trade-Gold und -Silber (rechts unten)*



FOTOS UTE DECKER, GOLPIRA, CHOPARD/JEAN-DANIEL MEYER

IM GRÜNEN BEREICH

Prada baut auf das Zusammenspiel von Natur und Architektur

Zwei scheinbare Gegensätze treffen in Valvigna aufeinander: Fabrik und Garten. Die Anlage von Architekt Guido Canali ist das neue Zuhause für u. a. die Produktion der Lederwaren von Prada und Miu Miu, Archiv und Lagerhalle für Rohmaterialien. Canali hat bereits die Werke in Montevarchi und Montegranaro entworfen. Dort wie in Valvigna werden Arbeit und Umfeld in Einklang gebracht. „Die Grünflächen und Wasserelemente, die gleichzeitig als Energiespeicher dienen, sind nicht rein dekorativ, sondern ein wesentlicher Bestandteil der Fabrik", sagt der Architekt. Patrizio Bertelli, CEO der Prada Group, ergänzt: „Das Gebäude respektiert den Ort, an dem es steht. Es schafft eine Balance zwischen Architektur und Natur und steht für eine nachhaltige Effizienz." So sind Abertausende Pflanzen, die etwa in hängenden Gärten angelegt wurden, nicht nur hübsch anzuschauen, sondern sorgen für eine verbesserte CO_2-Bilanz. Um Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit im digitalen Zeitalter geht es auch auf der Konferenz *Shaping a Sustainable Digital Future,* die Prada mit der School of Management des Politecnico di Milano und der Yale School of Management veranstaltet und die am 20. November in der Fondazione Prada stattfindet. Mehr über die Teilnehmer und den Livestream: *pradagroup.com*

Die hängenden Gärten von Prada stammen von Architekt Guido Canali. In der Fabrik in Valvigna werden in Zukunft zum Beispiel Lederwaren für Prada und Miu Miu hergestellt. Durch die üppigen Grünflächen und Wasserareale wird die CO_2-Bilanz verbessert

FOTOS GABRIELE CROPPI, OSIO

„Maison de l'amour" steht auf den Jacken der Arbeiterinnen im Gucci ArtLab. In dem Haus wird an Stoffen geforscht, die dem Planeten mehr Liebe zeigen. Über diese und weitere Nachhaltigkeitsinitiativen informiert Gucci auf Equilibrium: gucci.equilibrium.com

IN DER BALANCE

Erfolg verpflichtet. Oder die Suche nach neuen Luxusstandards

Derzeit kann Marco Bizzarri wohl machen, wozu er lustig ist. Unter seiner Leitung hat Gucci die Verkäufe in den letzten drei Jahren immerhin fast verdoppelt. Und der CEO hat Lust, Geld in neue Strukturen für das altehrwürdige Modehaus zu stecken – wie das Gucci ArtLab. In der Nähe des historischen Headquarters bei Florenz ist ein futuristisch anmutender Campus entstanden, auf dem 800 Angestellte daran forschen, wie man das Handwerk der Marke zukünftig weiterträgt und beispielsweise an neuen Materialien, Metall-Hardware und Verpackungen arbeiten. Das ArtLab steht stellvertretend für die Verpflichtung der Marke, *„new standards in luxury retail"* zu setzen. Bereits Ende 2017 wurde bekannt gegeben, dass Gucci in Zukunft *fur free* ist. Seit Kurzem gibt es eine Onlineplattform, die alle nachhaltigen Initiativen umfassend begleitet: Gucci Equilibrium. Engagements wie für *I was a Sari,* eine Upcycling-Initiative in Mumbai, werden ebenso beleuchtet wie die Umstellung der Frachtflotte auf Hybrid. Es geht aber auch darum, was es noch alles zu tun gibt. „Es sind kritische Zeiten, in denen wir alle unseren Teil beitragen können, die UN Global Goals und das Pariser Klimaabkommen umzusetzen", sagt Marco Bizzarri. „Der einzige Weg dahin ist, Ideen, Innovationen und Erfahrungen auszutauschen. Das ist das Ziel von Gucci Equilibrium."

FOTOS TOMM ASO MONECHI

someday.
shop now:
someday-fashion.com
/

SO GUT WIE NEU

Ein wenig ist es wie beim Kochen als Kind: Man gibt Reste in einen Topf und ist verwundert, wenn es am Ende schmeckt. Das nicht zufällig Geniale am Rezept „Upcycling" ist allerdings, dass man es beliebig oft wiederholen kann – und fast immer etwas Gutes herauskommt. Aus Altem entsteht Neues und das spart Geld, Ressourcen und Energie. Neben ihrer gesellschaftlichen Verantwortung setzen diese Interior- und Modedesigner durchaus auf einen Überraschungseffekt. Oder hätten Sie geglaubt, dass die Turnschuhe von Nike zu 50 Prozent aus recyceltem Leder und dabei fünfmal widerstandsfähiger als Vollleder sind? Nennt sich *Flyleather* und läuft für die Zukunft. ●

ZWEITVERWERTUNG *Rianna + Nina verarbeiten Vintage-Seide zu Unikaten (links oben und unten). Bei Vaust Studio werden aus alten Marmortischen Kunstwerke für die Wand (rechts oben). Nike gewinnt das extrem leichte „Flyleather" aus Lederabfällen (unten)*

FOTOS ANKA BARDELEBEN PHOTOGRAPHY