



BUY GOOD STUFF

FAIR FASHION
SHOPPING GUIDE RUHRGEBIET

VOR WO RT

Liebe Leserinnen und Leser,

nachhaltig Mode einkaufen - ja gerne, aber wie und vor allem wo? Diese Frage stellen sich heute viele VerbraucherInnen. Eine Antwort für das Ruhrgebiet wollen wir Ihnen mit unserer Ausgabe des öko-fairen Shopping Guides BUY GOOD STUFF vorstellen. Eine Reihe, die mittlerweile Tradition hat: 2014 wurde die erste Ausgabe für Düsseldorf von der AMD Akademie Mode & Design gestaltet. Vorbild war der Bonner Einkaufsführer der Frauenrechtsorganisation FEMNET e.V. Seither hat sich eine Menge getan: Faire und nachhaltige Mode ist längst kein Nischenthema mehr, sondern in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Gerade über die Modebranche wird im Zusammenhang mit Fairness und Ökologie viel publiziert, leider sind es oft keine guten Nachrichten. Wir sind jedoch davon überzeugt, dass es gute Alternativen gibt. Allerdings fehlen noch kompakte Informationen für VerbraucherInnen, die lokal fair und nachhaltig einkaufen möchten. Auch der Einzelhandel sucht nach Orientierung und nach Möglichkeiten, Sortimente nachhaltiger zu gestalten und sich zu vernetzen. Dafür haben wir mit BUY GOOD STUFF das Konzept eines lokalen Guides für nachhaltige Mode entwickelt. Neben dem Ruhrgebiet gibt es bereits Ausgaben für die Städte Düsseldorf, Köln, Berlin und demnächst auch für München. Seit 2017 ist www.buygoodstuff.de online und bietet Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit in der Mode. Dort finden Sie im Storeregister die Geschäfte, wo man öko-faire Mode kaufen kann. Informieren Sie sich als VerbraucherInnen und fragen Sie nach, es lohnt sich!

BUY GOOD STUFF Fair Fashion Shopping Guide Ruhrgebiet wird getragen von einem breiten Netzwerk

von unterschiedlichen KooperationspartnerInnen: Engagement Global leistet inhaltliche Beiträge, bringt Netzwerke ein und hat große Teile des langfristig angelegten Projektes finanziert. Die Realisierung des Projekts erfolgt in zwei Phasen: Im ersten Schritt entwickelten Studierende der AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf das redaktionelle und visuelle Konzept. In der zweiten Phase führte die Faire Metropole Ruhr eine detaillierte Befragung in zwölf Städten des Ruhrgebiets durch, wertete diese aus und erstellte das Storeregister. Weitere ProjektpartnerInnen sind das Seminar für Kulturanthropologie des Textilen der TU Dortmund mit Studierenden des Masterstudiengangs Kulturanalyse und Kulturvermittlung. Hier gilt unser besonderer Dank Dr. Viola Hofmann.

Ohne das großartige Engagement aller Beteiligten, vor allem der InterviewerInnen, die für die Faire Metropole Ruhr in den Revierstädten vor Ort unterwegs waren, wäre die Realisation dieser umfangreichen Publikation nicht möglich geworden. Wir möchten uns daher bei allen, die daran mitgewirkt haben, herzlich bedanken und wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

Dipl. Des. Ina Köhler,
Prof. Dr. Elisabeth Hackspiel-Mikosch
AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf
Vera Dwors, Markus Heißler, Jürgen Sokoll
Faire Metropole Ruhr
Andreas Hennig, Thomas Klein, Olaf Lenz
Engagement Global

EDIT ORIAL

__ Ruhrgebiet, Ruhrpott, Revier, Metropole Ruhr - so viele Namen für eine Region. Für eine unverwechselbare Region „tief im Westen“. Hier kann man nicht nur leben, sondern miterleben. Rund 3500 Industriedenkmäler hat das Ruhrgebiet im Angebot - und diese sind inzwischen zu eindrucksvollen Orten für Freizeit und Kultur geworden. Das alte Klischee der grauen Industrielandschaft gilt nicht mehr: Das Ruhrgebiet ist grün. Und das Ruhrgebiet ist modern: Nicht nur in Paris, Mailand oder London gibt es Shopping-Erlebnisse, sondern auch hier. Die AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf präsentiert gemeinsam mit ihren KooperationspartnerInnen einen Einkaufsführer für Revier-Städte, der die Herzen jedes grünen Fashion Victims höher schlagen lässt.

Unsere Studierenden tragen ihr Herz auf der Zunge oder besser gesagt auf das Papier. Innerhalb eines Semesters haben sie den öko-fairen Shopping-Guide für die Metropole Ruhr gestaltet. Weil das Thema aber viel zu komplex für einen simplen Einkaufsführer ist, wurde daraus gleich ein Magazin. In der Redaktion: Studierende aus Modejournalismus/Medienkommunikation, die eine Fülle von Fakten rund um die Themen Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen in der Mode zusammengestellt haben.

Dabei haben sie nicht nur auf qualitativen Inhalt geachtet, sondern das Magazin neu konzipiert und gestaltet: Nachhaltige Mode ist immer langweilig? Und teuer? Wir sind vom Gegenteil überzeugt! Die 70er waren die Geburtsjahre der Ökobewegung und schufen ein neues Bewusstsein für das Thema Umwelt. In den letzten Jahren hat es erneut immer mehr an Aufmerksamkeit

und Zuspruch in der Gesellschaft gewonnen - zu Recht. Das Klischee der „Ökomode“ gibt es immer noch. Dabei ist das nachhaltige Angebot in Second-Hand-Läden, innovativen Ateliers, alternativen Stores inzwischen hochmodern. Junge DesignerInnen treffen auf kritische Konsumenten, engagierte GeschäftsinhaberInnen auf umweltbewusste KundInnen - das Ruhrgebiet ist nachhaltig geworden.

In unserer Fotostrecke für den Fashion Guide BUY GOOD STUFF haben die Studierenden es sich zur Aufgabe gemacht, alle Vorurteile endlich aus dem Weg zu räumen: Ökomode war damals - heute ist Nachhaltigkeit im Fashion Bereich ein bewusster Lifestyle, der vor allem gut aussehen kann. Ästhetische und moderne Inszenierung überzeugt durch Mode und Styling. Mit Absicht werden Brüche zwischen Location und Fashion erzeugt. Denn wir wollen beweisen, dass Ökomode nicht nach öko aussehen muss. Der nachhaltige Aspekt ist hier ein Pluspunkt, aber nicht das, worüber sich die Fotostrecke definiert. Unsere Inszenierung beweist: Nachhaltige Mode ist auch etwas für stylische Trendsetter.

Es liegt an euch, mit Hilfe des BUY GOOD STUFF Fashion Guides die nachhaltige Modewelt, neu zu entdecken, die das Ruhrgebiet zu bieten hat. Buy Good Stuff!

Viel Spaß beim Lesen wünscht euch das Redaktionsteam.

BUY GOOD STUFF

„Mode ist ein Lebensgefühl. Wir tragen sie wie eine zweite Haut und benutzen sie – bewusst oder unbewusst – als Ausdruck unseres Befindens und als Statement. Im Durchschnitt besitzt jede erwachsene Person in Deutschland 95 Kleidungsstücke. Statistisch gesehen kauft jeder Deutsche pro Monat fünf neue Teile dazu. Das macht am Ende des Jahres 60 Teile mehr. Doch nur 40 Prozent davon wird getragen; der Rest verbleibt im Kleiderschrank!“

Nach dem Fast-Fashion-Prinzip werden immer häufiger neue Kollektionen entworfen und in Billiglöhnländern produziert. Doch was bedeutet „Mode um jeden Preis“ für die Menschen, die unsere Kleidung herstellen?

In der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit spielt der Faire Handel eine zentrale Rolle. In der Vergangenheit dachte man bei „Fairem Handel“ zunächst an Kaffee, Tee oder Bananen. Mehr und mehr wird bekannt, dass ökologische und soziale Standards bei der Herstellung vieler Produkte unseres täglichen Bedarfs missachtet werden und dass es insgesamt um mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel gehen muss. Seit sechs Jahren sind vor allem die unmenschlichen Arbeitsbedingungen der TextilarbeiterInnen und die fatalen ökologischen Auswirkungen bei der Produktion unserer Kleidung stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

In der Mode ist ein Überblick über den „Fairen Handel“ allerdings etwas komplizierter als bei Lebensmitteln, da die textile Lieferkette umfangreicher ist und die Produktions- und Verarbeitungswege oft den gesamten Globus umspannen. Insgesamt ist die Menge von ökologisch und fair hergestellten Textilien im Vergleich zu konventionell hergestellter Ware noch relativ gering. Biotextilien sind zudem nicht immer gleichzeitig fair – faire Ware ist nicht unbedingt ökologisch

nachhaltig. Doch immer mehr DesignerInnen, Firmen und KonsumentInnen beginnen umzudenken.

Engagement Global unterstützt die Informations- und Bildungsarbeit im Fairen Handel durch Beratung, Förderung, Vernetzung und Qualifizierung. Unsere Angebote richten sich dabei an alle, die sich entwicklungspolitisch engagieren möchten, an interessierte BürgerInnen, Vereine und Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen und Kommunen bis hin zu Lehrkräften und SchülerInnen. Durch die regionale Präsenz eröffnen sich somit auch im Bereich des Fairen Handels effiziente Möglichkeiten, die Kernkompetenzen des Globalen Lernens (Erkennen – Bewerten – Handeln) umzusetzen.

Die Umsetzung von BUY GOOD STUFF für das Ruhrgebiet wurde durch das Programm „Entwicklungsbezogene Bildung in Deutschland“ (EBD) unterstützt. Das Programm wird von den Außenstellen von Engagement Global bundesweit mit Maßnahmen in Kooperation mit zivilgesellschaftlichen und staatlichen Organisationen durchgeführt. Durch diese Zusammenarbeit und den Standorten in der Region können die Maßnahmen besonders gut regionale Bedarfe berücksichtigen. Die Außenstelle Düsseldorf ist hier vor Ort Ansprechpartnerin für das Bundesland Nordrhein-Westfalen (NRW). Sie bietet kompetente Beratung, professionelle Weiterbildung und Zugang zu Netzwerken in der Region. Eine gemeinsam mit zivilgesellschaftlichen und anderen Organisationen entwickelte hochwertige entwicklungspolitische Bildungsarbeit ist unser zentrales Anliegen.

Die Außenstelle NRW ist den PartnerInnen bei der Erstellung vorliegender Broschüre, dem

Engagement Global unterstützt Bildungs- und Informationsarbeit im Fairen Handel: BUY GOOD STUFF ist eine Reihe, die seit 2014 in unterschiedlichen Städten erscheint.

Netzwerk Faire Metropole Ruhr sowie der AMD Akademie Mode & Design, über andere Maßnahmen der entwicklungspolitischen Bildungs- und Informationsarbeit vielfältig verbunden. Es konnten bereits die Fair Fashion Shopping Guides für Düsseldorf und Köln unterstützt werden; über das Programm EBD wurden angehende ModejournalistInnen bei der AMD Akademie Mode & Design zum Thema Fairer Handel weiterqualifiziert. Das Netzwerk Faire Metropole Ruhr wird von den regionalen PromotorInnen für entwicklungspolitische Bildungsarbeit mitgetragen, für die das Eine Welt Netz NRW und die Außenstelle NRW die gemeinsame Programmverantwortung haben. Das Netzwerk arbeitet zudem eng mit der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt (SKEW) von Engagement Global zusammen.

Mit dieser erstmals für das Ruhrgebiet aufgelegten Version von BUY GOOD STUFF wird deutlich, dass es in der größten Metropolregion Europas Alternativen zu „Fast Fashion“ und „Billigmode“ gibt. Neben einem ausgiebigen Ladenverzeichnis geben Store- und Designerportraits, Interviews, Berichte und Reportagen neue Einblicke in die Welt der öko-fairen Mode. Altbekannte Labels und neue „Sterne am Modehimmel“ werden vorgestellt, verschiedene Siegel erklärt und der Weg zu fairer Mode in allen Preislagen aufgezeigt.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen als verantwortungsbewusste KonsumentInnen eine anregende Lektüre und viel Freude beim Entdecken Ihrer persönlichen Mode, die sozial fair und ökologisch nachhaltig produziert wurde.

Engagement Global gGmbH
Außenstelle Nordrhein-Westfalen



Buy Good Stuff Düsseldorf



Buy Good Stuff Köln

All about ECO

- 06 Glück auf–der Pott ist fair
- 08 Profit für Milliarden Tränen
- 11 Who made my clothes?
- 14 Wie nachhaltig bist du wirklich?
- 16 Plastik - ein Feind für die Ewigkeit
- 20 Wie groß ist DEIN Fußabdruck?
- 22 Solide ist das neue cool
- 22 Fun Facts



28

Fashion inside

- 28 Let's get ethical
- 30 High Fashion und trotzdem nachhaltig?
- 34 „You can change the way it is“
- 36 Schwarz ist das neue Grün
- 38 Die Reise einer Jeans
- 40 Einziger Ausweg? Selbstmord!
- 42 Bio-Baumwolle bringt Bildung
- 44 Wer designt hier nachhaltig?
- 46 Mode aus Abfall
- 48 Was getan wird, werden kann und werden muss
- 50 Die Stoffe der Zukunft
- 52 Mut tut gut
- 56 Mein Shirt ist auch dein Shirt
- 58 Sustainability in Fashion and Creative Industries (M.A.)
- 60 Fair Fashion Farm - Fotostrecke
- 68 Textile Siegel & Standards

74

Store Portraits

- 74 Anfenger
- 76 AT-elier
- 78 Rockabillymode
- 80 Ein kleines Stück Weltpolitik
- 82 esthétique
- 85 108 degrees
- 86 Róka Fair Clothing
- 90 Cob Concept Store
- 92 Der Trend geht zur zweiten Hand/Grace
- 94 Peperblom
- 96 Hood
- 98 Kommabei
- 100 Uli Schott
- 102 Uniqat
- 104 MiniManu
- 106 Klabauterladen
- 108 Bowfolders
- 110 Native Souls
- 112 Babyträume
- 113 Instinct Sportswear
- 114 Grubenhelden
- 116 Becker-Münch
- 118 Fairnica
- 120 Kong Island
- 122 Susa Flor
- 124 Kleine Helden
- 126 Elsbeth & ich
- 128 Jungle Mode Ehrenfeld
- 132 FairBleiben
- 134 Hofius
- 136 Rackerstube
- 138 Frau Petzold
- 140 U-Nikat
- 142 Fruchtbare Erde
- 144 Milio
- 146 Onkel Jo sein Laden
- 148 Mobil mit dem „Gefairt“



150

Where to shop fair

- 150 Umfrage und Kriterien der Befragung
- 158 West
- 164 Mitte
- 174 Ost
- 180 Filialen
- 184 Labels
- 186 Second Hand

192

Lifestyle

- 192 Frisch, frisch, fröhlich
- 194 Unsere Favoriten
- 196 7 Tipps für einen nachhaltigen Kleiderschrank
- 198 Das geht - das nicht
- 200 Design Gipfel
- 202 Selbstversuch #307
- 206 Naturkosmetik
- 208 Literatur/Film Tipps
- 211 Impressum

IN HALTS VER ZEICH NIS



Glück auf – der Pott ist „fair“

Als erste Städtereion erhielt das Ruhrgebiet den Titel „Faire Metropole“

__Industriestandort, Fußballregion, Kulturhauptstadt – all das ist das Ruhrgebiet, die bunte Region entlang der Ruhr vom Niederrhein bis an den Rand des Sauerlands. Aber sie ist noch viel mehr: Am 20. November 2013 wurde das Ruhrgebiet als erste Großregion in Deutschland und als erster Städteverbund weltweit als „Faire Metropole“ ausgezeichnet. 21 Städte und Gemeinden sowie der Kreis Wesel hatten durch ihre Auszeichnung als Fairtrade-Stadt bzw. -Kreis den Weg für die Auszeichnung des gesamten Ruhrgebiets bereitet. Mittlerweile leben über 4,5 Mio. Menschen in einer Fairtrade-Town bzw. einem Fairtrade-Kreis des Ruhrgebiets.

Die Auszeichnung geht zurück auf das Engagement des Netzwerks Faire Metropole Ruhr. Seit vielen Jahren bündelt das Netzwerk die Aktivitäten von zivilgesellschaftlichen, kirchlichen und kommunalen Akteuren rund um das Eine-Welt-Engagement und den Fairen Handel im Ruhrgebiet. Das regionale Netzwerk hat sich bereits im Jahr 2008 gegründet, um das Thema „Eine Welt und Fairer Handel“ im Rahmen des

Europäischen Kulturhauptstadtjahres 2010 im Ruhrgebiet voranzubringen.

Auf Initiative des Netzwerks unterschrieben alle 53 Kommunen und die vier Kreise des Ruhrgebiets die MAGNA CHARTA RUHR.2010 und verpflichteten sich damit, zukünftig Produkte aus ausbeuterischer Kinderarbeit in ihrer Beschaffung auszuschließen. Eine in Kooperation mit Misereor konzipierte Ausstellung zum Thema „ausbeuterische Kinderarbeit“ informiert seitdem in vielen Kommunen über diese Thematik. Für dieses besondere Engagement wurde der Trägerkreis des Netzwerks Faire Metropole Ruhr 2012 in Berlin mit dem Fairtrade Award 2012 in der Kategorie „Zivilgesellschaft“ ausgezeichnet.

Nach diesem Erfolg machten sich die beteiligten Städte, Gemeinden und Kreise auf den Weg, dem Thema „Fairness“ einen neuen Fokus zu geben. Die Kommunen und Kreise des Ruhrgebiets sollten zukünftig die Kriterien der internationalen Kampagne Fairtrade-Towns erfüllen und z.B. in der Kommunalverwaltung verstärkt

fair gehandelte Produkte verwenden. Mittlerweile erfüllen 37 Kommunen und ein Kreis diese Kriterien und weitere haben sich auf den Weg gemacht.

Mode, Kaffee, Kitas – das Revier engagiert sich

Das Thema „Eine Welt und Fairer Handel“ wird an vielen Orten der Fairen Metropole Ruhr mit Leben gefüllt: In Rathäusern wird fair gehandelter Kaffee getrunken, in Schulen gibt es faire Snack-Automaten, Kita-Kinder erfahren, wo die Bananen wachsen und woran faire Produkte zu erkennen sind und Kleinbauern und Kleinbäuerinnen aus Lateinamerika, Asien und Afrika tauschen sich mit KleingärtnerInnen aus dem Revier aus. Bei Kulturveranstaltungen werden fair gehandelte Getränke ausgeschenkt, der Kaffeegarten Ruhr informiert über den Weg des Kaffees und in der jährlichen Fairen Woche finden über 300 Aktionen und Veranstaltungen in der Fairen Metropole statt.

Auch das Projekt FaireKITA läuft sehr erfolgreich. Über 140 Kindertageseinrichtungen im Ruhrgebiet konnte das Netzwerk bereits mit diesem Titel auszeichnen. Gewürdigt werden damit besondere Anstrengungen, das Thema „Eine Welt und Fairer Handel“ in der Bildungsarbeit und im Alltag der Einrichtungen zu etablieren. Ebenso sind rund 100 Schulen als Fairtrade-Schule zertifiziert und auch eine Fairtrade-Uni gibt es bereits.

Über 30 Städte im Revier haben zudem einen eigenen fair gehandelten Städtekaffee. Unter dem Motto „Der Pott kocht fair“ zieren häufig markante Gebäude der Industriekultur die lokalen Kaffeemarken, wie z.B. der Gasometer in Oberhausen oder in Essen die Zeche Zollverein, heute UNESCO-Welterbe und Wahrzeichen des Ruhrgebiets. Auch das Thema Mode spielt eine immer wichtigere Rolle, sei es bei den zahlreichen Fairen Modenschauen, Klamottentauschbörsen und

Designpfeiln in alten Industriegebäuden oder der Messe Fair Friends. Dazu führen wir regelmäßig Diskussionen zur Arbeitssituation in den Weltmarktfabriken oder informieren über Fair Fashion - wie jetzt mit diesem Einkaufsführer.

Und was können Sie tun?

__Als KonsumentIn können Sie durch Ihren Einkauf mitbestimmen, ob sich unsere Wirtschaft mehr in Richtung Fairness und Umweltschutz entwickelt.

__Als BürgerIn können Sie sich dafür stark machen, dass Ihre Kommune Fairtrade Town wird und/oder nach sozialen und ökologischen Kriterien beschafft.

__Als Eltern, Großeltern, ErzieherIn oder LehrerIn können Sie sich dafür engagieren, dass Ihre Kinder und Enkel in einer Fairen Kita aufwachsen oder sich in einer Fairtrade-Schule aktiv für eine bessere Welt einsetzen.

__Als ArbeitnehmerIn können Sie sich für die Verwendung fair gehandelter Produkte in Ihrer Kantine oder Ihrem Büro einsetzen.

Weitere Informationen unter www.faire-metropole.ruhr

Text: Markus Heißler

Am 20. November 2013 wurde das Ruhrgebiet als Faire Metropole ausgezeichnet.



Profit für Milliarden Tränen

Seit sechs Jahren versucht die Industrie, aus dem tragischen Unfall zu lernen. Seit sechs Jahren versucht die Industrie, die katastrophalen Arbeitsbedingungen, die sich damals offenbarten, aus den Köpfen der KonsumentInnen zu verdrängen. Seit sechs Jahren versucht die Industrie, Produktionsstätten sicherer zu machen. Es wurde viel dafür getan. Doch nur wenig hat sich verändert.

Am 24. April 2013 bricht in Bangladesch das Fabrikgebäude Rana Plaza zusammen. Die Trümmer begraben mehr als 1100 Menschen unter sich. Mehr als 2500 werden verletzt. Nicht zum ersten Mal werden KonsumentInnen der westlichen Welt mit den gnadenlosen Bedingungen konfrontiert, unter denen

ihre Kleidung hergestellt wird. Doch jetzt kann keiner mehr wegschauen. Die Welt ist sich einig: Es muss sich etwas ändern. Sofort. So etwas darf es nicht mehr geben. Keine derartigen Unglücke mehr. Keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen. Erst recht nicht in der sonst so schillernden Modebranche.

Das Unglück von Rana Plaza jährt sich 2019 zum sechsten Mal. Die Modewelt ist seitdem nicht mehr die gleiche.

Doch was hat sich in den letzten Jahren tatsächlich verändert?

nen später aus, sie hätten bereits am Tag zuvor große Risse im Gebäude bemerkt und diese gemeldet. Trotzdem ging die Produktion am nächsten Tag weiter. „Gier, Eile, die Verantwortungslosigkeit der Unternehmen und ein Geschäftsmodell, das die Ausbeutung der Schwächsten – schlecht bezahlte TextilarbeiterInnen – zur Grundlage hat, waren die eigentlichen Ursachen des Rana-Plaza-Einsturzes“, so Livia Firth.

Dabei hätte es gar nicht so weit kommen müssen. Auch wenn versucht wird, die Nachricht weitestgehend vor der Öffentlichkeit zu verbergen; bei den Ermittlungen wird schnell klar: Der Einsturz war kein unglücklicher Unfall. Das Fabrikgebäude hatte acht Etagen. Drei davon waren illegal errichtet worden. Mehr Platz, mehr Produktion, mehr Geld. Außerdem sagen viele ArbeiterInnen

Seit 2007 ist sie Öko-Aktivistin und berät mit ihrer Agentur Eco-Age Firmen in Sachen Nachhaltigkeit. Das Unglück wäre vermeidbar gewesen.

Die Welt schrie auf. Und die Modeindustrie machte weiter: Die Trümmer wurden beseitigt, traumatisierte Menschen gingen wieder arbeiten. Die Branche jedoch konnte nicht so tun, als sei nichts passiert und reagierte: Das Abkommen über Brandschutz und Gebäudesicherheit in Bangladesch wurde beschlossen. Eine rechtsverbindliche Vereinbarung, angelegt auf fünf Jahre. 200 Marken und Gewerkschaften unterschrieben, um die Sicherheit und den Gesundheitsschutz in der Bekleidungsindustrie in Bangladesch zu erhöhen. Ein aktualisiertes Abkommen, das auch einen Beschwerdemechanismus einführt, wurde erst von 140 Marken unterzeichnet.

Zusätzlich wurde das Rana Plaza-Abkommen getroffen. Dabei sollten Marken in einen Ausgleichsfonds einzahlen. Einige Zahlungen mussten jedoch auf dem Klageweg geltend ge-

macht werden und erfolgten erst Jahre später. Das zeigt: Die Industrie bleibt uneinsichtig und in vielen Strukturen unverändert. Es geht nach wie vor primär um Geld.

Glücklicherweise blieb die Katastrophe von Rana Plaza nicht ganz ohne Folgen. Die neuen Sicherheitsbestimmungen haben tatsächlich etwas verändert. „Vor dem großen Unfall im Rana Plaza hatten wir um die 200 ArbeiterInnen im Jahr, die durch Feuer oder Gebäudeeinstürze ums Leben gekommen sind. Heute sind es weniger als fünf bis zehn Menschen.“ Das sei eine große Verbesserung, berichtet Kalpona Akter, Gewerkschafterin in Bangladesch. Das mag für die dortigen Verhältnisse ein Fortschritt sein. Für Menschenrechtsstandards sind es immer noch zehn Tote zu viel.

Foto: Jaber Al Nahian/Flickr: Dhaka Savar Building Collapse



Das Arbeitsumfeld in Bangladesch ist in den vergangenen Jahren erheblich verbessert worden. Notausgänge und Fluchtwege sind heute gekennzeichnet und frei geräumt. Das Gebäudesicherheitsabkommen wurde bis 2021 verlängert. Dadurch sollen weitere Fortschritte gemacht und die Verantwortung an die Behörden in Bangladesch übergeben werden.

Arbeit zu haben gebe den Menschen neues Selbstvertrauen, macht Kalpona klar. Nach dem Unglück ließ die Regierung 400 Gewerkschaften zu. Ein Zeichen an die Welt: Hier tut sich etwas. „Aber in Wahrheit funktionieren maximal 50 davon und die auch nur unter größten Schwierigkeiten“, so die Gewerkschafterin. Die Löhne reichten längst nicht, um eine Familie davon zu ernähren. Und trotz Gewerkschaften und angeblicher Veränderung im Land

bleibt es dabei: Wer sich für bessere Löhne einsetzt, verliert in der Regel seinen Job. Oder noch schlimmer; landet im Gefängnis.

Das Unglück von Rana Plaza hat zwei Sachen sehr deutlich gemacht: Für die Modebranche zählt nur der Profit. Egal zu welchem Preis. Und es sind immer andere Menschen, die für den nachlässigen Konsum westlicher KonsumentInnen zahlen. Rana Plaza sollte als Weckruf für alle Beteiligten dienen. Während die Modebranche diese Warnung ignoriert, gibt es immer mehr AktivistInnen und UnternehmerInnen, die sich für eine nachhaltige Produktion engagieren. Sie setzen sich für eine gerechtere, nachhaltigere und menschlichere Herstellung ein. Die eigentliche Veränderung kann nur von den KonsumentInnen ausgehen, nicht von den Marken.

Dort, wo einst das Rana Plaza stand, erinnert jetzt nur noch ein kleines Denkmal an das Unglück von 2013. Die Arbeitssymbole, Hammer und Sichel, werden von zwei Händen hochgehalten. Auf einer Tafel steht: „Unsere Erinnerungen sind mit Milliarden von Tränen behaftet.“ Daran wird sich nichts ändern. Ändern muss sich etwas an den Produktionsbedingungen und den Löhnen in der Textilbranche. Und zwar schneller als in den vergangenen Jahren.

Text: Jakob Liese

Foto: SoFa Design Institute



Studierende des philippinischen SoFa Design Institutes engagieren sich für Fashion Revolution

Who made my clothes?

Die britische Organisation Fashion Revolution setzt sich für mehr Transparenz und Fairness in der Bekleidungsindustrie ein – mit Erfolg.

Der 24. April 2013 ist ein Tag, den die Modeindustrie wohl nie vergessen wird. Das achtstöckige Fabrikgebäude Rana Plaza in Dhaka stürzt ein. Trotz eines Polizei-Verbotes arbeiteten unzählige Menschen dort an diesem Tag. 1128 Todesopfer. 2500 Verletzte. „That’s when Fashion Revolution was born“, sagt die Menschenrechtsorganisation selbst über dieses schreckliche Ereignis – der schwerste Fabrikunfall in der Geschichte von Bangladesch. Ihre Forderungen an uns: mehr nachdenken, mehr hinterfragen, mehr fordern.

Hast du dir schon einmal Gedanken darüber gemacht, wer dein T-Shirt gemacht hat? Ein Erwachsener oder ein Kind? Eine Frau oder ein Mann? Schätzungsweise 75 Millionen Menschen fertigen weltweit Kleidung. 80 Prozent von ihnen sind Frauen im Alter von 18 bis 35 Jahren. Bis unser Lieblingsshirt aber fertig im Geschäft liegt, hat es schon eine sehr lange Reise hinter sich gebracht. Und damit ist nicht nur der Weg bis nach Deutschland gemeint. FarmerInnen, SpinnerInnen, WeberInnen, FärberInnen, NäherInnen

Foto: Fashion Revolution



Carry Somers und Orsola de Castro haben die Organisation gegründet

und noch viele mehr sind an dem Prozess beteiligt. Und die Produktionskette ist alles andere als fair. Extreme Armut, geringer Lohn und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen – das ist der Alltag der ArbeiterInnen. Tag für Tag werden sie ausgebeutet, arbeiten ohne Sicherheitsvorkehrungen und setzen sich gefährlichen Chemikalien aus. Verbale und psychische Beschimpfungen, Erniedrigungen und Missbrauch sind Arbeitsalltag. Die Organisation „Fashion Revolution“ möchte die Art, wie wir Kleidung produzieren und konsumieren, verändern. Alleine die US-AmerikanerInnen werfen ca. 14 Millionen Tonnen an Bekleidung jedes Jahr weg. Das sind über 36 kg pro Person.

1918 gab die Menschheit weltweit die Hälfte ihres Geldes für Essen und Kleidung aus. 2018 ist es weniger als ein Fünftel. Unser Konsum und die Bereitschaft, einen angemessenen Preis für Nahrung und Kleidung zu zahlen, haben sich verändert. Wir kaufen mehr Kleidung, geben aber weniger Geld für sie aus. Die Organisation ist

überzeugt: „Jedes Mal, wenn wir etwas kaufen, das weniger kostet, als wir es erwartet haben, sind wir an den Auswirkungen dieses Geschäfts beteiligt.“ Und um dieses Verhalten zu ändern, möchte Fashion Revolution mithilfe von Events die Menschen aufklären.

Das Non-Profit-Unternehmen hinter der Kampagne „Fashion Revolution“ sitzt in England und wurde ursprünglich von Carry Somers und Orsola de Castro gegründet. Die beiden kümmern sich um Strategie und Kommunikation und arbeiten eng mit einem Beratergremium zusammen. Zur Community gehört jedeR, der in der Zulieferer-Kette involviert ist. FarmerInnen, ProduzentInnen, KäuferInnen, DesignerInnen, HändlerInnen und KonsumentInnen. JedeR, der sich engagieren möchte, kann zum Netzwerk dazu gehören und mitmachen.

Doch was passiert eigentlich während der Fashion Revolution Week? 92 Länder veranstalten eine Woche lang verschiedene Events. Kleider-

tauschpartys, Poetry Slams, Expertendiskussionen und Informationsrunden – überall lernt man etwas Neues. Auch in Deutschland nehmen viele Organisationen teil. In Städten wie Hamburg, Berlin, München, Mainz, Bonn, Nürnberg oder Köln laufen viele Veranstaltungen, um auf die Ausbeutung in der Modeindustrie aufmerksam zu machen. Das Ganze bezieht sich auf den Hashtag #whomademyclothes. Man macht einfach ein Foto von dem Etikett eines Kleidungsstücks, markiert die jeweilige Marke, setzt den Hashtag unter das Bild und postet es in den Sozialen Netzwerken. Ziel der Aktion ist es, Druck auf die Marken und Händler auszuüben. Sie werden aufgefordert, transparent zu sein und die Frage zu beantworten: „Wer hat meine Kleidung gemacht?“. Die Fashion Revolution Week findet in der letzten Aprilwoche statt und schließt somit den 24. April ein – den Gedenktag von Rana Plaza.

„Who made my clothes?“ fragt Fashion Revolution

Die Initiative wächst von Jahr zu Jahr: 2018 hatten so viele Menschen wie nie zuvor das Projekt mit den unterschiedlichsten Aktivitäten unterstützt. Mehr als 1000 Events wurden gelistet, unter dem Hashtag #whomademyclothes wurden 720 Millionen Bilder gepostet. Weltweit berichteten darüber Magazine wie Forbes, Vogue, The Telegraph, The Guardian oder Huffington Post. Immer mehr Labels wie Zara, Massimo Dutti und G-Star Raw reagierten auf die entscheidende Frage „Who made my clothes?“ Auch Berlin stand 2018 und 2019 im Zeichen der Fashion Revolution Week: Dafür pflanzten AktivistInnen in Deutschlands Hauptstadt etwas ganz



Label: Fashion Revolution

Besonderes: den „Run it your way“-Flash-mob. Auf dem Alexanderplatz wurde vor Fast Fashion Stores eine Modenschau inszeniert. Für einige Minuten wurden die PassantInnen aus ihrer gewohnten Shopping-Routine gerissen. 2019 gab es eine Demo vom Roten Rathaus bis zum Brandenburger Tor. Zusätzlich informierten zahlreiche andere Events – vom Workshop bis hin zum Filmabend – rund um das Thema Fair Fashion.

Doch das, was bisher erreicht wurde, ist nicht genug. Es ist wichtig, die Öffentlichkeit auf die Probleme der Textilindustrie aufmerksam zu machen, Wissen weiterzugeben und mit Veränderungen zu beginnen. Es liegt noch ein langer Weg vor uns und es gibt noch viel zu tun, um weltweite faire Produktionen mit angemessenen Bezahlungen garantieren zu können. Doch es liegt auch an uns, den KonsumentInnen. Unser Verlangen nach neuesten Produkten, Trends und die Eigenschaft, alles schnell zu verbrauchen, müssen wir ändern. Wie Vivienne Westwood es perfekt zusammengefasst hat: „Buy less, chose well, make it last.“

Wie nachhaltig bist du wirklich? Ein ehrlicher Test für mutige Modedefreaks.

1 Welches der folgenden Zitate gefällt dir spontan am besten?

- A. Das kann man immer noch mal gebrauchen.
- B. Unordnung ist das halbe Leben, Ordnung das ganze.
- C. Die Industrie soll das regeln.

3 Plastikmüll gehört in die gelbe Tonne, Altglas in den Container. Wie denkst du über Mülltrennung?

- A. Ich nehme mir schon ewig vor zum Recyclinghof zu fahren - aber ich schaffe es nicht.
- B. Ich fahre regelmäßig samstags vorm Einkaufen zum Recyclinghof.
- C. Ich trenne den Müll total sorgfältig - aber es kann ein bisschen dauern.

4 Stell dir vor, jemand würde in deinen Kleiderschrank schauen. Was denkt man?

- A. Was für ein kunterbuntes Durcheinander.
- B. Okay...hier hat jemand aufgegeben.
- C. Sagenhaft. Alles schön sortiert. Dieser Schrank gehört jemandem, der weiß, was er will.

Welche Antwort passt zu dir? Entscheide, wäge ab, sei ehrlich! Bist du überwiegend ein grüner, ein roter oder ein gelber Mensch?

2 Wie würdest du dich charakterisieren?

- A. Das Genie beherrscht das Chaos.
- B. Aufräumen ist voll mein Ding, nichts ist mir wichtiger.
- C. Ich kriege meine Unordnung einfach nicht in den Griff.

6 Für welches Beauty-Produkt entscheidest du dich?

- A. Für die Rosen-Creme von Dr. Hauschka.
- B. Für den roten Lippenstift von Lancôme.
- C. Für die Gesichtscreme von Nivea.

7 Welche Beschreibung trifft dein Shopping-Verhalten am ehesten?

- A. Ich bestelle viel in Online Shops, das kann man ja immer zurückschicken.
- B. Nichts Neues kaufen. Lieblingsstücke finde ich auf Kleidertauschpartys und im Secondhand.
- C. Gelegenheitsshopper in der Innenstadt.

8 DVD-Abend - Für welchen Film entscheidest du dich?

- A. Der Ruf der Wale
- B. Clueless - Was sonst!
- C. Die Eiserne Lady

Seite: David Költgen & Danica Jovanovic

Was ist zu tun? Zwei Herzen schlagen in deiner Brust: Grundsätzlich bist du bereit, etwas für die Umwelt zu tun. „Aber wie?“ Diese Frage kannst Du im Alltag an vielen Stellen nicht beantworten. Produkte passen oft nicht in das knapp bemessene Monatsbudget, das für andere Dinge wie soziale und berufliche Absicherung gebraucht wird. Und da du nicht gerne als Öko-Freak abgestempelt werden willst, muss Mode, die du trägst, einfach gut aussehen.

Geiz ist geil! Klare Sache - du bist ein Schnäppchen-jäger und zeigst am besten, dass „bio“, „ökö“, eben noch keine Norm in der Welt ist. Du setzt dich mit Leib und Seele für die Umwelt ein. Ob es nun um Sharing oder den Kauf gebrauchter Waren geht, den Konsum von Bio-Artikeln oder aktives Engagement in Sachen Umwelt-, Natur- und Klimaschutz - du machst keine halben Sachen.

Ein Herz für die Umwelt Glückwunsch - in Sachen Nachhaltigkeit machst dir so schnell keiner was vor. Du setzt dich mit Leib und Seele für die Umwelt ein. Ob es nun um Sharing oder den Kauf gebrauchter Waren geht, den Konsum von Bio-Artikeln oder aktives Engagement in Sachen Umwelt-, Natur- und Klimaschutz - du machst keine halben Sachen.

Plastik

– ein Feind für die Ewigkeit

Der blaue Planet wird zum Plastikplaneten. Menschen erkranken, Tiere sterben und das Ökosystem geht zugrunde. Wie schlimm ist die Situation und was können wir tun?

Flaschendeckel, Obstnetze, Gabeln, Tüten, alte Autoreifen – mit jeder Welle wird neuer Müll angeschwemmt, mit jeder Welle wird der glitzernde Streifen am Strand breiter. Ein Streifen komplett aus Plastik funkelt im Sonnenlicht. Warmer Sand, blaues Meer, blauer Himmel – und Tonnen von Plastik: Die modernen Bauteile eines Urlaubsidylls.

Wir leben in einer Plastikwelt. Kunststoff ist Teil unseres Alltags und begleitet uns von morgens bis abends. Plastik ist überall. Es begegnet uns in Kosmetikprodukten, als Lebensmittel-Verpackung und Gebrauchsgegenstand, von der Fernbedienung bis zum Stuhl und zurück zum Kühlschrank.

Alles aus Plastik. Der Stoff ist leicht, praktisch und langlebig – und genau das wird der Umwelt zum Verhängnis.

Plastik wird aus Erdöl hergestellt. Durch chemische Prozesse wird Erdöl zu dem Kunststoff, den wir alle kennen. Vor knapp hundert Jahren entdeckt, wird Plastik immer mehr zu einem festen Bestandteil unseres Alltags. Allein im Zeitraum von 1950 bis 2017 wurden 8,3 Milliarden Tonnen Kunststoff produziert, dies entspricht dem Gewicht von 80.000.000 Blauwalen! Wir verbrauchen so viel Plastik, dass wir inzwischen nicht mehr wissen, wohin damit. Das meiste landet als Abfall auf Müllbergen oder eben im Meer. Die Meere sind



Foto: © naturepl.com / Enrique Lopez-Tapia / WWF

überfüllt mit Kunststoffen, die das natürliche Ökosystem gefährden. Plastik ist hauptsächlich ein Einwegprodukt. Dabei ist die Nutzungsdauer meist sehr kurz. Eine Plastiktüte wird im Durchschnitt nur 25 Minuten verwendet, bevor sie im Müll landet – kurzer Nutzen, aber bis zu 20 Jahre hingegen dauert es, um sie abzubauen. Insgesamt werden in Deutschland 5,3 Milliarden Plastiktüten pro Jahr verbraucht. Unsere Ozeane sind voll mit diesen Tüten. Schildkröten und Delfine verwechseln sie mit Quallen – und sterben an ihrem Verzehr.

Doch wie kommt Plastik ins Meer? Das geschieht über viele Wege. Mikroplastik aus Kosmetikprodukten

wie Cremes und Gels gelangt über den Abfluss in das Abwassersystem. Auch beim Wäschewaschen landen Kunstfasern, die zu klein sind, um von einem Sieb aufgefangen zu werden, in den Flüssen und letztlich im Meer. Das passiert schon ab einem üblichen Waschgang bei 30 Grad. Eine Studie der britischen Plymouth University zeigt, dass aus einem Kleidungsstück aus Polyester-Baumwoll-Mischgewebe rund 138.000 Fasern ihren Weg ins Wasser finden. Bei Acryl-Geweben sind es noch mehr: 730.000 Fasern. Die Synthetik-Fasern sind nicht biologisch abbaubar und vergiften unsere Gewässer. Eine bessere und umweltschonendere Alternative sind Naturfasern. Beim Waschen von Kleidung



Foto: © Martin Harvey / WWF

aus Materialien wie Leinen und Seide haben wir kein Problem mit Mikroplastik. Illegale Müllentsorgung und Verdreckung durch Massentourismus sind ein großer Teil des Problems und auch beim Fischfang wird die Umwelt belastet, denn regelmäßig gehen Netze verloren. Eine Angelschnur allein braucht 600 Jahre, um sich abzubauen!

Für die Tiere ist es eine Quälerei: Die Meeresbewohner verfangen sich in den Netzen und Verpackungen. Schildkröten, Robben, Vögel und andere Tiere haben meist keine Chance, sich aus der Plastikfalle zu befreien. Schmerzhaft schlingt sich das Plastik um ihren Hals oder andere Körperteile und schneidet in ihre Haut ein. Zerfällt das Plastik in kleinere Einzelteile und in Mikroplastik, ist es für Fische und Vögel oft nicht unterscheidbar von

ihrer natürlichen Nahrung. Eine Million Seevögel sterben jedes Jahr daran. Auch in unsere Nahrungskette hat sich der Kunststoff etabliert. Über Plastik verzehrende Muscheln und Fische kehrt es zurück auf unsere Teller.

Ignorieren wir das Problem, schwimmt im Jahr 2050 dreimal mehr Plastikmüll im Meer als Fische. Da stellt sich selbstverständlich die Frage: Was kann der einzelne Konsument tun, um diese Katastrophe zu beheben? Boyan Slat hat eine Antwort. Der 23-jährige Niederländer hat das Projekt „The Ocean Cleanup“ initiiert. Mit einem langen U-förmigen Auffangarm, der auf dem Meer liegt und der Hilfe des natürlichen Meeresstroms, soll Plastik aufgefangen und anschließend eingesammelt werden. Der Fangarm ist so konstruiert, dass Fische pro-



Foto: © naturepl.com / John Cancalosi / WWF

blemlos unter ihm durchschwimmen können. Mitte 2018 sollte die Mission, den Müll aus dem Pazifik zwischen Hawaii und Kalifornien zu fischen, beginnen. Kontinuierlich wird weiter an der Technologie gearbeitet und das Projekt expandiert.

Jeder einzelne Mensch kann etwas tun. Doch vor der Aktion ist erstmal Aufklärung nötig. Wir brauchen ein Bewusstsein für einen neuen Umgang mit Plastik. Auch kleine Veränderungen im Alltag können bereits ein großer Schritt sein. Ein paar Basics für den Einkauf machen da den Anfang: Eigene Gläser und Dosen statt Verpackungen, Joghurt im Glas statt im Plastikbecher, Wattestäbchen statt aus Plastik lieber aus Bambus und so weiter. Um sicher zu gehen, dass man kein Mikroplastik den Abfluss hinunterspült, Zahnpasta und Deodorant mithilfe von Rezepten selbst machen. Zu Werbegeschenken einfach mal „Nein“ sagen und „To-Go“-Verpackungen und -Bestecke ablehnen. Wer sich selbst

und der Erde etwas Gutes tun möchte, macht „Plogging“. Der schwedische Trend vereint Joggen mit Aufräumen (schwedisch: „Plocka“). Beim Aufsammeln von Plastik wird Sport gemacht und die Umwelt zugleich aufgeräumt. Damit die Menschen wirklich konsequent weniger Plastik konsumieren, wird die EU ab 2021 folgende Produkte verbieten: Einweg-Plastikgeschirr und -Besteck, Strohhalme, Wattestäbchen aus Plastik und Plastikhalterungen von Luftballons.

In Kenia hat sich bereits ein neues Gesetz etabliert: Plastiktüten sind seit Ende 2017 ganz verboten. Wer hier mit einer Plastiktüte erwischt wird, dem drohen bis zu 32.000 Euro Strafe oder vier Jahre Haft. Doch auf der ganzen Welt muss der Plastikkonsum drastisch gesenkt werden. Grundsätzlich gilt für Plastik: Wiederverwenden, weniger konsumieren und langlebige Produkte auswählen. Und nicht vergessen: Plastik bleibt ewig.

Text: Lola Tappe

Die internationale NGO World Wide Fund for Nature setzt sich global für den Naturschutz und die Bewahrung der biologischen Vielfalt ein. Ein Schwerpunkt der Organisation ist die Bekämpfung des Plastikmülls.

www.wwf.de



Foto: © Jürgen Freund / WWF

Wie groß ist DEIN Fußabdruck?

Deutschland lebt jährlich mit den Ressourcen von drei Planeten. Dieser Wert ist aber veränderbar. Wie du deinen ökologischen Fußabdruck verkleinern kannst und deinem Planeten etwas Gutes tust.

___Mittwoch. 01.05.2018. Unsere natürlich verfügbaren Ressourcen sind jetzt aufgebraucht. Ab heute leben wir hier in Deutschland auf Kosten unserer nachfolgenden Generationen. Unserer Kinder, Enkelkinder und der Menschen im Süden. Würde jeder so leben wie wir, wären drei Erden nötig. In den USA liegt dieser Wert bereits bei fünf Erden. Nur zur Erinnerung: Wir haben bloß eine Erde.

Es müssen also Lösungen her. Um unsere Erde zu schützen und unsere Ressourcen besser einteilen zu können, entwickelten William E. Rees und Matthias Wackernagel 1994 das Konzept des „ökologischen Fußabdrucks“. Dabei wird gemessen, wie viele unserer Ressourcen wir nutzen und wie viele uns tatsächlich zur Verfügung stehen. Der ökologische Fußabdruck steht für unseren Ressourcenverbrauch. Er ist der Indikator der Nachhaltigkeit. Er misst, wieviel Biokapazität, gemessen in Hektar, bereitgestellt werden müssen damit wir sorgenfrei leben können. Mitbedacht

werden hier die Flächen, die benötigt werden zur Produktion unserer Kleidung, Nahrung und des Mobiliars. Zudem die Fläche, die wir zum Leben nutzen, unser produzierter Müll und das Binden von freigesetztem Kohlendioxid das vor allem durch Autos und Flugzeuge in die Umwelt gelangt. Es wird berechnet, wie viel Fläche jedem Menschen auf unserem Planeten theoretisch zustehen. Das sind pro Kopf 1,8 Hektar, gebraucht werden mittlerweile jedoch 2,2 Hektar. Der Lebensstandard vieler Länder steigt, ebenso der ökologische Fußabdruck der jeweiligen Bewohner.

Aufteilen kann man den ökologischen Fußabdruck in zwei Seiten: Die Angebots- und die Nachfrageseite. Auf der Angebotsseite berechnet der ökologische Fußabdruck die Flächen unseres Planeten. All unsere Felder, Wälder, Seen, Meere, Wüsten, Straßen und Städte. Berücksichtigt wird die unterschiedliche biologische Produktivität, um auf die Biokapazität der Erde zu kommen.

Auf der Nachfrageseite wird berechnet, wie viel Biokapazität wir Menschen nutzen. Hier werden Dinge wie Bauland, Viehzucht und vor allem Energiegewinnung gemessen, denn Wirtschaften benötigt Fläche. Somit kann das Angebot und die Nachfrage miteinander verglichen werden. Die verwendete Einheit in diesem System ist die biologisch produktive Fläche und wird in der Maßeinheit „globale Hektar“ (gha) dargestellt.

Es gibt wahnsinnige Veränderungen. Vor den 1980er Jahren lebte die Menschheit, ohne alle vorhandenen Ressourcen aufzubrechen. Erst Anfang der 1980er Jahre fingen wir Menschen an, mehr Biokapazität zu beanspruchen als unsere Ökosysteme dauerhaft bereit stellen können.

Jeder Mensch hinterläßt auf unserem Planeten seine eigene Spur. Die Größe dieser variiert von Person zu Person, von Land zu Land. In Deutschland liegt der Durchschnittswert bei 5,5 gha pro Kopf. Dass dieser Wert nicht so groß sein

muss, beweisen andere. Länder wie Rumänien, in denen der ökologische Fussabdruck bei 2,7 gha liegt oder Kolumbien, das einen Wert von 1,9 gha hat.

Seinen eigenen ökologischen Fußabdruck herauszufinden, kann von großem Nutzen sein. Hat man die Werte vor Augen, ist es einfach sein Verhalten anzupassen. Möglich macht das die karitative Organisation „Brot für die Welt“. Auf ihrer Website www.fussabdruck.de kann jeder umsonst und ohne Anmeldung einen Selbsttest machen. Hier kannst du herausfinden, wie hoch dein ökologischer Fußabdruck in den Bereichen Ernährung, Wohnen, Mobilität und Konsum ist – und ob du unserem Ziel, nachhaltig zu leben, einen Schritt näher kommst. Neugierig geworden? Dann schau jetzt auf www.fussabdruck.de vorbei, mach den Selbsttest und hilf deinem Planeten, du hast nur einen.

Text & Illustration: Felicitas Speis



Solide ist das neue cool

Wo giftige Chemikalien sind, ist sie zur Stelle. Seit 2016 leitet Kirsten Brodde die internationale Detox-Kampagne bei Greenpeace. Sie packt die Umweltsünden an der Wurzel. Über Hamburg, Baustellen und Waffenhandel - die überzeugte Umweltschützerin hat im Gespräch kein Blatt vor den Mund genommen.

Sie haben Journalistik und Germanistik studiert. Aber wieso auch noch Medizin?

Ich glaube, ich hatte das Gefühl, dass es gut ist, zusätzlich eine Naturwissenschaft zu studieren. Ärztin wollte ich nie werden.

Hilft die Kombination Ihnen in ihrem heutigen Beruf?

Die naturwissenschaftliche Grundausbildung hat mir immer geholfen. Vor allem jetzt im Umgang mit Chemikalien.

Ihr Motto in einem Satz.

Weniger ist mehr!

Nachhaltigkeit ausgerechnet in der Modebranche?

Ich war empört, dass ich mich mit Mode beschäftigen sollte. Ich war Redakteurin beim Greenpeace Magazin und habe mich mit Themen beschäftigt, die ich wirklich wichtig fand, wie internationaler Waffenhandel. Eine meiner damaligen Kolleginnen sagte, wir würden gerne mal eine Modestrecke im Heft machen. Ich war dagegen. Seit ich mich mit der Modebranche befasse, habe ich den Journalismus gegen die Rettung der Textilindustrie eingetauscht. Ich hatte unterschätzt, wie schmutzig dieses Geschäft ist.

Und dann haben Sie Blut geleckt...

Das Thema Nachhaltigkeit hat mich nicht mehr losgelassen. Im Zuge dessen habe ich auch angefangen, meinen eigenen Konsum in Frage zu stellen. Man fängt immer mehr an zu hinterfragen, was



Foto: Rene Zieger

Kirsten Brodde von Greenpeace kämpft für eine grünere Modebranche

und wie viel man kauft, je mehr man darüber weiß, wie Dinge gemacht werden.

Nennen Sie drei Worte, die ihren Kleiderschrank beschreiben.

Hanseatisch. Blau. variabel.

Was tragen Sie heute?

Heute trage ich einen Rock von Lanus. Mein Oberteil ist ein Tribut an den Lokalpatriotismus, ich bin ja überzeugte Hamburgerin, das ist vom Hamburger Label Jan 'n June.

Welches Eco-Label tragen Sie am liebsten?

Wenn ich dem etwas strengeren Dresscode gehorchen muss, dann trage ich gerne Lanus.

Oder auch Nudie Jeans oder KOI. Ich trage natürlich auch etwas von Armed Angels, wobei das inzwischen so ein Massenlook geworden ist. Ich habe zum Beispiel Einzelteile von kleineren Labels, wie eine Tunika aus Peace Silk von Anna Maria Angelika.

Passiert etwas in der Textilindustrie?

Die Textilindustrie bewegt sich Hose für Hose und T-Shirt für T-Shirt fort. Nur ein Bruchteil wird ökologisch und fair produziert. Die Modeindustrie wird nicht über Nacht vom Saulus zum Paulus.

Welches öko-faire Label hat in Ihren Augen Vorbildcharakter?

Interessant ist die Geschichte des schwedischen Jeanslabels Nudie, weil sie erst konventionell produziert haben. Sie sind Mitglied der Fair Wear Foundation. Die gesamte Kollektion ist aus Bio-Baumwolle. Nudies Konzept: zu einem Drittel verkaufen sie neue Jeans, zu einem Drittel haben sie ihren Reparaturservice und ein Drittel ist Secondhand. Ein ganz neues Ladenkonzept, das sehr interessant ist.

Wo können andere Labels starten, wenn sie nachhaltig werden wollen?

Da spreche ich jetzt natürlich als Greenpeace-Aktivistin. Als erstes: an Transparenz arbeiten. Ihr müsst wissen, wo und wie ihr produziert. Für mich liegt das Hauptaugenmerk auf der ökologischen Bilanz der Produktion.

Wie kann man als VerbraucherIn glaubwürdige Fair Fashion erkennen?

Am Design sieht man den Unterschied idealerweise nicht. Ökologische und faire Labels kann man oft daran erkennen, dass sie entsprechende Zertifikate oder Siegel haben.

Es gibt ja eine ganze Reihe von Siegeln. Manche, die die Firmen sich auch selbst erfinden.

Hier gibt es „Conscious“, da gibt es „Join Life“ - viele Zeichen tragen zur Verwirrung bei. Woher soll ich als KonsumentIn wissen wie gut oder schlecht ein Siegel ist? Wenn ich gerade verstanden habe was GOTS ist, kommen die Firmen mit vier oder fünf anderen Siegeln mit Kunstnamen. Dann setzt ganz oft bei KonsumentInnen das Gefühl ein, möglicherweise wollen die Firmen mich an der Nase herum führen. Bevor man als Depp abgestempelt wird, kauft man eher gar nicht ökologisch und fair. Harmonisierung bei den Siegeln könnte das möglicherweise beheben.

Woran erkennt man Greenwashing?

Greenwashing ist nicht so einfach zu erkennen, weil ja nicht mehr so platt gelogen wird. Informationen werden verdreht oder weggelassen. Sustainable Cotton hört sich erst mal gut an, ist aber nicht unbedingt Bio-Baumwolle. Die Unternehmen setzen darauf, dass bei den KonsumentInnen nicht genügend Kenntnisse vorhanden sind, um die Lüge zu erkennen. Das ist eigentlich auch schon Greenwashing. Also gibt es leider nur einen Weg: Die KundInnen müssen sich informieren.

Wer ist der absolute Vorreiter

Greenpeace Detox Campaign

Mit der Forderung „Entgiftet unsere Kleidung“ geht Greenpeace in die Offensive – damit haben sie Erfolg. Mittlerweile haben sich bereits 79 globale Modemarken, dazu verpflichtet bis 2020 Schadstoffe durch ungefährliche Substanzen zu ersetzen. Und viele weitere werden folgen.

in der Detox Campaign?

Sie werden es nicht glauben: Was die Entgiftung und die Chemikalienentfernung betrifft, sind die Fast Fashion Firmen am besten. Inditex und Benetton sind zum Beispiel weit vorne. Und sie sind vor allem



Foto: Manuela Clemens/Greenpeace

Kirsten Brodde bei der „Make Smthng Week“ in Berlin im Rahmen der Greenpeace Detox Campaign

weiter vorne als die Luxusfirmen. Da stellt sich die Frage: Wie bewertet man was? In Punkto Chemikalienmanagement ist Inditex mit Zara gut, aber wie sieht es in Bezug auf Fairness, Materialeinsatz und Abfälle aus? Da merke ich, dass ich mich manchmal mit meiner eigenen Bewertung schwertue.

Kleiden sich Menschen bewusster als noch vor ein paar Jahren?

In der Masse nicht. Wir brauchen erstmal eine kleine Gruppe von Leuten, die etwas anders machen und dann eben andere Leute mitziehen. Die Herde kommt dann hinterher. Und das hört sich vielleicht negativer an, als ich es meine: Man erreicht nicht aus dem Stand 80 Prozent der Bevölkerung.

Es gibt noch immer das Argument, dass nachhaltige Mode teuer sei. Was halten Sie davon und was ist ein vernünftiger Preis für Nachhaltigkeit?

Einfache Antwort: Die andere Mode ist zu billig. Warum? Weil

natürlich die Umweltschäden nicht eingepreist sind. Stellt euch vor, sie würden für die Schäden, die sie anrichten bezahlen und sie würden faire Löhne bezahlen. Dann wären sie schon längst in einem anderen Preissegment. Die ökologische Mode hat einen realen Preis. Der Wertverfall ist das Problem, weil es einhergeht mit dem Verlust von Respekt. Auch der Industrie ist der Respekt verloren gegangen.

In einem Satz: Warum muss sich in der Modewelt etwas

verändern?

Weil Kleidung, wie sie jetzt produziert wird, einfach nicht anständig produziert wird.

Was würden Sie sagen, ist das größte Problem der Modebranche?

Das Tempo. Ich rede immer über Fast Fashion und die Mengenproduktion, aber das Tempo hat auch High Fashion erreicht. Auch die Luxuslabels drücken ganz schön auf die Tube, was den Kollektions-Rhythmus betrifft.

Es gibt viele Baustellen in der Modebranche. Wenn Sie nur eine Sache ändern könnten, was wäre es?

Da sagt jetzt die Umweltschützerin: faire Löhne. Emotional ist diese millionenfache Ausbeutung etwas, was ich wirklich schwer ertragen kann. Da spricht mein Gerechtigkeitsinn. Ich würde jetzt eben nicht sagen: Verzicht auf alle schädlichen Chemikalien - ab-

gesehen davon, dass ich meine Kampagne natürlich schon gewonnen habe. Für mich wäre es ein echter Durchbruch, wenn die wenigen, die knochenhart - hinter jedem Turnschuh und jedem T-Shirt - schufteten, menschenwürdig bezahlt werden.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft der Mode?

Die gleiche Menge, die jetzt produziert wird, darf nicht in öko und fair produziert werden. Eigentlich will ich, dass weniger Kleidung hergestellt wird, aber das auf höherem Niveau. Wahrscheinlich ist solide das neue cool. Solide ist zwar so ein altes Wort, aber egal, ob es auf Produktion oder Verarbeitung bezogen ist, solide würde ich gut finden. Achtung: Ich ärgere mich auch über Öko-Labels, die nicht solide arbeiten. Sachen, die schnell kaputt gehen, sind einfach nicht gut produziert.

Was möchten Sie der Welt mitteilen?

Wir alle sind BürgerInnen, für die es wichtig ist, sich zu engagieren. Es lohnt sich, sich für Dinge einzusetzen. Man soll sich nicht nur darüber definieren, was man kauft, sondern darüber, wofür man lebt und träumt.

Text: Allegra Isert & Lara Grobosch



Foto: Bente Stachowska/Greenpeace

Unter dem Motto „Buy nothing – Make something“ zeigt Greenpeace Alternativen zum Wegwerfkonsum

1. Auf Kaugummis durch die Welt

Es klebt und zieht Fäden: Über 1,5 Millionen Kaugummis werden beispielsweise in den Niederlanden jährlich auf die Straßen der Großstädte gespuckt. Überall werden klebrige Übeltäter auf den Bordsteinen plattgetreten und bleiben dort mindestens für eine Ewigkeit. Bis die Stadt ein teures Abkratzen bezahlt. Die niederländische Großstadt Amsterdam tritt nun dieses Problem buchstäblich mit Füßen. Die vom Boden der Fußgängerzonen gekratzten, bereits gekauten Gummis werden weiterverarbeitet zu einer Schuhsohle. Mit dem „Gumshoe“ shoppt man gleichzeitig Mode und vermeidet Müll. Rund 20 Prozent der Schuhsohle besteht jetzt aus alten Kaugummis. Die „Gummi“-Sohlen sollen aber ebenso widerstandsfähig wie herkömmlich produzierte Sohlen sein. Allerdings mit einem kleinen Extra – ein süßer Kaugummigeruch begleitet den Träger Schritt für Schritt. Gumshoe.amsterdam

2. Auf keinem Kuhmist gewachsen

Man hat schon so einiges gehört. Aber aus Scheiße Gold machen? Auch das geht. Kaffee aus Elefantendung oder Vanillearoma aus Kuhausscheidungen. Beides sind bahnbrechende und zugleich ein bisschen eklige Erfindungen. Als dritte Scheiß-Entdeckung kennt man nun die Mode aus Kuhmist. Eine niederländische Designerin löst das Gülle-Problem ihres Landes, indem sie den Kot der Kühe zu Kunststoff verarbeitet. Von nun an tragen also viele Niederländer Kuhdung an ihrem Körper - mit Stolz und ohne Muhen. <http://jalilaessaidi.com/cowmanure>

3. Von der Traube zum Treter

Eine vegane Alternative zu Leder ist Wein. Moment mal – Wein? Ganz richtig. Ein italienischer Architekt und Möbeldesigner entwickelte gemeinsam mit der Universität Florenz ein nachhaltiges Material aus Weintrauben. Alle Reste, die zur Produktion der alkoholischen Verführung nicht verwendet werden, werden zu veganem Leder verarbeitet. Schluck für Schluck Mode, mit der ein geselliger Abend garantiert wird. Ein Glas Wein in der Hand und den Rest trägt man am Fuß – so wird ein nachhaltiger Schuh draus. Vegeacompany.com

4. Alleskönner Apfel

„An apple a day keeps the doctor away.“ Das womöglich erste englische Sprichwort, das man im Unterricht lernt. Äpfel sind Alleskönner. Die Frucht versorgt uns mit Vitamin B, C und E, mit Kalium, Natrium, Magnesium, Calcium und Eisen. Und jetzt auch noch mit Luxusartikeln. Handtaschen aus Äpfeln sind die nachhaltige Textil-Alternative aus Italien. Da muss man auf dem Reiterhof aufpassen, dass das Pferd nicht nach der Tasche schnappt. Ab jetzt werden also Äpfel nicht mehr nur als Vitaminlieferant verwendet, sondern auch als schmuckes Accessoire. happy-genie-signup.kickoffpages.com

5. Müll macht müde Mode munter

Alte Kaffeefilter, leere Thunfischdosen und die Reste vom Mittagessen – aus Müll wird Mode heißt die Devise der Firma Crop-A-Porter. Mit ihrer Agraloop-Innovation gewann Crop-A-Porter 2018 den Global Change Award. Um das Problem der landwirtschaftlichen Ernteabfälle in den Griff zu bekommen, entwickelte das Unternehmen eine neue Technologie: Abfall wird zur wertvollen Ressource. Viele Menschen tragen heute tatsächlich Mode aus Müll - aus alten Bananen, Ananas, Zuckerrohr und Ölsamen-Flachs werden strapazierfähige Stoffe produziert. Die Landwirte können hierbei nur gewinnen. Ihnen wird der Müll nämlich gegen Geld abgekauft – eine Win-Win-Situation. EndverbraucherInnen freuen sich über eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Materialien. Man muss nicht immer wissen, woraus die hübsche Bluse gefertigt wurde – Hauptsache hübsch. Globalchangeaward.com

6. Kleidung aus Kaffeesatz

Ein Kaffee am Morgen vertreibt Kummer und Sorgen. Ein Motto, das sich jetzt auch die Textilindustrie zu eigen gemacht hat. Der gemeine Koffein-Junkie kann jetzt mit dem richtigen T-Shirt gleich doppelt punkten. Denn Kaffee ist der neue Textilrohstoff. Der Abfall unzähliger Espressi und Cappuccini endet in Sport- und Freizeitmode. Der besondere Clou: Kaffeesatz absorbiert Gerüche. Aus diesem Grund hat der weltbekannte Fußballverein FC Liverpool den Wunderabfall in die Trikots gemischt. Wer auch verschwitzt so gut riechen will wie die Fußballstars, sollte bei der Textilwahl auf Kaffee setzen. Das Gute für die Koffein-Liebhaber: Endlich auch die dritte Tasse ohne schlechtes Gewissen genießen: Alles für die Umwelt. Singtex.com

Fun Facts

Die sieben kuriossten Mode-Materialien

Let's get ethical

Die grüne Modemesse der Berliner Fashion Week punktet mit Information und Innovation



___30 Grad, Sonnenschein, Trubel. Die Leute stehen vor dem Eingang Schlange. Innen atmen sie auf – hier ist es angenehm kühl. Puristisches Design in einer chaotischen Woche. Urbane Architektur, tausend Lichter und Palmenblätter. Industriearchitektur prägt das alte Kraftwerk in Berlin Kreuzberg. Lächelnde Gesichter. Viele Gäste. Viel Raum zum Präsentieren, Bestaunen und Inspirieren. Eine grüne Modeinsel inmitten der Fashion Week. Die Neonyt ist die gewissenhafte Schwester der Premium Exhibition. Beide Modemesen sind fester Bestandteil der Berliner Fashion Week.

Die Messe steht für modisches Design und gleichzeitig für nachhaltige und faire Produktion. Hier versammeln sich bewusste EinkäuferInnen mit zukunftsorientiertem Denken, um neue Trends zu entdecken – fair, ökologisch und vegan. Willkommen auf der Szenepattform für ethische Ästhetik!

Leidenschaft, Kraftwerk, Mode

Rechts und links, oben und unten: überall nachhaltige Kleidung, Schuhe, Accessoires und Beauty-Produkte. Die riesige Halle des Kraftwerks scheint wie ein Tempel für öko-faire Mode. Ein grünes Fashion-Paradies. Menschen stöbern an allen Ständen. Von Ship-sheip über Jan'n June bis zu Ecoalf – alle etablierten Fair Fashion Labels sind vor Ort. Insgesamt stellen über 120 internationale Marken ihre Kollektionen zur Schau. Die Messe steht der Premium Exhibition in Sachen Trends in nichts nach. Leichte Stoffe, bunte Farben, moderne Schnitte – vom klischeehaften Öko-Effekt keine Spur. Die Begeisterung für Mode und Umweltbewusstsein verbindet. Kontakte werden eifrig geknüpft, Visitenkarten ausgetauscht und Lookbooks präsentiert. Die Leidenschaft für grüne Mode ist bei jedem Gespräch zu spüren.

Stufe für Stufe geht es in die obere Etage. Hier werden spannende Projekte und individuelle Kooperationen präsentiert. Die BesucherInnen erfahren mehr über Zertifikate für Nachhaltigkeit, wie dem GOTS-Siegel und berufliche Weiterbildungsmöglichkeiten – Bildung ist in Mode. Ein Hingucker für die BesucherInnen: eine Robe aus unzähligen Kleidungsstücken. Die Kreation der jungen ModestudentenInnen der AMD Berlin erntet echte Bewunderung.

Hitzige Diskussionen

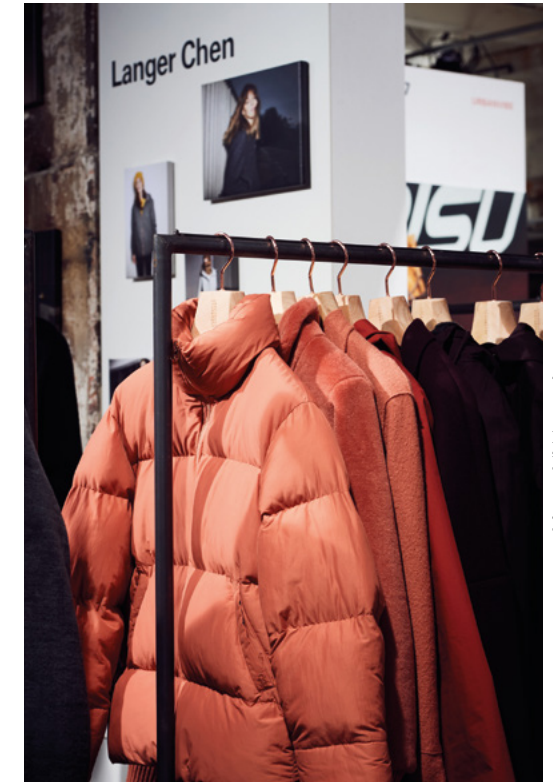
Die Neonyt ist ein Ort für innovative Diskussionen und heißen Ideenaustausch. Neue Visionen werden bei der Konferenzplattform FashionSustain großgeschrieben. In dieser Abteilung der Messe treffen sich CEOs, VerkäuferInnen und Größen der Modebranche zu einem vielversprechenden Dialog. Es geht um die Zukunft von Mode, Menschen und Umwelt.

Highlight der Messe ist die Neonyt Modenschau: Seit 2018 ist eine grüne Show fester Bestandteil im Berliner Fashion Week Kalender. Zahlreiche BesucherInnen aus Mode, Politik, Medien und Wirtschaft bestaunten die Premiere von grünen Konzepten auf dem Laufsteg des E-Werks. Neben allseits bekannten DesignerInnen zeigen auch die nachhaltigen Labels bei der Show ihre Mode auf dem Catwalk. Zu sehen sind Kollektionsteile nationaler und internationaler Labels wie Alexandra Svendsen, Lanjus, Ecoalf und Philomena Zanetti. Der Fokus liegt auf Streetwear und Casualwear.

Spektakel gegen Vorurteile

200 Veranstaltungen mit 100.000 FachbesuchernInnen – das ist die Berliner Fashion Week. Die Messe Neonyt spielt eine zentrale Rolle im Spektakel. Wer die Hallen des Kraftwerks mit einem Vorurteil gegenüber grüner Mode betreten hat, verlässt sie anschließend mit Erstaunen: Faire Mode muss nicht nach „öko“ aussehen. Ein erfrischender Besuch, der modisch und ethisch bereichert. Let's get ethical!

Text: Allegra Isert & Lola Tappe





Mit Philomena setzt Designerin Julia Leifert auf nachhaltige Materialien und Herstellung in Europa.

High Fashion und trotzdem nachhaltig?

Geht es um Mode, macht eine Dionysus Bag von Gucci immer noch mehr Eindruck als eine Tasche aus recycelten Plastikabfällen. Doch müssen wir dafür auf Nachhaltigkeit verzichten? Langsam machen sich Veränderungen im Luxussegment bemerkbar.

Text: Lara Grobosch

Ein neues Bewusstsein entsteht: Immer mehr VerbraucherInnen möchten wissen, unter welchen Bedingungen ihre Bekleidung hergestellt wurde. Eine neue und kritischere Generation von Luxus-konsumentInnen wächst heran. Die so genannten Millennials legen besonderen Wert auf Nachhaltigkeit. Kaufkriterium Nummer eins: Nachhaltige Materialien und sozial-bewusste Produktion. Und so wächst die Nachfrage nach öko-fairer Mode. Konventionell hergestellte Fast Fashion und all die mit ihrer Produktion einhergehenden Konsequenzen für Mensch, Tier und Umwelt stehen auch medial in harter Kritik: Neben der Ölindustrie gilt die Modebranche als das zweitschmutzigste Geschäft der Welt. 25 Prozent der weltweit verwendeten Chemikalien kommen in der Bekleidungsproduktion zum Einsatz. Die Arbeitsbedingungen in

den Textilfabriken sind oft menschenunwürdig. Viele ArbeiterInnen verdienen weniger als ein Drittel dessen, was zum Überleben reichen würde. Jahrelang ignorierte besonders die High Fashion-Branche die öffentliche Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit. Inzwischen stellt sie sich ihr.

„Nachhaltigkeit ist das wichtigste Thema unseres Jahrhunderts“, weiß Marie-Claire Daveu, Chief Sustainability Officer beim Großkonzern Kering, zu dem unter anderem High End Labels wie Gucci, Balenciaga oder Saint Laurent gehören. Andere Modehäuser ziehen nach. Nicht zuletzt, weil sie nur so die neue Generation der Luxus-konsumentInnen für sich gewinnen können. Eine moderne High Fashion Marke muss inzwischen nicht nur schön und teuer, sondern auch nachhaltig sein. Aus diesem Grund versuchen diese, auf unterschiedlichste Art und Weise ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Mittlerweile überdenken Luxusunternehmen ihre Produktionsprozesse, um Energie und Ressourcen zu sparen und damit den Nachhaltigkeitsaspekt in der Modeindustrie zu stärken.

Luxus und Nachhaltigkeit ist kein Widerspruch

Auch die Produktion verändert sich: Eine neue Generation junger DesignerInnen sucht nach Alternativen zu traditionellen Materialien und Herstellungsmethoden. High Fashion Labels wie Philomena Zanetti und Bottletop gehen als Positivbeispiel voran. In strenger Einhaltung ihres Ethikkatalogs stellen sie Luxusmode und -accessoires unter nachhaltigen Gesichtspunkten her. Dass Sustainable Fashion alles andere als „unschick“ ist, beweist Julia Leifert mit ihrem Label Philomena Zanetti. Seit 2014 fertigt die Designerin mit der nach ihrer Ur-Urgroßmutter benannten Brand ethisch einwandfreie und zeitlose Mode für moderne und bewusst konsumierende Frauen. Leiferts Devise: Der faire Umgang mit Ressourcen muss kein Widerspruch zur High Fashion sein. Für ihre puristischen Kollektionen verwendet sie nur nachhaltige Materialien und produziert mit höchstem Respekt gegenüber Mensch, Tier und Umwelt. Die Designerin legt dabei viel Wert auf die gewaltfreie Herstellung. Sie setzt auf vegane Alternativen zu Leder, Pelz und Co. und lässt ihre Kollektionen ausschließlich in Deutschland und Europa produzieren.

Eine besondere Idee verfolgt auch das britische Designerduo Oliver Wayman und Cameron Saul mit seinem Label Bottletop. In ihrem Shop auf Londons feiner Regent Street machen sie die Nachhaltigkeit auf mehr als nur einer Ebene erlebbar: 60.000



Recycling-Flaschen wurden in der Innenausstattung des Ladens verarbeitet. In futuristischer Atmosphäre verkaufen sie nachhaltige Accessoires wie etwa Taschen, die in Kenia aus Kronkorken handgefertigt werden. Viele dieser Marken sind noch klein. Viele dieser emanzipativen Prozesse stecken noch in den Kinderschuhen. Doch die visionären Konzepte der Vorreiter-Labels sind inzwischen Vorbild für große Luxuskonzerne.

Allen voran schreitet das populäre High Fashion Label von Stella McCartney. Seit Jahren verfolgt sie mit ihrem gleichnamigen Label einen öko-fairen Ansatz bei der Produktion ihrer Kollektionen. 53 Prozent ihrer Damen- und 45 Prozent ihrer Herrenkollektion ist nachhaltig. Das Modehaus verwendet vegetarisches Leder

und nachhaltige Viskose aus zertifizierten Wäldern. Mehr als die Hälfte der von ihrem Unternehmen verarbeiteten Baumwolle stammt aus biologischem Anbau. Bei tierischen Fasern wie Wolle versichert McCartney, dass diese aus nachhaltig bewirtschafteten Farmen bezogen werden. Für alle synthetischen Materialien greift sie zurück auf recycelte Alternativen wie Econyl, ein Nylonstoff aus alten Fischernetzen. McCartney selbst engagiert sich zudem stark für den Tierschutz und ist in der Ethical Trading Initiative aktiv, die sich für die Verbesserung von Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten einsetzt. McCartney setzt Trends - keine andere Luxusmarke kann da auch nur ansatzweise mithalten.

Doch völlig untätig ist der Rest der High Fashion-Branche nicht. Pelz war jahrelang ein heikles Thema – heute nicht mehr: Renommierete Modehäuser wie Giorgio Armani, Calvin Klein, Maison Margiela, Donna Karan und Michael Kors haben sich bereits von der blutigen Mode verabschiedet. Auch Donatella Versace will den Einsatz von Fell nicht mehr unterstützen. In einem Interview mit der französischen Vogue setzte sie ein klares Statement: „Pelz? Da bin ich raus. Ich will keine Tiere töten, um Mode zu machen. Es fühlt sich nicht richtig an.“ Auch Gucci zieht mit. Seit der Frühjahr/Sommer Kollektion 2018 verwendet das Luxusunternehmen keinen Echtpelz mehr.

Einsehen bei den Großkonzernen

Gerade Gucci möchte einen Schritt weitergehen: Das italienische Modehaus will sich als sozial verantwortungsvolles und umweltbewusstes Unternehmen neu positionieren. Gucci-Chef Marco Bizzarri kündigte an, die durch die Textil- und Lederproduktion entstehenden Einflüsse auf die Umwelt zukünftig signifikant zu reduzieren und die Lieferkette von 95 Prozent aller Gucci-Produkte auf ihrem Weg von der Rohstoffproduktion bis in den Laden nachvollziehbar zu machen. Gucci goes green.

Da ist es nur passend, dass Mutterkonzern Kering ähnliche Veränderungen plant. Bis 2025 möchte das Pariser Mutterunternehmen von Gucci, Saint Laurent, Balenciaga und Alexander McQueen den Ursprung seiner wichtigsten Rohmaterialien zu 100 Prozent nachweisbar machen und seinen Ausstoß an Kohlendioxid bei der Produktion um 50 Prozent reduzieren. Daneben soll auch der generelle Einfluss auf die Umwelt um mindestens 40 Prozent gesenkt werden. Um die Zukunft der Mode ökologischer zu machen, startete Kering zudem gemeinsam mit der Parson's School of Design in New York einen Studiengang für Nachhaltiges Modedesign.

Fotos: Anna Daki / Philomena



Auch Großkonzern LVMH, dem unter anderem Louis Vuitton, Christian Dior, Givenchy und Donna Karan angehören, setzt sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit ein. Bereits seit 2011 verfolgt LVMH ein sogenanntes LIFE-Programm, das sich mit Rohstoffen, Lieferanten und der Langlebigkeit der Produkte beschäftigt. Doch das ist nicht alles: Zudem etablierte der Luxuskonzern einen Fonds, in den alle Marken der Gruppe entsprechend der Höhe ihrer Treibhausgasemissionen einzahlen. Das Geld soll für Projekte genutzt werden, die den Schadstoff-Ausstoß des Konzerns reduzieren. Einsehen zeigt auch Burberry: Die Lu-

xusmarke hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 komplett auf giftige Chemikalien in der Produktionskette zu verzichten. Außerdem ist sie Mitglied der Ethical Trading Initiative und kann einen strengen Verhaltenskodex für Zuliefererbetriebe vorweisen.

Doch so gut das alles klingt – die Studien der Online-Plattform „Rank a Brand“ zeigen, dass die High Fashion-Branche noch lange nicht so nachhaltig ist, wie sie gerne vorgibt. Das Onlineportal untersucht Markenhersteller auf ihre Transparenz in Bezug auf Nachhaltigkeit. So soll herausgefunden werden, wie verantwortungsvoll diese mit der Umwelt umgehen und wie es mit den sozialen Bedingungen in der Produktion aussieht. Selbst Top-Eco-Marke Stella McCartney wird von „Rank a Brand“ lediglich als „bedingt empfehlenswert“ eingestuft. Und shame, shame, shame: Alle anderen untersuchten Luxuslabels schneiden noch schlechter ab. Bei einer Vielzahl der geprüften Marken läge, laut der Plattform, zudem der Verdacht nahe, dass Nachhaltigkeit nicht substantiell, sondern vorrangig kommunikativ angegangen werde. Der High Fashion-Branche sei also ein altes Kästner-Wort ins Tagebuch geschrieben: „Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.“

„You can change the way it is“

Studio Elsie Gringhuis - Das niederländische Luxuslabel zeigt, dass Mode nachhaltig und high fashion sein kann. Designerin Elsie Gringhuis setzt mit ihrer öko-fairen Kollektion auf das Zero-Waste-Prinzip. Wir haben mit ihr über Umweltschutz, den kritischen Blick und die Zukunft der Mode gesprochen.



Wie kam es zur Gründung Ihres öko-fairen Labels?

Schon während meines Modedesign-Studiums an der ArtEZ, University of the Arts, in Arnhem, wurde mir bewusst, wie schrecklich die Textilindustrie war. Also fasste ich einen Entschluss: Wenn ich in der Mode arbeiten möchte, dann nur auf faire und ethische Weise - ansonsten mache ich lieber etwas ganz anderes! Als ich 2008 mit dem Studium fertig war, gab es kaum nachhaltige Labels, die meiner Ästhetik entsprachen. So entstand mein eigenes Label Studio Elsie Gringhuis.

Sie arbeiten nicht nach Saisons. Warum haben Sie sich dafür entschieden, Mode nach Ihrem eigenen Rhythmus zu produzieren?

Angefangen haben wir ziemlich traditionell damit, meine Kollektionen jede Saison während der Amsterdamer Fashion Week zu zeigen. Aber schon nach zwei Shows hatte ich einen Burnout. Das Tempo war zu schnell und der Druck zu groß. Sobald die Kollektionen gezeigt wurden, waren sie schon passé. Es braucht so viel Zeit, Energie und Engagement, um ein einziges Kleidungsstück zu entwerfen und zu fertigen. Heute entwerfe ich nur noch neue Designs, wenn ich möchte und solange die Stoffe verfügbar sind. Wir produzieren nur auf Bestellung. Auf diese Weise schützen wir die Umwelt vor Überproduktion.

Sie orientieren sich am Zero Waste Prinzip...

Auf jeden Fall. Jede Naht und jeder Knopf kostet so viel Zeit und Mühe und damit Geld und Energie. Ich begann, meine Entwürfe auf höchstens ein oder maximal zwei Schnittmuster zu reduzieren, um so effizient wie möglich ein ansprechendes Design zu gestalten. Heute arbeite ich mit einer Reihe von Zero-Waste-Schnitten: Schnitte, die die gesamte Stoffbreite ausnutzen und zu einem Kleidungsstück gefaltet werden.

Beschreiben Sie das Design Ihrer Kollektionen.

Die Designs sind immer clean und minimalistisch mit innovativen Details. Wir streben nach zeitloser Eleganz. Unser Stil passt sich leicht verschiedenen Frauentypen an. Ich habe KundInnen im Alter von 20 bis 90 Jahren! Das ist ziemlich außergewöhnlich.

Wie sieht Ihrer Meinung nach die Zukunft der Mode aus?

Wenn ich die Modebranche heute mit der von vor zehn Jahren vergleiche, hat sich schon vieles zum Positiven gewandelt. Den Menschen wird mehr und mehr bewusst, dass sich etwas ändern muss. Auf der anderen Seite fürchte ich aber, dass die Veränderungen zu langsam kommen. Besonders die großen Marken müssen sich drastischer und viel schneller für Nachhaltigkeit einsetzen, als sie es jetzt tun. Es gibt leider auch viel Greenwashing. Wir alle sollten sehr kritisch damit sein, was wir kaufen.

Wie können wir als KonsumentInnen denn kritisch kaufen?

Höre niemals auf, Fragen zu stellen! Frage dich immer: Brauche ich das wirklich? Mag ich es immer noch in ein paar Jahren? Wir sollten alle weniger kaufen, qualitative Ware wählen und sie lange behalten. Mit unseren Geldbörsen stimmen wir ab: Erkenne, dass du so viel mehr bist als einE KonsumentIn und so viel mehr Einfluss hast, als du denkst. #youcanchangethewayitis

Text: Lara Grobosch

Schwarz ist das neue Grün

Jan 'n June machen nachhaltige Mode so trendig wie noch nie zuvor. Bei dem Hamburger Duo findet man vieles, was das Modeherz begehrt.

„Wir lieben die Mode und wir lieben unseren Planeten.“ Anna Bronowski und Juliana Holtzheimer sind Jan 'n June - das frische Hamburger Label will mehr als ökologisch und fair sein: Hier wird Ästhetik großgeschrieben. Auch nachhaltige Mode kann trendig sein.

Im Sommer 2013 hatten die beiden jungen Gründerinnen eine Idee. Cool sollte es sein, fair sollte es sein, nachhaltig sollte es sein. Ein Jahr später war es dann soweit: „Wenn es dich packt, denkst du 24 Stunden am Tag daran, arbeitest du 24 Stunden am Tag daran.“ Die Aufgabe war nicht leicht, eigentlich war es die Quadratur eines Kreises: Nachhaltige, ästhetische Mode und trotzdem bezahlbar. Die Idee war geboren, die Idee trieb sie um. Ihr Label „Jan 'n June“ benannten sie nach ihren Geburtsmonaten.

Foto: Jan'n June



Die Produktionsstätte für ihre Kollektionen ist im Familienbesitz. Entscheidend ist für sie, ganz nah an der Produktion zu sein. Regelmäßig besuchen sie ihre Produzenten, damit sie den Ablauf der Arbeit verbessern können. Ganz oben auf der Liste steht: Transparenz. Und hier hat sich die Marke abgesichert. Ein Abkommen mit den Urhebern verbietet, die Bestellung an Subunternehmer weiterzugeben. Ihr Ziel: eine langanhaltende Beziehung.

Die Materialien der Hamburgerinnen sind geprüft. Zu den Siegeln gehören GOTS und IVN BEST. Sie überprüfen die gesamte Lieferanten-Kette und soziale und ökologische Aspekte. Bisher gilt das aber nur für die Stoffe. Die fertigen Produkte, Produktionsstätten und die Marke selbst sind aktuell noch nicht zertifiziert.

Jan 'n June bietet alles, was das Frauen-Herz begehrt. Von Basics bis hin zu modischen Culottes. Anna und Juliana möchten das Thema Nachhaltigkeit anders aufgreifen. Weg von der Farbe Grün – „let's make it black“. Ihre Mode ist modern, ihre Mode ist cool – und nachhaltig sowieso. Die Quadratur des Kreises ist gelungen.

Text: Linda Gerolstein



Fotos: Lena Scherer

Die Reise einer Jeans

Über tunesische Sanddünen und den türkischen Bosphorus hinweg bis zu uns in den Kleiderschrank: Artikelnummer 45908. Wir haben beim Eco-Label hessnatur nachgefragt, wo ihre Jeans herkommt.

__Who made my clothes? Transparenz ist zum zentralen Thema in der Modeindustrie geworden. Immer mehr Menschen möchten wissen, wo und wie ihre Kleidung produziert wurde. Bei hessnatur ist das kein Problem: Hier wird für jeden Artikel der komplette Herstellungsprozess dokumentiert und geprüft. Das öko-faire Label aus Butzbach setzt auf maximale Transparenz vom Anbau bis zum Kleiderbügel. Auf unsere Nachfrage haben sie die komplette Produktionskette ihrer Comfort Fit Jeans in der Farbe 29 dark blue offengelegt.

Die Produktion einer Jeans ist ein aufwändiger Prozess. Ihr Weg beginnt in der Türkei mit der Baumwollproduktion. Auf großen Plantagen wird der Rohstoff unter streng kontrollierten, biologischen Bedingungen nach GOTS-Richtlinien angebaut. Voraussetzung für den Anbau sind gute Böden, warmes Klima und viel

Feuchtigkeit. Von der Aussaat bis zur Ernte benötigt die anspruchsvolle Pflanze etwa acht bis neun Monate. Ist die Baumwolle reif, wird sie von Baumwollbauern und -bäuerinnen von Hand gepflückt. Neben Indien, China und den USA zählt die Türkei zu den größten Baumwoll-Exporteuren der Welt.

Auch die weiteren Schritte der textilen Kette liegen in der Türkei. Nach der Ernte geht es jetzt für die Bio-Baumwolle zur weiteren Verarbeitung in eine Spinnerei. Dort wird die Rohware zunächst gewaschen und anschließend mit einer Maschine zu Garn versponnen. Beim Spinnen kommen ausschließlich Öle auf Basis nachwachsender Rohstoffe als Hilfsmittel zum Einsatz. Damit die Jeans ihr typisches Indigoblau erhält, wird das fertige Garn dann noch in der Türkei gefärbt. Im Loop-Dye-Verfahren bekommen die Kettfäden ihre blaue Farbe. Für die Färbung wird ein ökologisch zertifizierter Farbstoff verwendet, der frei von Schwermetallen und Schadstoffen ist. Die Schussfäden bleiben weiß, um den charakteristischen Denim-Look zu erzeugen. Sind beide Garne bereit, werden die Kett- und Schussfäden von einer Maschine zu Stoff verwebt. Nun macht sich der fertig gewebte Stoff auf die Reise. Es geht weiter nach Tunesien zur Näherei und Wäscherei. Der Betrieb liegt etwa eine Autostunde von Tunesiens Hauptstadt Tunis entfernt. Hier fügen NäherInnen alles zur fertigen Hose zusammen. Der Konfektionär vor Ort ist durch die unabhängige Fair Wear Foundation zertifiziert und wird durch regelmäßige Besuche des Hessnatur-Sozialstandard-Teams überprüft. Doch mit dem Zusammennähen ist der Weg der Jeans noch nicht beendet:

Foto: hessnatur



Illustration: Jakob Liese

In der Wäscherei bekommt die Hose ihren letzten Schliff. Hier erhält die hessnatur-Jeans einen leichten „soft wash“, der das Gewebe vor dem Einlaufen schützt, für einen weicheren Griff sorgt und außerdem den restlichen Farbstoff aus der Hose wäscht. Umweltschädliche Sandstrahl- und Chlor-

behandlungen sind tabu – die unterschiedlichen Waschungen werden gemäß höchsten ökologischen Kriterien umgesetzt.

Nach hunderten Arbeitsschritten kommt die fertige Jeans endlich zu uns nach Deutschland. Zunächst wird sie nach Butzbach, zum Firmensitz von hessnatur, gesendet. Von hier aus macht sich die Jeans dann entweder auf den Weg in die Verkaufsstellen oder wird direkt zu den KundInnen vor die Haustür geliefert.

Text: Lara Grobosch

Einzigiger Ausweg? Selbstmord!

Tausende Bauern müssen jährlich sterben, durch Schulden in den Ruin getrieben. Was eine der vielen Auswirkungen der Globalisierung mit dem Unternehmen Monsanto Biotech zu tun hat.



Foto: Alexandra Buxbaum / Greenpeace

200 000 Tote in zehn Jahren in Indien. Alles Kleinbauern. Der Grund? Selbstmord. Jährlich stürzen sich tausende Baumwollbauern in den Tod. Wie kann es dazu kommen? Die Kleinbauern im sogenannten Selbstmordgürtel in Indien sehen keinen anderen Ausweg. Ihre Schulden sind zu hoch, um sie jemals abbauen zu können. Schuldeneintreiber bedrohen sie. Doch sie haben nicht genug

Geld, um sich und ihre eigene Familie ernähren zu können. Eins verbindet all diese traurigen Schicksale. Bei allen handelt es sich um Baumwollbauern, die auf das genveränderte Saatgut von Monsanto Biotech, heute Bayer, gesetzt haben.

Einer von ihnen ist Gajanand Gattawar. Den Baumwollbauern trieben seine hohen Schulden in den Selbstmord. Er hinter-

lässt seine Frau Stasi Kala mit drei Kindern. Und Schulden, einem Haufen Schulden. Stasi Kala hat kein Geld, kein Einkommen und jetzt auch keinen Mann mehr.

Auch Meor Singh, ein weiterer Kleinbauer aus Indien, führt in Chottian mit seiner Frau und seinen Enkelkindern einen Hof. Einst hatte er einen Sohn. Am 5. November 2013 nahm sich dieser das Leben. Der Vater fand

seinen leblosen Körper. Er hatte sich mit Pestiziden vergiftet. Ein weiterer Fall: In Bangalore isst Ramesh Rathod zu Abend. Dass er den ganzen Tag nichts gegessen hat, ist nicht der Grund, wieso er sich übergeben muss. Absichtlich hat sich Ramesh Pestizide unter seinen Reis gemischt. Einen Tag zuvor hatte ihn ein Bankangestellter besucht. Alle acht Stunden nimmt sich in einer indischen Agrar Provinz ein Bauer das Leben. Die Menschen sind verzweifelt. Sehen keinen Ausweg. Doch was hat das alles mit Saatgut zu tun?

Die Zentralregierung in Neu-Delhi hilft nicht. Von den multinationalen Konzernen bekommt der Staat Geld. Importzölle und Subventionen werden für Großkonzerne heruntergefahren. Die Kleinbauern konkurrieren völlig aussichtslos mit den wohlhabenden Landwirten aus den USA und Europa. Dort werden die Produkte jedoch durch Zölle geschützt und hoch subventioniert. Die Kleinbauern sind chancenlos, müssen sich verschulden. Um gegen diese Schulden anzukommen, nehmen die Bauern

neue Kredite auf und verschulden sich noch mehr.

Ein kläglicher Versuch, der Konkurrenz aus den USA und Europa mit niedrigeren Preisen zu begegnen, sind Pestizide. Immer höhere Mengen werden gegen Schädlinge eingesetzt. Die Ernte soll größer ausfallen, um gegen die Konkurrenz

weile Bayer, und ist dreimal so teuer wie konventionelles Saatgut. Die Kleinbauern sehen letzte Chancen und lassen sich hoffnungslos ausbeuten. Heute weiß man, dass das Saatgut ein Flop ist. Alle Ankündigungen Monsantos waren irreführend. Die aggressive Markteinführung schaffte es trotzdem tausende Bauern in den Ruin zu treiben. Und was sagt Monsanto Biotech? Der Konzern verweist auf „schwierige klimatische Bedingungen“ und weist alle Schuld von sich.

Text: Felicitas Speis



Kleinbauern in Indien protestieren gegen Monsanto Biotech.

ankommen zu können. Die Schädlinge jedoch werden durch den falschen Gebrauch der chemischen Hilfsmittel resistent, die Böden dauerhaft geschädigt und ausgelaugt. Die Erträge sinken weiter. Letzte scheinbare Lösung: BT Cotton.

BT Cotton steht für „*Bacillus thuringiensis* Cotton“. Hierbei handelt es sich um genverändertes Baumwoll-Saatgut. Hergestellt wird dieses von Monsanto Biotech, mittler-

Bio-Baumwolle bringt Bildung

Produktion in Asien geht auch anders. Purecotz etabliert einen neuen Standard.

___140 Arbeitsschritte sind für die Herstellung eines Hemdes nötig. Unter verheerenden Bedingungen arbeiten in großen Teilen Indiens Textilfachkräfte auf Bauernhöfen, Spinnereien, Färbereien und Nähereien. Und das zu erbärmlichen Löhnen. Nur wenige Firmen setzen sich für Veränderungen der Produktionsbedingungen ein. Ein positives Beispiel ist da Purecotz ecolifestyles: Die Textilfabrik versucht, die Nachhaltigkeit im Textilbereich voranzutreiben.

Das Unternehmen Purecotz hat seinen Sitz in Umbergaon - einer kleinen Küstenstadt 150 Kilometer nördlich von Mumbai. 450 MitarbeiterInnen beschäftigt Gründer Amit Narke. 450 ArbeiterInnen, die pro Jahr eine Million Textilartikel aus Biobaumwolle herstellen. Seit 2000 verarbeitet die Firma zu 100 Prozent organische Fasern. Qualität und ein fairer Umgang

mit Mensch und Natur sind fester Bestandteil der Philosophie von Purecotz. Viele nachhaltige Marken aus den USA, Großbritannien und Deutschland lassen ihre Produkte in der Fabrik fertigen. Zu ihren bekannten Kunden zählen Labels wie Johnson & Johnson, Stella McCartney, Melawear und dm. Nachhaltigkeit setzt sich durch – auch außerhalb der Grenzen von Europa.



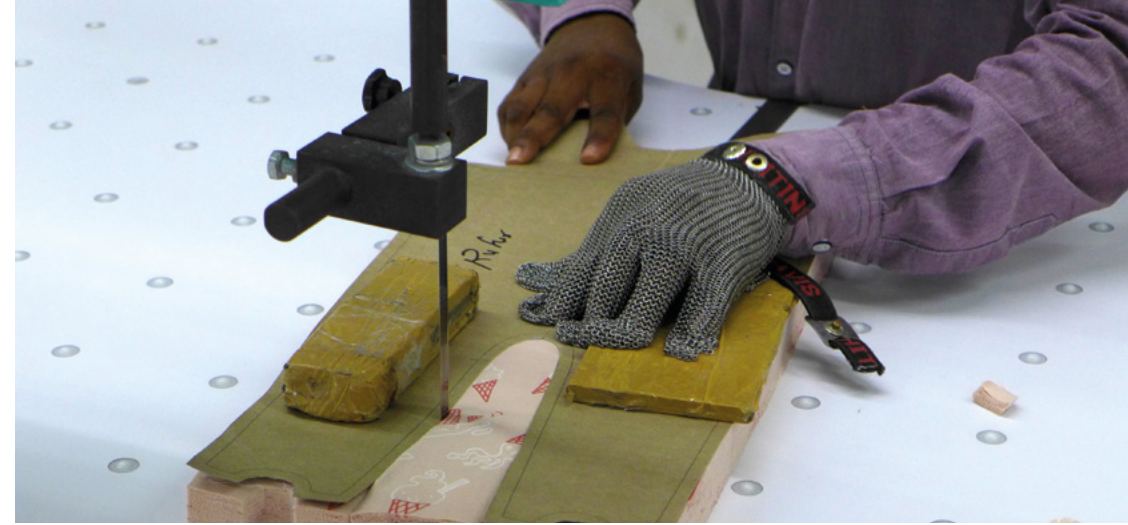
Gründer Amit Narke und Textilarbeiter Hasmukh Dhodi von Purecotz

Nachhaltigkeit muss auch sozial sein

Dass Indien durchaus nachhaltig und fair produzieren kann, zeigen Geschäftsführer Amit Narke und Textilarbeiter

Hasmukh Dhodi. Gemeinsam kamen sie anlässlich der Fashion Revolution Week im April 2018 nach Deutschland - und zeigten sich durchaus kritisch. Laut Narke achten die Nachhaltigkeits-Siegel überwiegend nur auf die ökonomischen und ökologischen Aspekte der Textilindustrie: „Mein Ziel aber war es mit der Gründung von Purecotz zusätzlich die sozialen Umstände zu verbessern.“

Die FabrikarbeiterInnen von Purecotz haben einen strukturierten Arbeitsalltag, mit festgelegten Pausen. Sie arbeiten acht Stunden pro Tag und dürfen maximal zwei Überstunden in der Woche leisten. Es gibt zudem Lohnfortzahlung im Krankheitsfall, bezahlte Urlaubstage, Mittagessen sowie einen Betriebsrat. Zur Zeit erhalten die NäherInnen den gesetzlich vorgegebenen Mindestlohn. Das ist zwar deutlich mehr als in anderen Fabriken, jedoch können damit die Lebenshaltungskosten nicht ausreichend abgedeckt werden. Die Löhne sollen steigen. Auch Sicherheit wird in der Firma großgeschrieben. Die Arbeitsräume sind gut ausgeleuchtet und belüftet. Beschilderte Notausgänge und Fluchtpläne weisen im Brandfall den Weg ins Freie. Angesichts von Sozialabbau und zunehmender Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen



Purecotz setzt auf öko-faire Produktion und Handarbeit

Fotos: Jan Eggers/JAN TRÄGT GRÜN

reibt man sich als EuropäerIn die Augen.

Eine Chance auf Lebensqualität

Hasmukh Dhodi ist von Beginn an für die Firma Purecotz tätig. In 18 Jahren ist er vom einfachen Arbeiter zum Manager aufgestiegen. Anders als der Großteil der indischen Bevölkerung kann sich Dhodi ein Auto, ein Haus und Bildung für seine Kinder leisten. „Purecotz unterscheidet sich von den anderen Firmen, für die ich gearbeitet habe: Ich bin dankbar für den respektvollen Umgang, das geregelte Einkommen und die Aufstiegschancen.“

Purecotz ist GOTS, Fairtrade und SA8000:2014 zertifiziert. In Zusammenarbeit mit Melawear und Fairtrade zählt Purecotz zu den ProjektpartnerInnen des neuen Fairtrade Textilstan-

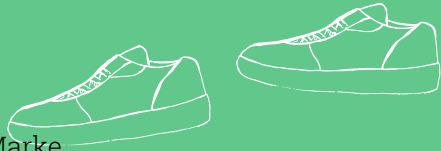
dards. Durch diese Teilnahme möchte die Firma innerhalb von sechs Jahren bis zur Zertifizierung existenzsichernde Löhne zahlen.

Leider ist Purecotz eine Ausnahme, nur eine von wenigen Firmen, die sich für faire Produktion einsetzen. In der globalen Textilindustrie steht Nachhaltigkeit noch lange nicht im Vordergrund. Amit Narke wünscht sich einen Wandel von saisonalen zu jährlichen Kollektionen, von kurzatmiger zu zeitloser Qualität und von billigen zu fairen Preisen. Für Amit Narke ist Purecotz durchaus ein Vorbild. Würden sich mehr Unternehmen ein Beispiel an der ökologischen und fairen Philosophie von Purecotz nehmen, könnte das schon bald Realität werden.

Wer designt hier nachhaltig?

Du liebst Mode und lebst umweltbewusst? Teste hier dein Wissen über nachhaltige DesignerInnen und Modemarken!

1 Welche angesagte Marke produziert Sneaker aus Naturkautschuk, pflanzlich gegerbtem Leder und Bio-baumwolle?



2 Welche Marke hat es geschafft, ihren Gesundheitsschuh mit Öko-Stempel zum Trendpiece zu machen?

3 Welche Designerin entwickelte die beliebte „Falabella“-Handtasche aus vegetarischem Leder?



4 Von wem stammt das berühmte Zitat: „Buy less, choose well, make it last“?

5 Wie heißen die Designer-Brüder der Messenger-Bag aus LKW-Plane?

7 Welches Kölner Modelabel verwendet die umweltfreundlichste Viskose namens „EcoVero“?

9 Welcher vertikale Modehersteller überrascht im Jahr 2018 mit einer Kollektion aus Müll?

6 Welches beliebte Label recycelt Vintage Levi's Jeans nach dem Motto „Wie ein guter Wein wird Levi's Denim mit dem Alter nur besser“?



8 Welches Unternehmen wirbt mit dem Statement „Sweatshop free“?

10 Welches spanische Label stellt Mode aus alten Fischernetzen her?

Text & Illustrationen: Lola Tappe

Mode aus Abfall

Die Zahl sieben ist eine magische Zahl. Sie steht für Wunder und Zauberei. Vielleicht gelingt dem schwedischen Modeunternehmen mit seiner siebten Kollektion ein kleines Wunder. H&M möchte einen riesigen Schritt in Richtung Nachhaltigkeit gehen: Conscious Exclusive Kollektion heißt die Linie, mit der man den Lebenszyklus von Kleidungsstücken deutlich verlängern möchte. Jedes Kleidungsstück soll später wiederverwendet oder recycelt werden. Modemagazine wie Vogue, Elle oder Fashion Network nahmen die Kollektion begeistert auf. Grund genug für einen nachhaltigen Fashion Guide einen kritischen Blick zu wagen.

Ist die H&M Kollektion wirklich nachhaltig oder ist alles nur ästhetisches Greenwashing?

Seit einigen Jahren bringt H&M „Conscious“-Kollektionen heraus. Eine Kollektion, die aus nachhaltigen Materialien bestehen. So will man zeigen, wie umweltschonend man inzwischen ist. Doch immer häufiger rütteln negative Schlagzeilen an der Glaubwürdigkeit dieser Bemühungen. Bereits 2017 zeigte ein dänischer Fernsehsender TV2 in einer Reportage im Rahmen seines Magazins „Operation X“, dass H&M tonnenweise neue Kleidung verbrennt. Eine Studie der niederländischen Organisation SOMO wies Kinderarbeit in Produktionsstätten des Modekonzerns im Niedriglohnland Burma nach. „Es sei in Burma erlaubt, Kinder ab 14 Jahren in Fabriken arbeiten zu lassen.“, lautete die dünne Erklärung von H&M.

In der Kollektion 2018 wurden nun neue und nachhaltige Materialien wie Econyl verwendet. Der Stoff besteht zu 100 Prozent aus alten Fischernetzen und recycelten Nylonabfällen. Viele

Fair Fashion Labels wie Lanius und bleed verarbeiten Econyl schon seit längerem. „Es ist wahnsinnig spannend, gleich zwei neue nachhaltige Materialien in die Kollektion einzuführen. Mit der feinen Spitze aus ECONYL® und dem wunderschön gefertigten Schmuck aus recyceltem Silber erweitern wir aufs Neue die Grenzen nachhaltiger Mode“, schwärmt Ann-Sofie Johansson, Creative Advisor von H&M. Der Vorteil des Recyclings von Polyester und Silber besteht darin, dass diese Form der Wiederverwertung deutlich ressourcenschonender ist, als neu zu produzieren.

Einige Kollektionsstücke bestehen aus der Holzfaser Tencel, aus Bio-Seide, Bio-Leinen und Bio-Baumwolle. Die Bezeichnung „Bio“ sichert dabei nur den biologischen Anbau der Fasern und dies auch nur nach Auskunft des Konzerns. Zertifiziert ist die Bezeichnung nicht. Auch Aussagen über die Weiterverarbeitung, welche Farbstoffe eingesetzt worden sind oder wie die Kleidungsstücke veredelt werden, liegen nicht vor. Zudem sagt „Bio“ auch nichts darüber aus, unter welchen Arbeitsbedingungen die Materialien gewonnen und weiterverarbeitet wurden. Solche weitergehenden Garantien leisten nur anerkannte Textilsiegel.

Das Unternehmen gibt nicht preis, woher es seine Materialien bezieht und wie produziert wird. Der Plattform utopia.de hingehen teilte man mit, dass die verwendete Bio-Baumwolle unter „Einbeziehung der strengen Standards von GOTS“ zertifiziert sei – tatsächlich tragen Produkte von H&M nicht den anerkannten

Standard. Den GOTS-Standard könnte H&M jedoch nur für eine komplett ökologische Produktion erhalten. Zur Herkunft von Leinen, Seide und Tencel äußerte sich H&M nicht.

Unmoralische Arbeitsbedingungen, Billigmode, Klamottenverbrennung haben mit einer nachhaltigen Firmenpolitik zu tun. Die Conscious Exclusive Kollektion von H&M kann man aber auch nicht als reines Greenwashing bezeichnen.

Der Konzern verwendet tatsächlich teils nachhaltige Materialien und schafft es durch seine Bekanntheit, dem Thema nachhaltige Mode Aufmerksamkeit zu verschaffen. Ein Schritt in die richtige Richtung.

Text: Danica Jovanovic



Foto: H&M

Was getan wird, werden kann und werden muss

Der Copenhagen Fashion Summit lotet eine bessere Modewelt aus



Fotos: Copenhagen Fashion Summit

__ Wenn sich 1.300 Mode-expertInnen, DesignerInnen, NGOs, Organisationen, ManagerInnen, PolitikerInnen und MedienvertreterInnen aus über 50 Ländern treffen und sich die Köpfe heiß diskutieren - dann ist „Copenhagen Fashion Summit“. Das weltweit größte Nachhaltigkeits-Event der Mode-Industrie geht in diesem Jahr in die zehnte Runde. Zum

mittlerweile zweitägigen Gipfel kommen jährlich EntscheidungsträgerInnen, Führungskräfte und ExpertInnen der Branche zusammen, um Strategien zum Thema öko-faire Mode zu entwickeln.

Unter dem Motto „If we can change fashion, we can change everything“ diskutierten die TeilnehmerInnen der Konferenz

2018. Gemeinsam erörtern, debattieren und berichten sie über die kritischen Aspekte der Mode und die Zukunft unseres Planeten.

Fast ein kleiner Aufruf zur Revolution: Die „Copenhagen Fashion Summit“ lädt die gesamte Branche ein, sich an einem „systematischen Wandel“ zu beteiligen. Die Verantwort-

lichen des Gipfels schafften es, Unternehmen wie Kering, H&M, Target und Bestseller an einen Tisch zu bringen.

Ewiger Kreis der Mode

Bereits bei der Konferenz 2017 wurde ein Wandel von dem regulären zum zirkulären Modemarkt gewünscht. Seit dem Gipfel sprechen viele in der Modebranche über die Neuinterpretation des Marktes. Doch was ist damit eigentlich gemeint? Eine zirkuläre Industrie bedeutet: Alles, was nicht genutzt wird, soll für etwas anderes wiederverwendet werden. Dafür muss der gesamte Modesektor zusammenarbeiten. Wir hoffen, dass ab 2019 konkrete Maßnahmen ergriffen werden.

Grund genug dafür gibt es: Die Mode ist nach der Öl-Industrie die zweitschmutzigste Industrie der Welt. Aus diesem Grund hat die Ellen McArthur Foundation die „Make Fashion Circular Initiative“ ins Leben gerufen. Als Kernmitglieder der Gruppe arbeiten klingende Namen wie die Burberry Group, Gap Inc., H&M, HSBC, NIKE und Stella McCartney gemeinsam daran, die Mode-Industrie radikal neu zu denken. Über Lösungsansätze wird heftig gestritten. Hinter dem Plan der zirkulären

Industrie stehen drei konkrete Vorhaben: Erstens sollen neue Wirtschaftsmodelle entwickelt werden, um Kleidung für einen längeren Zeitraum im Umlauf zu behalten. Zweitens sollen nachhaltige und erneuerbare Materialien verwendet werden. Und drittens müssen Lösungen gefunden werden, gebrauchte Textilien in neue Mode zu verwandeln.

Hohe Ziele für die Zukunft



Neben der Initiative der McArthur Foundation gibt es auch eine weitere Institution, die den zirkulären Modemarkt vorantreiben möchte: Die Global Fashion Agenda. Diese Organisation entwickelte 2017 einen Vertrag, den Modelabels und HändlerInnen verpflichtend unterschreiben sollen, um dieses Ziel zu erreichen. Innerhalb eines Jahres unterzeichneten immerhin 93 Unternehmen das „2020 Circular Fashion System Commitment“. 93 Unternehmen, die 207 Marken repräsentieren

- und somit ganze 12 Prozent der Mode-Industrie ausmachen. Alle VertragspartnerInnen sind dazu verpflichtet, für ihr Unternehmen bis 2020 ein Ziel zu setzen, dessen Fortschritt jährlich überprüft werden kann. Insgesamt vier vertraglich festgelegte Handlungspunkte stehen als Ziel zur Auswahl: Designstrategien zur Zirkulationsfähigkeit entwickeln, die Sammlung und Verwendung bereits verarbeiteter Stoffe sowie die Verkaufszahlen gebrauchter Kleidung erhöhen oder den Anteil der Mode aus recycelten, genutzten Textilien vergrößern.

2020 wird also ein spannendes Jahr. Die formulierten guten Vorsätze der Unternehmen werden hoffentlich in naher Zukunft umgesetzt. Vielleicht sind dann schon erste Erfolge sichtbar. Genug getagt, genug geredet - Hauptsache es passiert endlich etwas. Ein klares Zeichen, dass sich die Branche ehrlich engagiert, zusammenarbeitet und etwas verändert, ist längst überflüssig. Image-mäßig hat die Mode-Industrie der Öl-Industrie längst schon den Rang um die schmutzigste Branche abgelaufen.

Text: Allegra Isert

Die Stoffe der Zukunft

Sechs nachhaltige Alternativen zu Baumwolle, Leder und Co.

Die Gegenwart lässt zu wünschen übrig: Konventionelle Materialien sind in der Herstellung oft teuer und umweltschädigend. Durch den hohen Wasserverbrauch und die großen Anbauflächen von pflanzlichen Naturfasern wie z.B. Baumwolle werden wertvolle Ressourcen verschwendet. Der Einsatz von Chemikalien bei der Herstellung von Synthetikfasern schädigt in Teilen unsere Umwelt. Doch die Zukunft der Mode sieht anders aus: Eine Bluse aus Hanf, ein Kleid aus Milch oder Schuhe aus Ananas - auf dem Textilmarkt gibt es mittlerweile immer mehr neue Stoffe, die die Umwelt schonen und gleichzeitig gut aussehen.

Foto: Piñatex, Ananas Anam



Foto: Smartfiber AG

Milchseide

Das weiche Trend-Material

Seit 2014 produziert Erfinderin Anke Domaske das seidige Material „QMILK“ aus Milchproteinen. Diese werden aus Kuhmilch gewonnen und dann zu Fasern weiterverarbeitet. Die Herstellung der Milchseide ist sehr umweltfreundlich, da sie komplett auf chemische Zusätze verzichtet und kaum Wasser und Energie benötigt. Zudem sind die Milchfasern antibakteriell, was sie auch für Allergiker tragbar macht. Ein weiterer Vorteil: Für die Faserherstellung wird keine Milch verwendet, die für Lebensmittel geeignet wäre.

www.qmilkfiber.eu

Hanf

Der Alles-Könner

Bereits vor mehreren tausend Jahren wurden Textilien aus den Stängeln der widerstandsfähigen Pflanze gefertigt. Hanf ist anspruchslos. Er wächst sehr schnell, verbraucht nur wenig Wasser und benötigt keine Pestizide. Trotzdem ist ein Hanffeld etwa dreimal ertragreicher als ein Baumwollfeld. Robust, atmungsaktiv und ein natürlicher UV-Schutz – Hanf ist ein echter Alleskönner.

www.hanfliebe.com

Piñatex

Das Textil aus der Frucht

Aus den Fasern von Ananasblättern entwickelte die spanische Designerin Carmen Hijosa 2013 die vegane Lederalternative „Piñatex“. Die Blätter bleiben bei der Ananas-Ernte übrig und wurden bis dato ungenutzt entsorgt. Heute dienen sie der Textilproduktion. Und das mit überraschendem Erfolg: Die Lederalternative aus Ananas ist günstig, stabil, atmungsaktiv und dazu noch ökologisch abbaubar. Seit 2014 ist sie in verschiedenen Stärken, Farben und Texturen erhältlich.

www.ananas-anam.com

SeaCell

Fasern aus dem Meer

Die weiche Baumwoll-Alternative SeaCell wird aus Algen gewonnen. Algen sind ein stetig nachwachsender Rohstoff und stehen nahezu unbegrenzt zur Verfügung. In Pulverform werden die getrockneten Algen zusammen mit Zellulose zu Fasern verarbeitet und später zu Kleiderstoffen verwebt. SeaCell ist atmungsaktiv, anschmiegsam und pflegeleicht. Durch die in den Algen enthaltenen Mineralien aus dem Meerwasser soll der Stoff außerdem einen Anti-Aging-Effekt besitzen und die Heilung von Hautentzündungen beschleunigen.

www.smartfiber.de

Kork

Das pflanzliche Leder

Kork ist ein natürlicher und nachwachsender Rohstoff, der aus der Rinde von Kork-eichen gewonnen wird. Der Stoff wird aus der hochwertigen, mittleren Rindenschicht hergestellt. Dazu wird der Kork sehr dünn geschnitten und auf ein Textilgemisch aufgetragen. Das fertige Material fühlt sich samtweich an und kann wie Leder für Schuhe, Taschen oder Kleidung verwendet werden. Der Korkstoff ist strapazierfähig, wasserabweisend und frei von giftigen Chemikalien.

www.korkie.de

Econyl

Fasern aus Müll

Econyl macht aus Plastikabfall wiederverwertbare Garne. Die hochwertige Kunstfaser wird von der italienischen Firma Aquafil aus umhertreibenden Fischernetzen, alten Teppichen und Textilabfällen gefertigt. Dadurch werden nicht nur die Meere gesäubert, sondern auch Energie und natürlich Rohstoffe eingespart. Der robuste Stoff ist zu 100% recycelbar und kann z.B. für Bademode verwendet werden.

www.econyl.com

Mut tut gut

Wer den ersten Schritt wagt, kann es mit seinem Traum bis nach Kambodscha und Kopenhagen schaffen.

„Alle reden darüber. Jeder will sich einsetzen - für Umwelt, für menschenwürdige Arbeitsbedingungen, für faire Mode. Die Dringlichkeit dieser Themen ist offensichtlich. Doch nur wenige wagen tatsächlich den steinigen Weg in die Nachhaltigkeit. Es gibt zahlreiche Ausreden: „Wenn ich älter wäre.“ „Wenn ich das Geld hätte.“ „Wenn ich wüsste wie und wo, ja, dann würde ich nachhaltiger leben.“ Hätte, hätte - Fahrradkette. Viele Leute argumentieren so und es ist auch durchaus berechtigt. Zumindest, wenn man Jana Kerkhoff nicht kennt. Alle reden, eine tut etwas.“

Die 25-jährige Studentin hat ihr Leben der Nachhaltigkeit verschrieben. Sie zeigt, dass es möglich ist, einen rundum bewussten Lebensstil zu führen und auf nichts verzichten zu müssen. „Wenn man einmal mit Nachhaltigkeit anfängt, hört es auch nicht mehr auf“, lacht die Studentin.

Im Rahmen ihres Mode- und Textiltechnologie-Studiums ist sie auf das Thema öko-faire Mode aufmerksam geworden. Eine lebensverändernde Begegnung.

Vorher war Jana Kerkhoff ein typisch modeaffines Mädchen, das ihr Geld für angesagte Labels ausgab. Dafür legte sie beim Kellnern eine extra Runde ein. Durch das Studium aber hat sie gelernt, was alles nötig ist, um ein Kleidungsstück herzustellen. Wie viele Ressourcen verbraucht werden, wie sehr die Mode-Industrie die Umwelt beeinträchtigt und wie stark sie den Klimawandel vorantreibt. Damit war für sie klar: „Für mich gibt es nur eine Möglichkeit, in der Mode zu arbeiten: Darauf hin zu wirken, dass sich Sachen einfach verbessern. Ansonsten könnte ich es mit meinem Gewissen nicht mehr vereinbaren.“

Eine Reise mit Bedeutung: Jana Kerkhoff auf ihrem nachhaltigen Ausflug nach Kambodscha



Foto: Grant Hawkins



Foto: Copenhagen Fashion Summit

Jana Kerkhoff erhebt ihre Stimme für eine fairere Modewelt

Leidenschaft für Fairness

Ihren Platz in der Modebranche hat sie gerade durch diese Einstellungsveränderung gefunden. Während eines Praktikums in Amsterdam lernte sie drei junge Studentinnen kennen, die ein Start-up namens „Project Cece“ gegründet haben. Das gemeinsame Interesse für nachhaltige Mode brachte sie direkt ins Gespräch.

„Project Cece“ ist eine Onlineplattform, die den KundInnen ein Angebot diverser fairer Labels zusammenstellt. Der Name der Website ist eine Abkürzung für „Project Conscious Clothing“. Nach dem Motto „making fair choices easy“ zeigt der Shopping-Guide seinen KundInnen, wo man nachhaltige Mode kaufen kann. Gleichzeitig geben sie an, wie öko-fair die einzelnen Marken tatsächlich produzieren. Jeder Kunde und jede Kundin kann also nach seinen individuellen, persönlichen Nachhaltigkeitskriterien das passende Kleidungsstück auswählen. Die Website bietet aber nicht nur den KundInnen einen konkreten Überblick über das Angebot, sondern schenkt auch den Marken eine separate Plattform. So weit, so gut. Jana war begeistert.

Beim ersten Treffen der Studentinnen gab es das Start-up nur in den Niederlanden. Jana fand

das Projekt so interessant, dass sie sich anbot, im Falle einer Expansion nach Deutschland zu helfen. 2017 kam dann der entscheidende Anruf. Seit zwei Jahren arbeitet Jana, parallel zum Studium, nun aktiv für „Project Cece“. Sie hat die gesamte Website übersetzt und die ersten Markenkontakte in Deutschland hergestellt. Ihr Engagement in diesem Unternehmen ist für sie ein Beweis - ein Beweis dafür, mit einem guten Gewissen in der Modebranche arbeiten zu können.

Material statt Müll

Neben ihrer Position bei „Project Cece“ arbeitet Jana momentan an ihrer Bachelorarbeit. Dafür verbringt sie ein halbes Jahr in Kambodscha, wo sie das Unternehmen „Good Krama“ begleitet. In Kambodscha sind sehr viele Textilmanufakturen ansässig. In den großen Fabriken, den sogenannten Sweatshops bzw. Ausbeutungsbetrieben, arbeiten die Menschen unter verheerenden Bedingungen. Es gibt nur sehr wenige Ausnahmen.



Foto: Copenhagen Fashion Summit

Für Jana ist es selbstverständlich, ihre Bachelorarbeit bei einer Firma zu schreiben, die nachhaltige Mode produziert. Das Thema ihrer Arbeit ist die Zero-Waste-Strategy: „Was muss ein Textilunternehmen tun, um Stoffmüll zu vermeiden?“

Das Fair Fashion Label „Good Krama“ entwickelt das Design und den Zuschnitt der Kleidung so, dass möglichst wenig Stoff als Verschnitt ungenutzt bleibt. Wenn das aber doch der Fall ist, verarbeitet die Firma alle Reste weiter zu neuen Kleidungsstücken, um die guten Materialien nicht wie Müll zu verbrennen. Die genutzten Stoffe werden in lokalen Webereien handgewebt. Verwendet werden Seide und biologische Baumwolle. Auch die großen Fabriken liefern inzwischen ihre Reste an. Üblicherweise bestellen Modefirmen bis zu zehn Prozent mehr Material als benötigt. Meistens landet genau dieser Anteil wieder auf dem Müll. „Good Krama“ verarbeitet diese Stoffreste, die Verschwendung der Ressourcen wird so vermieden.

Umgesetzt werden die Designs in der Näherei „fair sew“. Dort arbeiten zehn bis zwölf Frauen.

Sie bekommen eine angemessene Bezahlung, weit über dem geringen Mindestlohn, der in Kambodscha üblich ist. Sie haben Aufstiegschancen, nähen komplette Kleidungsstücke selbst und arbeiten nicht wie am Fließband. Angestellte von „Good Krama“, so auch Jana, sind ein- bis zweimal pro Woche persönlich in der Näherei. Sie stehen im engen Kontakt mit den ArbeiterInnen. Ungewöhnlich in dieser Branche.

Die Stimme erheben

Von Kambodscha aus ist Jana direkt nach Kopenhagen gereist - zum „Copenhagen Fashion Summit“, der größten Nachhaltigkeitskonferenz der Welt. Sie hat sich dort für den Youth Fashion Summit beworben, bei dem nur 100 StudentInnen weltweit angenommen werden. Der Youth Fashion Summit – ein Gedankenaustausch junger Menschen zum Thema Nachhaltigkeit - findet jedes Jahr drei Tage vor dem großen Kongress statt. Die neue Generation soll hier Erwartungshaltungen und Forderungen an die Industrie thematisieren und Lösungsvorschläge anbieten.

Die erarbeiteten Vorschläge werden dann in der Eröffnungsrede vor allen TeilnehmerInnen der Konferenz vorgestellt. Jana wurde als eine von acht StudentInnen ausgewählt diese Rede vor den renommiertesten Unternehmen der Mode-Industrie zu halten. Jana Kerkhoff - eine junge Studentin, die mit Leidenschaft überzeugt.

Ihr Fazit des Copenhagen Fashion Summit: „Den Reden müssen endlich Taten folgen. Die Firmen erzählen viel drum herum, sagen, was sein könnte und was ihr Plan wäre, doch im Mittelpunkt der Diskussion sollten die Probleme stehen. Fakt ist: Es kann, soll und muss mehr getan werden - jetzt.“ Und was nimmt Jana von dem Kongress mit? „Ich konnte meine Stimme erheben - für eine Welt, die weiter denkt als bis zur nächsten Saison.“



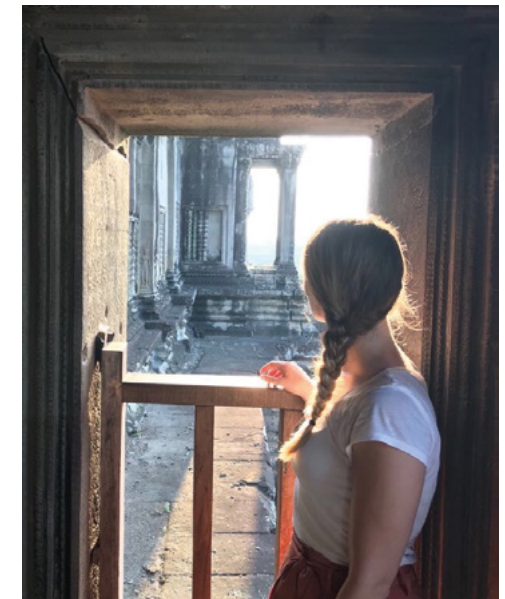
Fotos: Jana Kerkhoff

Nachhaltigkeit als Normalität

Eigensinnig, selbstbewusst und gewissenhaft – Jana steht für ihre Werte, Ansichten und Überzeugungen ein. Das wünscht sich jeder. Jana Kerkhoff hat ihr ganzes Leben auf einen bewussten Konsum umgestellt. Die Einteilung in „reguläre“ und „faire“ Mode findet sie fatal. Ihr größter Wunsch ist es, wenn Nachhaltigkeit zur Normalität wird. „Irgendwann soll es Geschichte sein, dass wir Menschen ausgebeutet und den Klimawandel vorangetrieben haben.“

Ihr Plan für die Zukunft: einen Beitrag zu leisten, um die Modebranche nachhaltiger zu machen. Da die Produktionskette in der Mode sehr komplex und intransparent ist, haben viele Firmen massive Probleme, einen umweltbewussten Weg einzuschlagen. Jana möchte genau daran arbeiten, die Firmen bei der öko-fairen Produktion zu unterstützen. Ein Beruf mit Zukunft, für die Zukunft.

Text: Allegra Isert



Mein Shirt ist auch dein Shirt

Eine gute Idee verbreitet sich weltweit: Das Geschäftsmodell Kleider-Sharing ist eine ökologische Chance.

__Billig kaufen, kurz tragen, schnell wegwerfen – so konsumieren wir heutzutage Mode. Angekurbelt wird das blinde Konsumieren von Fast-Fashion-Riesen wie H&M und Zara, die permanent neue Kollektionen auf den Markt werfen. Kleidung wird dadurch immer mehr zum Wegwerfprodukt.

Die Sharing Economy scheint da die Lösung: Wir sparen Geld und Ressourcen zugleich. Bei dem neuen Geschäftsmodell werden Dinge mit anderen geteilt, anstatt sie nur alleine zu besitzen. Somit können Güter möglichst sinnvoll und von mehreren Menschen genutzt werden. Dieses Konzept hat nun auch endlich seinen Weg in die Modeindustrie gefunden.

Teilen statt besitzen

Mit dem Prinzip „Kleidung mieten“ wird auf Nachhaltigkeit statt schnellen Konsum gesetzt. Kleiderverleih ist eine preiswerte Alternative zum Kaufen und Wegwerfen, die uns trotzdem nicht daran hindert, modisch

zu sein. Im Gegenteil: Kleider-Sharing schafft uns einen unendlichen Kleiderschrank. Das amerikanische Unternehmen „Rent The Runway“ führte das Prinzip erfolgreich ein. Ob Designerkleider, Kindermode oder alltägliche Kleidungsstücke – auch in Deutschland wenden nun viele Online-Shops das nachhaltige Miet-Konzept an. Die Bandbreite reicht von Abo-Plattformen über Leasing-Modelle bis zu Tauschbörsen.

Kleidung zu leihen, funktioniert ganz einfach: Man sucht sich sein Wunsch-Kleidungsstück online aus, wählt ein Lieferdatum – und schon ist es auf dem Weg nach Hause. Nach dem Tragen können die Kleidungsstücke ganz unkompliziert an den Vermieter zurückgeschickt werden. Reinigungen und Reparaturen werden bei vielen Online-Shops ebenfalls vom Anbieter übernommen. Das Miet-Konzept beschränkt sich aber nicht nur auf Kleidung. Bei Portalen wie „Temporary Wardrobe“ lassen sich auch Schuhe, Taschen und Accessoires ausleihen. Sharing kommt in Mode.

Je häufiger ein Kleidungsstück genutzt wird, desto besser wird seine Umweltbilanz. Denn vor allem die ressourcen-aufwändige Herstellung und der Einsatz von giftigen Chemikalien macht die Herstellung von neuer Kleidung zum Öko-Problem. Mode zu mieten, schafft einen bewussteren Umgang mit Textilien und hilft, das eigene Leben nachhaltiger und umweltfreundlicher zu gestalten. Mein Shirt ist dein Shirt – und dein Shirt ist mein Shirt.



Bei der Kleiderlei in Köln gibt es alles, was das Modeherz begehrt, zum Ausleihen.

Fotos: Linda Gerolstein



Die Top 6 Online-Shops zum Kleider-Sharing:
Kleiderlei.com
Myonbelle.de
Temporarywardrobe.com
Kilenda.de
Tchibo-share.de
Fairnica.com

Text: Linda Gerolstein & Lara Grobosch

SUSTAINABILITY IN FASHION AND CREATIVE INDUSTRIES (M.A.)



Foto: AMD Akademie Mode & Design

Kluge Köpfe für nachhaltige Unternehmen.
Ein neuer Studiengang für Mensch und Umwelt!

__ Nachhaltigkeit ist inzwischen ein zentrales Thema in unserer Gesellschaft: An immer mehr Hochschulen beschäftigen sich Studierende mittlerweile damit, wie Produkte zu besseren Bedingungen für Mensch und Umwelt hergestellt werden können.

Gerade in der Modeindustrie ist es wichtig, nachhaltige Strategien für Design und Vermarktung von Bekleidung zu entwickeln. Genau hier setzt der aktuelle Masterstudiengang der AMD Akademie Mode & Design in Berlin an. Der internationale englischsprachige Master of „Sustainability in Fashion and Creativity M.A.“ will Nachwuchskräfte für das Thema begeistern.

Er richtet sich an AbsolventInnen, die bereits einen Hochschulabschluss in einem branchenspezifisch betriebswirtschaftlichen, Ingenieurwissenschaftlichen oder kreativen Studiengang haben. Das Ziel ist, sie für managementorientierte Aufgabenbereiche in der Mode- oder Kreativwirtschaft vorzubereiten.

In den drei Semestern stehen unterschiedliche Inhalte auf dem Lehrplan: Produktion, nachhaltiges Sourcing, die Bedeutung von unterschiedlichen Ökosystemen und neue Technologien und Ressourcen in der Kreativindustrie sind Schwerpunkte. Ebenso stehen nachhaltige und faire Arbeitsbedingungen sowie transparente Unternehmenskommunikation und Marketing auf der Agenda. Neben der Theorie liegt auf praxisorientiertem Arbeiten ein Fokus: Geplant sind Workshops, Exkursionen und Praxisprojekte zu Unternehmen.

Die Studierenden können später in unterschiedlichen Berufen der nachhaltigen Kreativwirtschaft arbeiten wie beispielsweise als ProduktdesignerIn/ManagerIn, CSR-/NachhaltigkeitsmanagerIn, InvestitionsmanagerIn oder als Creative Director und Chief Design Officer. In der Kommunikation sind Jobs im Bereich des Marketings oder Public Relations möglich als Business Consultant/ProjektmanagerIn oder auch im Bereich Corporate Communications als Public Affairs Specialist. Nicht zuletzt können die Studierenden ihr eigenes Start-up-Unternehmen gründen.

Text: Ann-Christin Kopitz

FAIR FASHION FARM

Fotos: David Költgen, Jakob Liese
Model: Jascha Fehrle, EWM East West Models
Hair & Make-Up: Kristina Schulz
Location: Gut Hixholz

Einen besonderen Dank
für die Outfits an:
Wunderwerk
Green Guerrillas
Lanius
Kleiderei Köln









1. Shorts: Komodo, Green Guerillas / Bluse: Lanius / Schuhe: Privat 2. Bluse: Wunderwerk / Hemd: Knowledge Cotton Apparel, Green Guerillas 3. Kleid: Lanius / Schuhe: Privat 4. Hemd: Knowledge Cotton Apparel, Green Guerillas, 5. Schuhe: Veja, Green Guerillas 6. Hemd: Wunderwerk / Shorts: Kleidererei / Kette: Privat 7. Kleid: Kleidererei / Schuhe: Privat

Textile Siegel & Standards

Textile Siegel garantieren nicht immer das, was sie versprechen. Damit ihr wisst, welchen ihr vertrauen könnt und was sie versprechen, zu halten, haben wir die wichtigsten für euch zusammengefasst. Wir berücksichtigen folgende Kriterien: Ökologie, Fairness und Transparenz. Einen guten Überblick bietet auch die folgende Seite: www.siegelklarheit.de



GOTS (Global Organic Textile Standard)

Der IVN international vergibt auch das weltweit führende GOTS-Siegel, der IVN Deutschland das IVN Best. Beide Zertifizierungen garantieren den biologischen Anbau und die Einhaltung strenger Umweltkriterien während des gesamten Produktionsweges, das IVN Best ist bei einigen Kriterien noch ein bisschen strenger als das GOTS. Als ökologische Produktsiegel sehr empfehlenswert.

Produktionsprozess:

Gesamte Produktionskette, inkl. der Faserproduktion

Ökologische Kriterien:

- GOTS organic: mind. 95 % Naturfasern aus kbA/kbT
- GOTS made with: mind. 70 % Naturfasern aus kbA/kbT
- IVN Best: 100 % Naturfasern aus 100% kbA/kbT
- Keine Verwendung von gesundheits- oder umweltschädlichen Substanzen wie Chrom, Nickel und PVC, beim IVN-Best auch keine schwermetallhaltigen Farben
- Ausrüstung der Textilien nur durch mechanische, thermische und physikalische Prozesse, beim IVN-Best auch ohne silikonbasierte Mittel
- Ressourcenschonende Produktion
- Prüfung durch unabhängige Zertifizierungsstellen

Soziale Kriterien:

- ILO-Kernarbeitsnormen
- IVN Best: zusätzlich existenzsichernde Löhne

Transparenz:

- GOTS: Ergebnisse der Fabrikaudits sowie Namen der Zulieferer werden veröffentlicht
- IVN Best: Offenlegung aller Herstellungswege nach Anfrage



OEKO-TEX Made in Green

Produktionsprozess:

Gesamte Produktionskette, ohne die Faserproduktion

Ökologische Kriterien:

- In umweltfreundlichen Betrieben produziert
- Verantwortlicher Umgang mit Chemikalien und Ressourcen
- Verwendung umweltfreundlicher Produktionstechnologien
- Materialien und Endprodukt sind schadstoffgeprüft nach dem Standard OEKO-TEX 100; bestimmte Grenzwerte dürfen nicht überschritten werden

Soziale Kriterien:

- Sichere und sozialverträgliche Arbeitsplätze
- Nachweisliche faire Arbeitsbedingungen
- Keine Kinder- oder Zwangsarbeit

Transparenz:

Offenlegung aller Herstellungswege durch Produkt ID und QR Code



Cradle-to-Cradle

Mit der Cradle-to-Cradle-Zertifizierung soll ein Wirtschaftssystem ohne Abfall gefördert werden.

Produktionsprozess:

Gesamte Produktionskette, inkl. der Faserproduktion und der Entsorgung

Ökologische Kriterien:

- Stoffe sind giftfrei, kompostierbar oder recyclebar
- Nachwachsende Rohstoffe und technisch wiederverwendbare Materialien

Transparenz:

Transparenz lt. Siegelklarheit gegeben



RDS (Responsible)

Die Organisation Textile Exchange versichert verbindliche Tierschutzstandards bei der Gewinnung von Daunen. Als tierfreundliches Produktsiegel empfehlenswert:

- Tierschutzstandards in der Tierhaltung
- Verbot von Zwangsfütterung („Stopfung“)
- Es werden keine Federn von lebenden Tieren gerupft.
- Das Siegel darf nur verwendet werden, wenn 100 % der Daunen dem Standard entsprechen.



Fairtrade Cotton

Produktionsprozess:

Baumwollproduktion

Soziale Kriterien:

- Stabile Mindestpreise und zusätzliche Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte
- Verbesserte Arbeitsbedingungen und demokratische Organisation
- Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit
- Vorgaben für die Weiterverarbeitung (Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen für alle Produktionsstufen)

Ökologische Kriterien:

- Umweltschonende Produktionsweise
- Verbot von genmanipulierter Baumwolle

Transparenz:

- Transparente unabhängige Kontrolle durch FLO-CERT



Fairtrade Textile Production

Dieses Siegel beabsichtigt, nicht nur die Produktion sozial verantwortungsvoll und nachhaltig zu machen, sondern auch Arbeitsrechte, Freiheit und Sicherheit zum Hauptmerkmal zu machen

Produktionsprozess:

Gesamte Lieferkette

Soziale Kriterien:

- Sicherheit am Arbeitsplatz durch Tragen von Schutzkleidung,
- Gebäudesicherheit
- Gefestigter und potentiell steigender Status & Stellung im Unternehmen
- Existenzsichernde Löhne innerhalb von sechs Jahren
- Verbesserte Arbeitszeiten/Überstunden und Arbeitsverträge
- Schulungen zur Aufklärung über Arbeiterrechte
- „Youth Employment and Apprentice Programme“ = Entwicklungsanforderung, die Unternehmen darin bestärkt, Entwicklungs- und Traineeprogramme für junge Arbeiter (im Rahmen des gesetzlichen Arbeitsalters) zu entwickeln.

Transparenz:

Verbraucher können erkennen, ob das Produkt aus einer Lieferkette stammt, in der existenzsichernde Löhne bereits erreicht wurden, oder ob existenzsichernde Löhne noch gemäß dem Zeitrahmen von sechs Jahren in Arbeit sind.



Fair Wear Foundation

Mit der Mitgliedschaft in dieser unabhängigen Multistakeholder-Initiative verpflichten sich Unternehmen, schrittweise ihre Einkaufspraktiken und die Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben zu verbessern. Als Lerninitiative mit prozessorientiertem Ansatz gilt die Fair Wear Foundation (FWF) als das Best-Practice-Beispiel für hohe soziale Standards.

Produktionsprozess:

Konfektion

Soziale Kriterien:

- ILO-Kernarbeitsnormen, zusätzlich existenzsichernde Löhne
- Jährlicher „Brand Performance Check“ der Mitgliedsunternehmen: Überprüfung des Managementsystems und der Einkaufspraktiken
- Mitgliedsunternehmen müssen die Arbeitsbedingungen in den Produktionsbetrieben durch Audits prüfen lassen (im 1. Jahr der Mitgliedschaft 40 %, im 2. Jahr 60 %, ab dem 3. Jahr 90 % des Produktionsvolumens)
- Zusätzliche Audits in einem Teil der Produktionsstätten durch die FWF
- Jährlicher Arbeitsplan und Sozialbericht der Mitgliedsunternehmen
- Enge Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen bei der Verbesserung der Arbeitsstandards in den Produktionsbetrieben
- unabhängige lokale Beschwerdestellen für ArbeiterInnen

Transparenz:

- Veröffentlichung der „Brand Performance Checks“ der Unternehmen
- FWF-Label an den Kleidungsstücken nur bei „Leader“-Unternehmen

Multi-Stakeholder-Initiative:

von Wirtschaftsverbänden, NGOs und Gewerkschaften aus den Niederlanden

OCS wurde vom amerikanischen Verband Textile Exchange herausgebracht. Es überprüft, ob ein Endprodukt die Menge an biologisch angebauten Materialien enthält, reguliert aber nicht den Einsatz von Chemikalien und enthält keine sozialen Kriterien. Als hochwertiges Produktsiegel ist nur der Organic Content 100 Standard empfehlenswert.

Produktionsprozess:

Naturfaserproduktion (überwiegend Baumwolle)

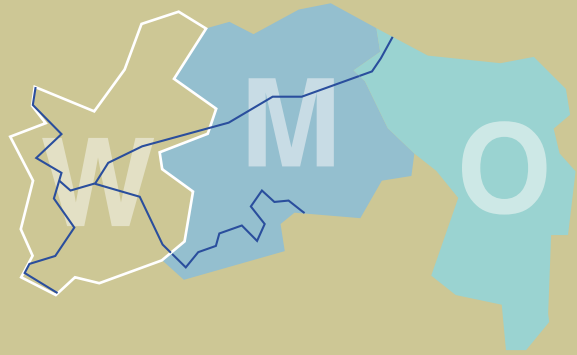
Ökologische Kriterien:

- Organic 100: mind. 95 % Naturfasern aus kbA, Vermischung nur mit anderen Materialien, nicht mit der gleichen nicht-zertifizierten Faser
- Organic Blended: mind. 5 % Naturfasern aus kbA
- Zertifizierung der Bio-Naturfasern durch externe Organisationen

Transparenz:

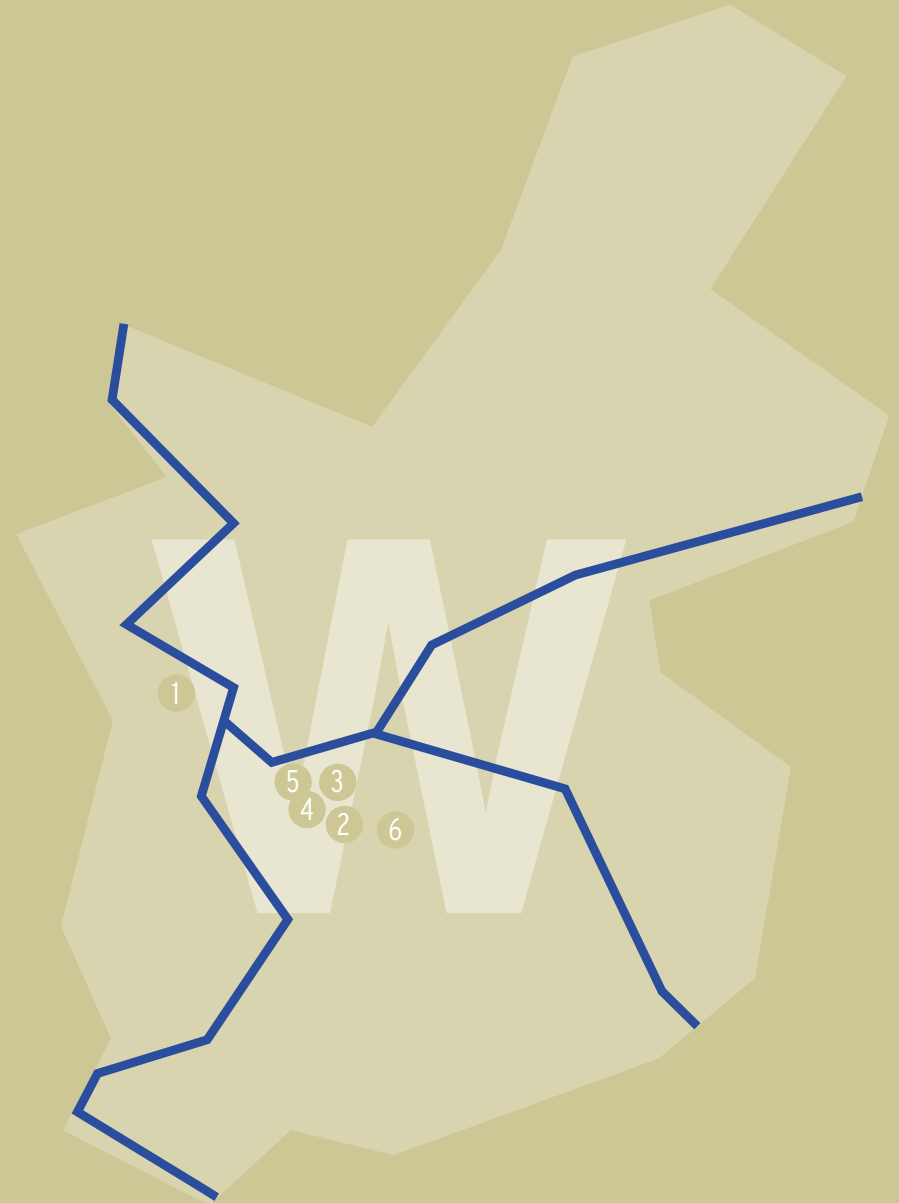
Rückverfolgbarkeit der Bio-Naturfasern in den einzelnen Produktionsstufen

OCS
(Organic Content Standard)



WEST

- 1 - Anfenger, Moers
- 2 - AT-elier, Duisburg
- 3 - Rockabillymode, Duisburg
- 4 - Weltladen, Duisburg
- 5 - esthétique, Duisburg
- 6 - Róka Fair Clothing, Duisburg
- 7 - 108 degrees (online)



Nachhaltige Mode im Ruhrgebiet entdecken: Die Karten zeigen euch, aufgeteilt in die Gebiete West, Mitte und Ost, wo die besten Fair Fashion Stores im Ruhrgebiet zu finden sind. So lässt sich ganz leicht die nächste öko-faire Shoppingtour planen!

Anfenger

Noch während ihres Studiums gründete Hannah Fenger ihr eigenes Modelabel: Mit Anfenger zog ein junges Start-up in die Moerser Innenstadt. Mit dem spielerischen Namen erzählt die GeschäftsinhaberIn die Philosophie des Labels.

„Es sei nicht nur Mode, sondern drücke auch ein Lebensgefühl aus: „Du kannst immer wieder von Neuem starten. Sei ein Anfänger“. Im Jahr 2014 begann die Gründerin mit dem Verkauf zunächst online. Nach einem erfolgreichen Pop-up-Test Ende 2017 eröffnete Hannah anschließend im April 2018 ein kleines Ladenlokal in der Moerser Altstadt. Auf nur zehn Quadratmetern Verkaufsfläche präsentiert sie seither Kleidung aus Naturmaterialien wie zum Beispiel Kaschmir, Schurwolle und Biobaumwolle.

Das erste Produkt, ein hellgrauer Kaschmirpullover, gibt den Ton der Kollektion an: Naturmaterialien, Verarbeitung von ausgewählten, qualifizierten Produzenten und zeitloses Design. Diese Kombination trägt auch zur Langlebigkeit der angebotenen Kleidungsstücke bei. Für ein gutes Lebensgefühl sind der InhaberIn faire Produktionsbedingungen besonders wichtig. Aus diesem Grund wird die Kollektion ausschließlich in Deutschland hergestellt.

Schals und Capes, Mützen und bestickte T-Shirts: Die sich erweiternde Kollektion orientiert sich sowohl an Mode-Klassikern als auch an aktuellen Tendenzen, gleichzeitig soll sie aber auch generationenübergreifend funktionieren. Die zeitlosen aber modern interpretier-

ten Basics können Kunden im Alter von 14 bis 94 tragen. „Der Schwerpunkt liegt zwar derzeit noch auf Damenmode, aber die schmalen Kaschmirschals, T-Shirts und Mützen werden auch von Herren getragen“, ergänzt Hannah.

Neben dem Webshop auf ihrer offiziellen Webseite und dem eigenen Laden findet man die Anfenger Kollektion auch in Stores wie Nobs & Wellies in Venlo, Niederlande. Während der Laden in Moers den KundInnen ermöglicht, mit der jungen Unternehmerin persönlich ins Gespräch zu kommen, bietet Hannah durch soziale Medien wie Instagram und Facebook überregional Zugang zur Geschichte ihrer Produkte.

Text: Xiaoying Xu

**Friedrichstraße 14,
47441 Moers
www.anfenger.com**



Foto: Anfenger





Fotos: AT-elier

AT-elier

Eigene individuelle Designs, selbst im eigenen Laden produziert. Am Ludgeriplatz in Duisburg realisiert Anna Termöhlen diese Idee in ihrem eigenen Store.

„Das AT-elier ist eine kleine Boutique im Herzen Duisburgs. Der Laden ist so breit wie das gesamte Schaufenster - rund sieben Meter. Neben der Kasse hängt das große Logo des Ladens. at: Termöhlen's Initialen. Das kleine Geschäft hat viel zu bieten, keine Massenware, sondern erschwinglichen Luxus für den Alltag. Inhaberin Anna Termöhlen verkauft hier ihre selbst entworfenen Kollektionen, die sie bei Bedarf an unterschiedliche Passformen adaptieren kann: Hosen, T-Shirts, Kleider, Tops, Jacken und Blusen gehören zum Standardrepertoire. Die Modesignerin entwickelt seit 2014 jährlich zwei Kollektionen, die aufeinander aufbauen und fertigt diese komplett selber. Ihre Alltagsmode für Damen ist minimalistisch und konzeptionell. Zeitlosigkeit gehört zum Designkonzept; nichts kommt aus der Mode. Nachhaltigkeit bedeutet für Anna Termöhlen vor allem, sinnlose Überproduktion zu vermeiden. Sie fertigt jedes Stück ihrer Kollektion in jeder Größe genau einmal an. Sobald dieses verkauft ist, näht sie es nach, so sind stets viele Größen im Laden vorrätig, ohne zu viel zu produzieren. Der Schwerpunkt liegt auf hochwertigen Naturmaterialien wie Baumwolle, Viskose oder

Seide. Einen Teil fertigt sie zudem aus Stoffüberschüssen von Avantgarde-Modedesignern aus Antwerpen. Während eines Studienpraktikums bei Modemacher Christian Wijnants hatte sie wertvolle Kontakte geknüpft. Doch warum nachhaltig? Der Anspruch sei von vornherein ein anderer gewesen als bei großen Labels, die im Ausland Massenware produzieren. Mode made in Duisburg bedeutet für Anna Termöhlen: „Die Kundin weiß, wo und wer ihre Kleidung entworfen und gefertigt hat.“ Die Käuferinnen schätzen das faire und individuelle Shopping-Erlebnis im at-elier. Und ihre Entwürfe kommen auch bei anderen an: Für das Duisburger Projekt *esthétique* arbeitet Anna Termöhlen als Designerin.

Text: Jakob Liese, Ina Köhler

Ludgeriplatz 25
47057 Duisburg
www.at-elier.com



Fotos: Rockabillymode

Rockabillymode

Ein Besuch in der Welt von Petticoats und New Look: Im Duisburger Store Rockabillymode kann man in den modischen Kosmos der 1950er Jahre eintauchen.

Die Mode der 1950er Jahre fand Andrea Ewers, Inhaberin von Rockabillymode, schon immer attraktiv; sie war von alten Bildern und Filmen der Zeit fasziniert, die ihr als Inspirationsquelle dienten. Nach dem Studium an der Modeschule Schloss Eller in Düsseldorf entschied Andrea Ewers sich, mit Maßkleidung zu beschäftigen. Mit ihrer eigenen Kollektion, die sie im Jahr 2006 startete, kombiniert sie seither Damenmaßkonfektion mit Rockabilly-Styles. Beim Betreten des Ladens in der Nähe des Duisburger Hauptbahnhofs scheint man in der Zeit zurück zu reisen. Die vielseitigen Kollektionen sind als eigene Produktgruppe in einem erkennbar abgetrennten Teil platziert. Auf Kleiderständen hängen Kleider und Brautmoden. In Regalen präsentieren sich darüber hinaus von Hand gefertigte Modeaccessoires, vom Hut über Handschuhe bis hin zu Taschen. Zusammen mit den Kleidern lässt sich ein kompletter Look im Stil der 1950er Jahre kreieren.

eine Atmosphäre, in der sich modebewusste Fans der Fifties wohlfühlen.

Laut Andrea Ewers war ihr Geschäft in diesem Stil deutschlandweit Pionier. Mit ihren reichen Erfahrungen und im Austausch mit den KundInnen entwirft und fertigt sie, zusammen mit ihren Mitarbeiterinnen, Kleidung nach Maß. Die Stoffe ihrer Kollektionen stammen aus Europa, vorwiegend aus Spanien. „Mit Herz Herzenswünsche erfüllen“, so fasst sie die Philosophie des Unternehmens zusammen. Der Erfolg scheint ihr Recht zu geben, immer mehr KundInnen besuchen auf Weiterempfehlung ihr Ladenlokal. Für die Zukunft plant Ewers neben ihrer Maßkonfektion noch mehr fair gehandelte, konfektionierte Kleidung im Sortiment, die man direkt probieren und mitnehmen kann.

Text: Xiaoying Xu

Darüber hinaus stehen auf Kundenwunsch passende Kinderkleidung und Modezubehör für Männer, wie z. B. Fliegen, Krawatten und Einstecktücher, zur Verfügung. Dekorative Fotos an der Wand und die Sofas im Retro-Stil ergänzen die Ladeneinrichtung und schaffen

Friedrich-Wilhelm-Str. 77-79
47051 Duisburg
www.rockabillymode.de

Ein kleines Stück Weltpolitik

Weltläden sind eine echte Alternative zu herkömmlichen Lebensmittel- und Bekleidungsgeschäften. Hier gibt es alles, was das Herz begehrt - aus hundertprozentig fairem Handel.



Fotos: Jakob Liese

Weltladen Duisburg: Kleidung und Accessoires aus der ganzen Welt

__Afrika, Asien, Lateinamerika – ein Besuch im Weltladen ist wie eine Entdeckungsreise in die südlichen Länder unserer Erde. Das Angebot ist vielfältig. Vom aromatischen Kaffee aus Nicaragua, über außergewöhnliche Geschenkartikel aus Nepal bis hin zu fairer Kleidung aus Kenia

gibt es hier für jeden etwas. Dabei haben alle Produkte eine Sache gemein: Sie stammen aus ökologischem Anbau und fairem Handel.

„Wir möchten zeigen, dass die Idee der nachhaltigen Entwicklung und die Sicherung der Le-

bensgrundlage für künftige Generationen nicht nur etwas für die Weltpolitik ist – sondern auch für den Frühstückstisch“, heißt es auf der Website des Weltladen-Dachverbandes. Der Verein bestimmt die Kriterien, an denen die Weltläden ihre Arbeit messen, gibt Lieferantenkataloge vor und unterstützt seine Mitglieder bei Marketing, Bildung und politischen Kampagnen.

33 Weltläden gibt es im Ruhrgebiet, einer von ihnen liegt in Duisburg. Seit über 35 Jahren ist er die erste Anlaufstelle für fairen Handel in der Hafenstadt. 1981 wurde er aus der Anti-Apartheidbewegung gegründet. Heute führen 25 ehrenamtliche MitarbeiterInnen das Geschäft. Eine bunte Mischung von Studenten bis RentnerInnen – ihr Engagement für Nachhaltigkeit und Fairness verbindet sie.

„Es gibt keine Alternative“ - Andrea Nadolny, Weltladen Duisburg

Getragen wird der Weltladen vom gemeinnützigen Verein Weltladen Duisburg e.V., der sich für benachteiligte Kleinproduzenten in sogenannten Entwicklungsländern einsetzt. Das Geschäft führt ein Gesamtsortiment an ökologischen Lebensmitteln und Bekleidung für Damen und Herren. Dazu kommt eine große Auswahl an Kunsthandwerk, Schmuck und Accessoires. „Wir sind sehr streng, was die Lieferanten betrifft“, berichtet Andrea Nadolny, Teil des Leitungsteams des Weltladens in Duisburg. Die ehrenamtlichen MitarbeiterInnen achten stark darauf, dass alles zu 100 Prozent aus fairer Produktion stammt.

Natürlich arbeitet der Weltladen Duisburg gemäß der zehn Standards der World Fair Trade Organisation, die unter anderem Transparenz, Umweltschutz und faire Preise fordert. Das Geschäft bezieht seine Produkte über bekannte

Importgesellschaften des Fairen Handels wie z.B. El Puente, dwp, Gepa, Globo oder Nepalaya. Alle Bekleidungsstücke sind von Fairtrade und der Fair Wear Foundation zertifiziert.

Fairer Handel beruht auf Respekt, Dialog und Transparenz. „Wenn wir nicht nachhaltig und ökologisch produzieren, zerstören wir nach und nach unsere Erde“, weiß Andrea Nadolny. Weltläden bieten eine Chance für wirtschaftlich benachteiligte Produzenten aus den Entwicklungsländern. Jetzt müssen wir als KonsumentInnen sie nur noch nutzen! „Es ist unsere Verantwortung.“

Text: Lara Grobosch



Koloniestr. 92, 47057 Duisburg
www.weltladen-duisburg.de

esthétique

Vielfalt, Schönheit und Respekt - Das Duisburger Modelabel begeistert. Hier werden Menschen mit Behinderung zu DesignerInnen, SchneiderInnen und Models.

„Das Modelabel esthétique der Duisburger Werkstatt für Menschen mit Behinderung (WfbM) ist zum Erfolgsmodell geworden. Mit nur zwei MitarbeiterInnen hat die Schneiderwerkstatt im Stadtteil Großenbaum 2015 angefangen, inzwischen arbeiten hier 18 fleißige SchneiderInnen.“

Alles begann mit einem visionären Entschluss: „Wir gründen ein Modelabel - und damit die Schneiderei immer etwas zu tun hat, am besten ein erfolgreiches“, erinnert sich Projektleiterin Jutta Lütke-Vestert. Oft wurden in der Schneiderei der WfbM-Zukunftswerkstatt Sepos Kissenbezüge hergestellt. An Mode hatten sie sich bis dato noch nicht herangetraut. Doch Jutta Lütke Vestert und ihre Kollegin Kerstin Lindner, Betriebsstellenleiterin von Sepos, waren sich sicher: Ihre MitarbeiterInnen können mehr. „Tagtäglich erleben wir großartige Talente und ergreifende Momente“,

berichtet Kerstin Lindner. „Mit esthétique wollen wir zeigen, wie leistungsstark Menschen mit Behinderung sind“.

Von der Herstellung bis zum Vertrieb passiert alles in der Duisburger Werkstatt. Hier schneiden, ketteln, nähen und bügeln MitarbeiterInnen mit psychischer Behinderung die Kollektionsteile in liebevoller Handarbeit. Beim Design arbeitet das Label mit Profis aus der Modebranche zusammen. Die Zeichnungen der Menschen mit Handicap inspirieren die DesignerInnen. Aus der Frage „Was macht dich glücklich?“ entstanden kleine Motive, die als „esthétique-Muster“ auf die Kleidung gedruckt wurden.

Schönheit ist Vielfalt

Die Kollektionen sind puristisch und zeitlos. Für Damen und Herren bietet esthétique klassische und gleichzeitig legere Mode in schlichtem Schwarzweiß an. Von Tops über

T-Shirts bis hin zu Kleidern mit oder ohne Kragen ist für jeden etwas dabei. Die Kollektionen funktionieren sogar generationenübergreifend. „Wir sprechen sowohl die hippe 60-Jährige als auch die modebewusste 20-Jährige mit unseren Entwürfen an“, schwärmt Lütke-Vestert. „Unsere Mode zeigt, dass Menschen mit Behinderung Ästhetik haben und genauso wie Nicht-Behinderte mit Schönheit in Verbindung gebracht werden können.“

Bio-Qualität und die faire Produktion der Stoffe sind für Projektleiterin Jutta Lütke Vestert selbstverständlich. Bei esthétique werden ausschließlich Materialien verwendet, die mit dem GOTS-Siegel zertifiziert sind. „Wir möchten aber nicht mit erhobenem Zeigefinger vorschreiben, man sollte komplett zu Slow Fashion übergehen“, erklärt sie. Das Label will mit seiner Geschichte, der Qualität und seinem Team überzeugen.



Mit Leidenschaft dabei: Models mit und ohne Behinderung präsentieren die esthétique-Kollektion
Foto: esthétique, WfbM Duisburg

„Wer dadurch nachhaltige Mode entdeckt, ist herzlich willkommen, sich darauf einzulassen.“

Das Modelabel selbst ist nicht mit Nachhaltigkeitsiegeln ausgezeichnet. Eine Zertifizierung ist sehr teuer und zeitintensiv. „Für mich ist es wichtig, dass die GOTS-Bedingungen von den Stofflieferanten erfüllt werden. Für die öko-faire Verarbeitung in Deutschland kann ich persönlich garantieren“

Mode mit Optimismus

Einmal im Jahr findet das Fotoshooting statt, um die neue Kollektion darzustellen. Die Models für das Shooting sind immer schnell gefunden. „Unsere Modellsuche war eine der beliebtesten Ausschreibungen überhaupt“, freut sich Jutta Lütke-Vestert. Inzwischen gibt es lange Wartelisten. Die Fotos im Lookbook versprühen Lebensfreude. MitarbeiterInnen des WfbM präsentieren die Mode selbstbewusst und authentisch.

Models mit und ohne Behinderung posieren gemeinsam. Sie sind mit viel Leidenschaft dabei. Das begeistert auch Branchenexperten. Normale Models können immer 80 Prozent geben, die richtig Guten auch 100 Prozent, aber unsere Models geben immer 120 Prozent - selbst wenn man nicht hinguckt“, berichtet die Projektleiterin stolz. „Wir werden im nächsten Jahr farbige Statements setzen. Aktuell trainieren wir V-Ausschnitte und weitere schöne Designs folgen“.

Mit dem großen Erfolg des Labels hat am Anfang niemand gerechnet: „Das ist immer noch verrückt für uns, weil wir hier in Duisburg ja weder Modemetropole noch Weltstadt sind“, erzählt Kerstin Lindner. „Mit esthétique sind wir aber auf einem gutem Weg dahin“, fügt Kollegin Jutta Lütke-Vestert lachend hinzu.

Mittlerweile gibt es die esthétique-Kollektionen in mehreren Stores in ganz Deutschland, vor allem im eigenen Ars Vivendi Concept Store in Duisburg. „Am Anfang habe ich einmal gesagt, wir produzieren jetzt für Berlin, da wurde es ganz ruhig in der

Schneiderei“, erinnert sich Jutta Lütke-Vestert. „Ob wir das alles schaffen können?“ Diese Sorgen sind längst verfliegen. Die Mode hilft, die Behinderung zu akzeptieren und sich auf seine Stärken zu konzentrieren. Die Menschen haben etwas, womit sie sich identifizieren können. „Viele haben sich früher gar nicht getraut, in die Öffentlichkeit zu gehen, weil nicht bekannt war, dass sie eine Behinderung haben“, erzählt Kerstin Lindner. „Heute sind sie stolz auf das, was sie täglich tun. Sie freuen sich morgens aufzustehen und zur Arbeit zu kommen.“ Eine drastische Wandlung: Das Selbstbewusst-

sein ist enorm gestiegen, die Ambitionen sind groß: „Jetzt wollen die Jungs und Mädels nach New York.“

Text: Lara Grobosch & Felicitas Speis

AV Concept Store:
Kuhlenwall 20
47051 Duisburg
www.esthetique-fashion.com
www.arsvivendi-shop.de



Foto: esthétique, WfBM Duisburg



Foto: 108 Degrees GmbH

Im Jahr 2011 wurde das nachhaltige Modelabel 108 degrees gegründet. Bunte Farben und Sportlichkeit in den derzeit noch so trägen Bio-mode-Alltag zu bringen - das war die Intention der Inhaber Alexander Klar und Marc Schwarz.

Von A bis Z - die beiden Geschäftsführer bieten nicht nur erstklassige Bio-Mode an, sondern stellen auch sicher, dass alle Produktionsstufen fair und verantwortungsvoll ablaufen. Jedes ihrer Produkte ist zu 100 Prozent organisch und fair hergestellt worden. Alexander Klar und Marc Schwarz bieten T-Shirts, Longsleeves, Unterwäsche und Accessoires im Streetwear-Style an. Und das kommt an - mit frischen Farben und angenehmen Stoffen hat sich ihr nachhaltiger Onlineshop etabliert. Die beiden brennen für ihr Unternehmen.

Neben bio, fair und modisch legen sie besonders Wert auf vegane Mode. Keines der Kleidungsstücke oder Accessoires beinhaltet tierische Produkte. Tierschutz ist ihnen ein großes Anliegen. Jedes Jahr spenden sie zehn Prozent ihrer Unternehmensgewinne an Umweltschutz- oder Tierschutzorganisationen. Ihre Vision: von Anfang bis Ende der Produktionskette klimaneutral arbeiten, faire Arbeitsbe-

108 degrees

Ein klarer Richtungswechsel. Das Label aus Bottrop 108 degrees bietet ausgefallene und qualitativ hochwertige Street- und Clubwear an.

dingungen in der Textilindustrie fördern und die Umwelt nicht unnötig belasten.

„Unseren Sachen sieht niemand an, dass sie fair gehandelt und vegan hergestellt sind.“ Marc Schwarz

All das sind mehr als nur Wünsche. Jedes Produkt bei 108 degrees ist nämlich zu 100 Prozent nach dem GOTS-Standard zertifiziert. Auch wenn GOTS umfassende Sozialstandards vorgibt, die Kinderarbeit und Ausbeutung vermeiden, stellen die Inhaber sicher, dass alle Produzenten zusätzlich das Siegel von Fairtrade oder von der Fairwear Foundation besitzen. Laut Klar wird die Kleidung hauptsächlich in Indien und der Türkei produziert, um die lokalen Strukturen dieser Länder zu stärken.

Jetzt bleibt nur noch eine Frage: „Wieso 108 degrees?“ Die Geschäftsführer sind überzeugt, die Zahl 108 sei heilig: Im Buddhismus gibt es 108 Bände der Lehren Buddhas, an Neujahr läuten die Glocken in Japan 108 Mal, in Homers Odyssee muss Odysseus 108 Freier bekämpfen, ein Baseball wird in der Regel mit 108 Stichen genäht, der 108-fache Sonnendurchmesser entspricht der Entfernung der Sonne zur Erde - und 108 degrees heißt der Versandhandel für nachhaltige und vegane Biomode aus Bottrop.

Text: Allegra Isert

www.108degrees.de



Foto: Róka Fair Clothing

Róka Fair Clothing

Seit langem interessiert sich Christine Brause für faire Mode. Nachdem die Veganerin das Siebdruckverfahren kennengelernt hatte, entwickelte sie 2015 das Label Róka.

„Ihr kleiner Laden in Duisburg-Neudorf, der in einer Bürogemeinschaft integriert ist, wurde im Jahr 2018 eröffnet. Dort bietet sie eigene Produkte in kleinen Stückzahlen, von T-Shirts mit Statements über Jogginghosen bis hin zu Mützen und Accessoires, an. Zusätzlich findet man auch andere Waren, beispielsweise von Künstlerinnen illustrierte Becher und themenbezogene Bücher.“

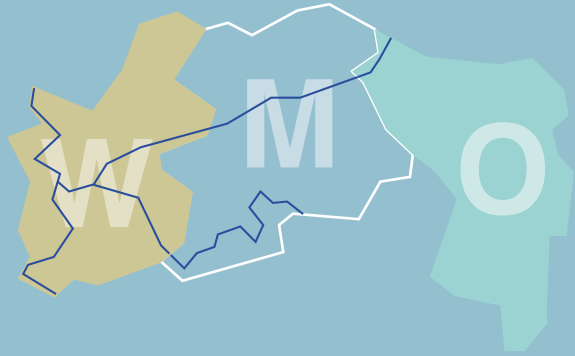
Nachhaltigkeit ist der Inhaberin im Alltag wichtig. Sie besitzt ein Konto bei einer fairen Bank und hat drei Tierpatenschaften übernommen. In ihrem Unternehmen achtet sie ebenfalls in allen Bereichen auf die Erfüllung ökologischer Kriterien, damit ihre veganen Produkte unter fairen Bedingungen nachhaltig produziert werden. Ihre Textil-Rohlinge, die hauptsächlich aus Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau bestehen, werden beim Großhändler mit Ökosiegel wie zum Beispiel der Firma Stanley/Stella eingekauft. Zukünftig werden auch Materialien wie Modal und recyceltes Polyester verwendet. „Die Zertifizierung der Materialien ist mir auf jeden Fall wichtig“, betont Christina.

Veredelt werden die Produkte mit wasserbasierten Siebdruckfarben und eigenen Motiven. Das Grundprinzip: „Alles bio, fair und vegan“ wird auch beim Versand durch die Wahl der Verpackungsmaterialien eingehalten. Außerdem ist ihre Mode mit dem „PETA-Approved Vegan“-Label ausgezeichnet und zertifiziert worden.

Ihr Sortiment verkauft sie, neben dem Ladenlokal, über ihren Onlineshop sowie über andere Online-Plattformen, zum Beispiel avocadostore, deutschlandweit. Es ist ebenso über andere Geschäfte, zum Beispiel in Hamburg und Hagen, erhältlich. Auch auf veganen und nachhaltigen Märkten ist sie zu finden.

Text: Xiaoying Xu

Gneisenastraße 102
47057 Duisburg
www.roka-fairclothing.com



MITTE

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1 - COB Concept Store, Essen | 11 - Native Souls, Essen, Bochum |
| 2 - Grace, Essen | 12 - Baby Träume, Essen |
| 3 - Peperblom, Essen | 13 - Instinct Sportswear, Gladbeck
(online) |
| 4 - Hood, Essen | 14 - Grubenhelden, Gladbeck, Essen |
| 5 - Kommabei, Essen | 15 - Becker-Münch, Recklinghausen |
| 6 - Uli Schott, Essen, Schermbeck | 16 - Fairnica, Herne (online) |
| 7 - Uniqat, Essen | 17 - Kong Island, Bochum |
| 8 - MiniManu, Essen | 18 - Susa Flor, Bochum (online) |
| 9 - Klabaüterladen, Essen | 19 - Kleine Helden, Bochum |
| 10 - Bowfolders, Essen, Moers | 20 - Elsbeth & Ich, Bochum |
| | 21 - Jungle Mode Ehrenfeld, Bochum |



Cob Concept Store

Erstklassiges Design mit gutem Gewissen: Wer den Fuß in die Tür des Essener Concept Stores Cob setzt, taucht ein in eine kunterbunte Welt toller und einzigartiger Artikel. Cob bietet neben Lifestyle- und Interior-Produkten nachhaltige Mode für Damen, Herren und Kinder an – mal klassisch, mal lässig, aber immer im besonderen Style.

„Helle Farben, tausend Kleider, bunte Flächen. Cob ist ein kleines Seh-Abenteuer: Die Augen wissen gar nicht, wo sie zuerst hinschauen sollen. Zu viel gibt es zu entdecken! Stöbern macht hier richtig Spaß. Von handgemachten Schmuckstücken bis zu Zero-Waste Trinkflaschen – beim abwechslungsreichen Lifestyle-Sortiment ist für jeden Modefan etwas dabei. Doch der Dreh- und Angelpunkt von Cob ist natürlich die Mode. Casual-Wear von Armed Angles und Recolution, Schuhe von Hobo Shoes sowie Taschen von Ping Pong – in Sachen nachhaltiger Mode ist Cob sehr breit aufgestellt. Besonders beliebt: die Print-Shirts von Greenbomb für sie und ihn. Und das zu angenehmen Preisen.“

„Schönes. Tragbares. Faires.“

So beschreibt Inhaberin Maïke Pfeiffer ihren Concept Store mitten in der grünen Stadt Essen. Eine umfassende Philosophie in drei Worten. Im Mai 2012 eröffnete sie Cob mit einem eindeutigen Wunsch: Nachhaltigkeit. Es waren die Erfahrungen, die sie zuvor als Inhaberin einer Handelsagentur für Mode und als Geschäftsführerin eines Second-Hand-Laden machen konnte, die sie zu diesem Bekenntnis führten.

Ökologie und Fairness in der Mode werden bei Cob eben sehr groß geschrieben. Das Sortiment ist mit öko-fairen Siegeln wie GOTS und Fairtrade ausgezeichnet.

Fotos: Cob Concept Store



„Klein. Fair. Nachhaltig.“

Doch auch kleineren Modelabels und Ateliers gibt Cob eine Chance. Auch wenn sie oft zu klein sind, um sich die Zertifizierungen leisten zu können – von Cob werden sie deshalb genauestens angeschaut. Wer einen hohen Anspruch an Design und Qualität hat und Interesse für bewussten Konsum zeigt, ist bei Cob also genau richtig. Jedes einzelne Teil ist hier

**Rüttenscheider Str. 34b,
45128 Essen
de-de.facebook.com/
cobconceptstore**

liebervoll ausgesucht, vom Glitzerpulli bis zum Fashion Diary. „Die Nachfrage nach grüner Bekleidung sowie das Angebot und die Anzahl öko-fairer Modelabels steigt sukzessive.“ Meike Pfeiffer ist sich ganz sicher: Cob ist ein Concept Store mit großer grüner Zukunft!

Text: Lola Tappe





Fotos: Allegra Isert

Der Trend geht zur zweiten Hand

Secondhand Stores sind eine Alternative zur Neuproduktion von Bekleidung. Sie bieten ein breites Angebot von gut erhaltener Kleidung und geben der alten Jeans, der getragenen Bluse oder ewig schönen Jacke ein zweites Leben.

__Zum Klischee der heutigen Frau gehören volle Einkaufstüten, volle Einkaufstüten mit den neusten Blusen, verführerischer Unterwäsche oder schicken Schuhen. Alles neu macht die Frau. Doch immer häufiger sind ihre Einkäufe gar nicht mehr neu. Denn neben Shops mit fair produzierter Kleidung gibt es auch eine zweite Möglichkeit, um nachhaltiger leben zu können. Secondhand lautet die Sensation. Schon seit jeher wurde alte Kleidung wiederverwendet und von mehreren BesitzerInnen nacheinander

aufgetragen. Erst mit zunehmendem Wohlstand der westlichen Gesellschaften wurde Bekleidung einfach weggeworfen. Erst in jüngster Zeit ist der Aspekt der Mehrfachverwertung als bewusst nachhaltige Strategie wieder auf die Tagesordnung gerückt.

Das Prinzip Secondhand: Kleidung, die nach ihrem Zweck erfüllt und eben nicht mehr verschwenderisch entsorgt wird. Denn heutzutage werden massenweise neue Kleidungsstücke

gekauft. Doch anstatt wieder „neu“ zuzuschlagen, kann man auch „alt“ kaufen. Secondhand Läden bieten gut erhaltene Sachen an, die ihre neuen BesitzerInnen genauso glücklich machen können wie ein nagelneues T-Shirt und auch noch preiswert sind. So entsteht ein Kreislauf, um einen bewussteren Lebensstil zu entwickeln. That's it!

„Ich habe immer selber meine Sachen im Secondhand Laden abgegeben.“ – Nina Corbo

Im Süden von Essen findet man eine Boutique, die auf den ersten Blick gar nicht nach Secondhand aussieht. „Grace“ heißt das Geschäft von Nina Corbo. In entspannter Boutique-Atmosphäre bietet die Storebesitzerin Damen- und Kinderkleidung an. Von H&M und C&A bis hin zu Gucci und Prada - im Laufe der Zeit spezialisierte sie sich nicht nur auf Designermode, sondern nahm auch mittelpreisige Produkte in ihr Sortiment auf. Von der vornehmen Louis Vuitton-Tasche bis hin zum sportlichen Alltagslook - Grace goes great!

Nina Corbo freut sich über KundInnen, die etwas kaufen. Vor allem aber über KundInnen, die etwas verkaufen wollen. Nach Terminvereinbarung begutachtet sie alle Kleidungsstücke, die sie später in ihrem Laden anbieten möchte. Gut erhalten müssen sie sein, nicht älter als zwei

**Rellinghauserstraße 174
45136 Essen
www.grace-secondhand.de**

Jahre und zum Stil von Grace passen. Und genau deshalb hebt sie sich von den anderen ab. Viele verbinden einen Secondhand Shop direkt mit alten und muffig riechenden Klamotten. Weit gefehlt. Das muss nicht sein. „First class secondhand fashion“ - so nennt Nina Corbo ihr Angebot. Und recht hat sie.

Text: Linda Gerolstein



Peperblom



Fotos: Peperblom

Im Moltkeviertel, dem angesagten Künstlerviertel der Stadt Essen, liegt der Laden von Anny und Heinz Pelzer: Handwerkskunst, Design und Mode gehen hier eine besondere Symbiose ein.

„Bereits beim Hereinkommen wird man von einer einladenden Atmosphäre umfungen. Ein warmherziges Lächeln strahlt einem entgegen, es gehört Anny Pelzer. „Deine Person“, sagt Heinz Pelzer zu seiner Frau, „ist entscheidend. Du sprichst mit den KundInnen. Gibst dem Laden Persönlichkeit.“ Mode und Handwerk – diese Leidenschaften haben die beiden passionierten Kunst- und KulturliebhaberInnen in ihrem 2012 gegründeten Laden vereint. Inspiriert von traditioneller Handwerkskunst und den Arbeiten junger Kreativer, fungiert der Laden als vielseitige Plattform. „Hier soll alles eine Art Komposition sein. Junge DesignerInnen brauchen Raum, um sich auszuprobieren. Viele wünschen sich ein Schaufenster und ein Feedback über Kundenreaktionen“, sagt die Inhaberin.

Die grüne Damenmode kam erst nachträglich

hinzu. Ausgeprägtes Umweltbewusstsein spielte im Privatleben des Ehepaars schon lange vor dem Start von Peperblom eine Rolle. Seit 1977 sind die beiden beruflich mit der Bekleidungsindustrie und dem Modehandel verbunden. So waren Anny und Heinz Pelzer über zwei Jahrzehnte in der Sparte der Kindermode tätig. „Zu Beginn lag jedoch der Fokus, ähnlich wie heute, auf den angesagten Labels und kaum auf den Herstellungsbedingungen“, bedauert das Paar rückblickend. Die Entscheidung, mit nachhaltigen und umweltfreundlichen Artikeln zu handeln, fiel Mitte der 1980er Jahre. Seitdem konzentrieren sie sich auf die Auswahl von Produkten, die unter fairen Arbeits- und Produktionsbedingungen entstanden sind, sowie die regionale Produktion in Europa. Man könnte diese Ausrichtung als Kernphilosophie ihres Unternehmens beschreiben.

„Wir transportieren noch ein Stück alte Handelskultur.“

Heinz Pelzer

Das schlägt sich schließlich im Damenmodensortiment deutlich nieder: Zum einen werden Produkte aus Fertigungsbetrieben nach strengen Qualitätsstandards, z.B. dem Global Organic Textile Standard (GOTS), vertrieben, zum anderen legen Anny und Heinz Pelzer großen Wert auf die Unterstützung kleiner Labels, Ateliers und Manufakturen, die sich Zertifizierungen nicht leisten können. Ökologisch nachhaltig und fair produzierte Ware für stil- und umweltbewusste KonsumentInnen anzubieten, das ist ihr Credo heute: So findet man Labels wie Alma & Lovis und Schweikardt Moden. Für die beiden steht fest: „Wir haben unsere Firmen und circa 50 HandwerkskünstlerInnen aus ganz Deutschland, das ist unser Know-how.“ Zur Frage, welcher Stil die Angebotsvielfalt prägt, antwortet Anny lachend: „Meiner! Ich hatte immer eine sportlich-elegante Stilrichtung, mit Begeisterung für Verrücktheiten und

kleinen und großen Ausrutschern.“ Neben Bekleidung sind viele andere Dinge aus Keramik, Holz und Papier vertreten. Von Upcycling-Taschen über Objektkunst und Heimtextilien bis zur textilen Kunst erhält hier alles einen Raum. „Made in NRW wirkte in der letzten Saison sehr anziehend auf die Kundinnen“, berichten Anny und Heinz. Mit Designlabels aus der Region führen sie enge und langfristige Partnerschaften. So können Kundinnen individuelle Wünsche aussprechen und erhalten ein nach ihren Vorstellungen modifiziertes Kleidungsstück – ein einzigartiger Service.

Text: Carolina Abalos

**Witteringstr. 116
45130 Essen
www.peperblom.de**

Hood

Qualitativ hochwertige und fair produzierte Bekleidung sind die Essenz des Sortiments von Hood. Der Multibrand-Store auf der „Rü 56“ in Essen-Rüttenscheid steht seit 2014 für zeitlose, langlebige Bekleidung.

—Geschäftsführer Seyho Yücekaya ist Mode-Designer und bringt langjährige Erfahrungen aus der Mode- und Textilindustrie mit. Gerade deshalb sind ihm die Arbeitsbedingungen in der Produktion seiner Marken besonders wichtig. Anfangs gab es bei ihm nur ein Angebot für Herren, seit 2017 hat er sein Sortiment um Damenbekleidung erweitert.

Das Store-Konzept setzt ein Stilversprechen durch zeitlose Designs, hochwertige Materialien und damit für Langlebigkeit. Die Devise lautet: Nicht jeden Trend mitmachen und Saisons überdauern. Die helle, offene und übersichtliche Gestaltung des Ladens mit gezielten Akzenten findet sich auch in der angebotenen Ware wieder.

Die Produktauswahl umfasst neben Kleidung für Männer und Frauen auch Schuhe und Accessoires. Insbesondere skandinavische Marken spielen eine große Rolle, nicht zuletzt durch die hohen Standards, die in der Produktion vorausgesetzt werden. Manche Brands tragen zertifizierte öko-faire Nachhaltigkeitsiegel, z.B. das GOTS-Label, aber nicht alle der angebotenen Marken.

In seiner Auswahl sieht Seyho Yücekaya ein Alleinstellungsmerkmal. Nachhaltige und langlebige Kleidung für Männer sei Mangelware. Zu seinen Lieblingsmarken gehören wood wood, DRYKORN, samsøe & samsøe sowie double a und – neu im Sortiment – BLANCHE.

Text: Catharina Obernauer

Rüttenscheider Straße 56
45130 Essen
www.hoodfashion.de





Kommabei

Betritt man das Kommabei in Essen, könnte man zunächst denken, in einer Kunst-Galerie gelandet zu sein. An den Wänden hängen urbane Graffiti-Bilder, Schwarz-Weiß-Drucke oder bunte Tierabbildungen. Doch der erste Eindruck täuscht.

„Neben Kunstdrucken und Grafiken findet man in dem Concept Store in Essen Holsterhausen eine bunte Melange aus Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Accessoires, Dekoartikeln und Papeterie. Die Drucke wurden mit wasserbasierten Farben hergestellt, fast alle bestehen aus recyceltem Papier. Das sei selbstverständlich, findet Ladeninhaber Norman Bärenbrinker, für den die Nachhaltigkeit seiner Produkte an erster Stelle steht. Diese sollen nicht nur auf den ersten, sondern auch beim zweiten und dritten Blick ökologisch einwandfrei sein. Norman entscheidet, was in die Regale kommt: „Zuerst einmal müssen mir die Sachen gefallen. Das ist sehr, sehr wichtig.“ Er lacht: „Dann muss ich wissen, wer dahintersteckt und wie die arbeiten. Und ich muss das Herzblut der Leute

sehen, hören, riechen, schmecken können. Die Philosophie meines Labels heißt ‚Herzblut und Werkstolz‘ und das kommt nicht von Ungefähr. Ich bin überzeugt von den Dingen, die ich hier habe. Die Menschen, mit denen ich zusammenarbeite, sollten ähnlich denken und die gleiche Liebe in ihre Produkte stecken.“ Die meisten Produkte sind handgefertigt und fast alle mit Bio-Siegeln zertifiziert, die DesignerInnen kennt Norman beim Vornamen.

Der gelernte Bauzeichner ist über Umwege zu dem Ladenlokal in Essen gekommen. Auf Ausbildung und Fachabitur in Gestaltung folgte ein Studium in Bauingenieurwesen. Nachdem er einige Jahre in dem Beruf gearbeitet und sich als Mediengestalter und Grafikdesigner



selbstständig gemacht hatte, wechselte er zum Einzelhandel und verkaufte Kunstzubehör in einem Graffiti-Laden. Vor vier Jahren entstand die Geschäftsidee aus einer Bierlaune, erzählt Norman. Mit einem Freund verfolgte er schon lange den Plan, eigene T-Shirts zu entwerfen und herzustellen. War es zunächst noch eine vage Idee, legten die beiden Freunde bald Geld zusammen und kauften sich kurzerhand ihre erste Siebdruckmaschine, ein kleines Karussell. Die ersten Versuche bringen Norman noch heute zum Schmunzeln: „Ein halbes Jahr lang haben wir nur die alten Bettlaken von Omma bedruckt, bis dann der erste Druck so war, wie wir ihn haben wollten beziehungsweise bis wir das erste Sieb richtig belichtet bekommen haben. Wir haben vorher noch mit einer Bau-

stellenlampe belichtet, ganz do-it-yourself-mäßig. Wir hatten keine großartige Werkstatt und dann haben wir auch noch in der Badewanne entschichtet - Oh Gott!“ Heute sehen die Drucke im Essener Store alles andere als amateurhaft aus. Hasen, Füchse und lustige Sprüche zieren nun T-Shirts, Hoodies und Baumwollbeutel. Gedruckt wurden sie mit wasserbasierten Farben, auf öko-zertifizierten Textilien - mit Herzblut und Werkstolz.

Text & Fotos: Jasmin Assadsolimani

Gemarkenstraße 102
45147 Essen
www.kommabei.de



Uli Schott – The unknown brand

Direkt gegenüber vom Rüttenscheider Markt in Essen liegt der Flagshipstore des 2014 gegründeten Labels von Ulrich Schott. Die Expertise aus vielen Jahren Erfahrung in Textileinkauf und -produktion verbindet er mit dem Fair Play-Gedanken.

__Von Kopf bis Fuß: Das Angebot an Herrenkleidung von Uli Schott - The unknown brand umfasst neben Anzügen auch Hemden, Chinos und Sakkos sowie Schuhe, Unterwäsche und Accessoires. Der Kunde findet Produkte für formelle Anlässe, den Business-Alltag oder für die Freizeit. Hochwertige Materialien, wie z.B. Stoffe aus Italien, sind dabei ebenso wichtig wie faire Arbeitsbedingungen in der Produktion. Hergestellt werden die Kollektionen in Italien und Portugal nach europäischen Standards. Davon hat sich Geschäftsführer Ulrich Schott persönlich überzeugt. Kurze Wege sind ihm wichtig. Er erklärt, dass sein Markenkonzept die vielen Zwischenstufen großer Handelsstrukturen auslasse und damit Luxusware zu erschwinglichen Preisen anbieten könne.

Individuelle Schuhe nach Maß gibt es neuerdings auch bei Uli Schott. Das Pilotprojekt bietet dem Kunden die Möglichkeit, seine persönlichen Bedürfnisse zu decken, indem Materialien, Farben und sogar zwei verschiedene Größen - für jeden Fuß eine - ausgewählt werden können. Freitags und samstags ist neben dem Hauptgeschäft in Essen auch der Lagerverkauf in Schermbeck geöffnet. Geplant ist, weitere Stores in Düsseldorf und Köln zu eröffnen.

Text: Catharina Obernauer

Flagshipstore
Klarastraße 13
45130 Essen

Lagerverkauf
Maassenstraße 79
46514 Schermbeck

www.ulischott.de



Fotos: Uli Schott - The unknown Brand



Fotos: medienmalocher / Ravi Sejk

Uniqat

Hier scheint die Zeit stehen zu bleiben. Ein stilvoller Altbau aus dem Jahre 1890 im charmanten Rüttenscheider Mädchenviertel; rundum gut erhaltene Fassaden, gemütliche Cafés und Parks. Bei Janette Müller gibt es Liebe zum Detail und frische Blumen.

„Möbel und Interieur sind alte, gut erhaltene Schmuckstücke, die bewusst vor dem Sperrmüll bewahrt wurden. Der Duft echter Handwerkskunst und wertvolle Rohstoffe wie Holz, Leder, Leinen und Wolle erzeugen eine besonders warme Atmosphäre. Auch die angebotene Kleidung soll langlebig sein. Deswegen bieten Janette und ihre Mitarbeiterin Nadine nur sehr hochwertige, luxuriöse, nachhaltige Mode der mittleren und höheren Preiskategorie sowohl für Damen als auch für Herren an. Mehrere Generationen sollen daran Spaß haben und sich in den Stücken schön und wohl fühlen. „Wir haben früher das Kleid der Oma umgestaltet und neue Kleidungsstücke geschneidert“, erinnert sich

die dreifache Mutter. „Ich habe es in die Wiege gelegt bekommen, Stoffe wertzuschätzen und wiederzuwerten.“ So gibt es bei ihr die ganz besonderen Lieblingsstücke für außerordentliche Anlässe wie Hochzeiten oder Taufen, Weihnachten oder Geburtstage. Vier bis fünf Designer sind durch die jahrelange Zusammenarbeit loyale Geschäftspartner geworden. Sie pflegen einen respektvollen Umgang mit ihren Materialien und beziehen diese regional, teilweise sind sie auch mit dem Label GOTS zertifiziert. Im Sommer sind es leichte Leinen-Seide-Gemische und luftiger Sommerstrick, im Winter hingegen bequeme und anschmiegsame Wollmischungen – allesamt naturverbunden, authentisch, ohne Plastik.



Öko-faire Jeans ergänzen das Sortiment. „Das Bewusstsein für wirklich nachhaltige Kleidung muss in unserer Gesellschaft wieder gestärkt werden“, findet Janette. „Wir müssen wissen, wo und wie unsere Kleidung hergestellt wird, der Umwelt zuliebe!“ Diese Einstellung hat sie von ihrem Opa Alfred übernommen, der als Sozialdemokrat eine Vorbildfunktion für die ganze Familie einnahm. Immer an den Nächsten denken, bewusst und rücksichtsvoll leben – diese Prinzipien hat sie von ihm, ebenso wie es für sie selbstverständlich ist, ausschließlich nachhaltige Mode anzubieten und dafür zu sensibilisieren.

Dorotheenstraße 23,
45130 Essen
www.uniqat-essen.de

„Nach meinem Ökonomiestudium habe ich in einem großen Konzern angefangen zu arbeiten, aber schon bald gemerkt, dass es nichts für mich ist. Ich musste mit Menschen für Menschen arbeiten und eröffnete vor 15 Jahren meinen eigenen Laden.“ Ihre jahrelange Erfahrung in der Kunst, sich und andere schön anzukleiden, wird von ihren StammkundInnen geschätzt. Janette kennt deren Geschmack und informiert sie, wenn neue Kollektionen reinkommen.

Text: Isabell Schwarzfeller



Foto: Jasmin Assadsolmani

MiniManu

Eine Miniatur Manufaktur und das mitten in Essen? Mit ihrem Konzept hat Jana Iwan im idyllischen Kettwig den Anlaufpunkt für nachhaltige Kinder- und Babymode geschaffen.

„Eine Steinbrücke führt über die Ruhr in die beschauliche Altstadt des Essener Stadtteils Kettwig. Mehrstöckige Fachwerkhäuser schmiegen sich dicht aneinander, der Stausee ruht zwischen den grünen Ufern im Hintergrund. Schmale Kopfsteinpflaster-Gässchen führen an den Geschäften der Innenstadt vorbei. Eines davon ist Jana Iwans Miniatur Manufaktur, oder kurz MiniManu, ein Bekleidungsgeschäft für Kinder- und Babymoden. Betritt man das Haus, das 1660 erbaut wurde, wird man von den Farben der Dinge überwältigt, von kleinen Stramplern mit Tier-Motiven, Röcken mit bunten Mustern, Mützen aus farbenfroher Wolle. Es riecht nach frisch gekochtem Kaffee und ein kleiner Hundewelp kommt verschlafen aus dem Verkaufsraum getrottet. „Wir haben uns in den Ort und das Haus verliebt“, erzählt die Inhaberin. Vor drei Jahren zog die Familie aus beruflichen Gründen nach Essen-Kettwig. Jana arbeitete damals noch für einen großen Energieversorger. Mit ihrem Mann und ihrer kleinen Tochter richtete sie sich in Essen ein, sie kauften ein Haus und steckten viel Arbeit in die Renovierung des Altbaus. Nach vier Monaten verkündete das Unternehmen den Standortwechsel nach Düsseldorf. Für Jana war es weder eine Option, das Haus zu verkaufen noch zu pendeln. Sie spielte schon lange mit dem Gedanken an einen eigenen kleinen Laden und das Haus bot nun die Räumlichkeiten. Jana erinnert sich zurück: „Eigentlich ist alles durch Zufall entstanden. Wirklich geplant war davon nichts.“

Bei MiniManu findet man Selbstgemachtes wie Strickwaren und individuell bestickte Textilien sowie Bio und Fair Trade Neuware für Kinder: von Größe 50 bis 170, von Socken bis Regenjacken. Zudem gibt es Nähkurse und Zero-Waste-Workshops. Bei ihrem Sortiment achtet Jana vor allem auf die Siegel. Fast alle Marken sind mit dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert, der als weltweit führender Standard für die Verarbeitung von Textilien aus Naturfasern gilt und sowohl soziale als auch ökologische Kriterien in den Blick nimmt. Nur ein paar Labels sind nicht GOTS-zertifiziert. Beispielsweise die Outdoor-Marke Finkid, die vor allem auf die Herstellung von Regenbekleidung spezialisiert ist. „Die bestehen natürlich teilweise aus Polyester, damit sie wasserabweisend ist. Die Jacken sind aber so dermaßen robust, dass sie auch fünf oder zehn Kinder überleben. Ich bin selbst total überzeugt von den Produkten. Durch ihre Langlebigkeit sind sie dann auch wieder nachhaltig“, erklärt die Geschäftsinhaberin. Für sie bedeutet Nachhaltigkeit, dass Kleidung langlebig und schadstofffrei ist, fair und möglichst vor Ort hergestellt wurde, in einem Prozess, der schonend für Mensch und Umwelt ist.

Text: Jasmin Assadsolmani

Ruhrstraße 47
45219 Essen
www.minimanu.de



Klabauterladen

Mit ihrem Laden ist Birgit Tewes seit zwölf Jahren in der Nähe des Essener Stadtwaldes zuhause. Hier verbindet sie kindgerechtes Design mit dem Thema Ökologie.

„Neben dem sorgfältig ausgesuchten Angebot überzeugt die Inhaberin mit ihrem umfangreichen Wissen über Nachhaltigkeit und Erziehung, weil sie parallel im pädagogischen Bereich arbeitet. Ursprünglich war der Klabauterladen als „Ideenwerkstatt rund ums Kind“ entstanden. Während die Eltern ohne Eile einkaufen, freuen sich die Kinder an den Spielzeugen neben der Kasse. Mit schlichten Regalsystemen und Verkaufstischen sind alle Produkte übersichtlich präsentiert. Das Sortiment umfasst eine große Auswahl an Mode, Schuhen und Accessoires für Säuglinge und Kleinkinder. Die Kleidung besteht überwiegend aus zertifizierten Bio-Textilien, die zum Beispiel mit den Labels GOTS und IVN ausgezeichnet sind. Beim Spielwarensortiment steht die positive Entwicklung der Kinder im Vordergrund.“

Birgit Tewes verkauft im Laden auch ihre eigene

Kollektion: die „Klabautersocke“. Das sind Krabbelschuhe, die sie bereits vor 22 Jahren entworfen hat. Sie bezieht dafür IVN zertifiziertes, ökologisches Leder von der Firma Ecopell. Hergestellt wird die Klabautersocke in Handarbeit bei der Inhaberin zuhause. Besonderen Wert legt sie auf ein kindgerechtes Design, das die Kinder in ihrer Selbständigkeit unterstützt. Die spiegelsymmetrischen Motive an den Schäften helfen beim Anziehen der Schuhe. Denn so lernen die Kinder ganz einfach, welcher Schuh rechts und welcher links hingehört. Die Motive sind dabei so angeordnet, dass die Kinder sie beim Tragen aus ihrer Perspektive richtig herum sehen können. Andere Hersteller richten sich nach dem/der BetrachterIn und die Kinder sehen die Motive ihrer Schuhe auf dem Kopf stehend. Die „Klabautersocke“ zeichnet sich bewusst nicht durch eine große



Foto: Xiaoying Xu

Menge von Motiven aus, man kann sie aber mit neuen Farben kombinieren. „Die Modebranche ist so schnelllebig. Jedes Jahr gibt es neue Designlinien. Mein Ansatz steht ein bisschen im Widerspruch dazu“, erklärt Birgit Tewes. Denn sie achtet auf Nachhaltigkeit und bietet ihren KundInnen an, die Sohlen der Klabautersocke zu erneuern, sollten sie zerschlissen sein, um weniger Rohstoffe zu verbrauchen.

In den vergangenen 20 Jahren sind sowohl das ökologische Bewusstsein als auch die Nachfrage nach zertifizierten Produkten gewachsen. Neben dem Klabauterladen besitzt die Inhaberin den Klabauterladen 2.0, der auf nachhaltige Damenmode spezialisiert ist. Gleichzeitig ist die Internetkonkurrenz größer geworden. Deshalb plant Birgit Tewes, ihr Konzept zu erweitern. Sie will Bestellungen über das Internet annehmen

und ihr Geschäft intensiver mit den sozialen Medien verknüpfen.

Text: Xiaoying Xu

„Mein Ansatz steht im Widerspruch zur schnelllebigen Modebranche.“

Birgit Tewes

**Stadtwaldplatz 8
45134 Essen**

**Klabauterladen 2.0 (Damenmode)
Frankenstraße 252
45134 Essen
www.klabauterladen.de**

Bowfolders

Moderne Maßkonfektion ermöglicht individuelles Design und die nahezu perfekte Passform. So setzen bei Bowfolders die KundInnen die Trends, frei nach dem Unternehmensmotto „Create your own Style“ – und das gerne mit ökologischen Textilien.

__Bowfolders Maßmode ist ein Franchise-Unternehmen aus Wuppertal für individuelle maßkonfektionierte Mode für Herren und Damen, das zurzeit mit 20 Partner-Stores in Deutschland, Österreich und ab Oktober in der Schweiz zusammenarbeitet. Der Essener Flagship-Store wurde 2018 von Rudolf Flume, einem der Köpfe hinter der Marke, eröffnet, um maßgeschneiderte Mode zu modernisieren und deren individuelle Aspekte und Möglichkeiten weiter zu entwickeln. Bowfolders verwendet ausschließlich hochwertige Naturstoffe europäischer Top-Webereien, dabei können die Franchise-Stores ihre Stofflieferanten frei wählen. Nachhaltigkeit und ökologische Aspekte spielen für das Unternehmen eine wichtige Rolle; hohe Qualität, Langlebigkeit der Stoffe und Produkte gelten als wichtigste Maßstäbe. Außerdem achtet das Unternehmen auf faire Arbeitsbedingungen und

produziert deshalb ausschließlich in sorgfältig ausgewählten Produktionsstätten in Europa. Maßkonfektion ist die industrielle Anfertigung von Kleidung nach vordesignten Modellen entsprechend der Maße der TrägerInnen, die meist zusätzlich zwischen verschiedenen Gestaltungsoptionen auswählen können. Bei Bowfolders kann aus unzähligen Designvarianten, Schnitten und Passformen der favorisierte Look selbst gewählt werden: vom lässigen, sportlichen Casual-Look über Abendmode/ Hochzeitsmode bis zum Business-Stil. Dieser wird dann den persönlichen Körpermaßen und Wünschen angepasst.

Die Stil- und Modeberaterin Natascha Kaiser, selbst gelernte Maßschneiderin, ergriff die Initiative, im Essener Flagship-Store einen Schwerpunkt auf Stoffe aus Biobaumwolle und anderen ökologischen Materialien zu

legen, die ihre KundInnen für ihr jeweiliges Kleidungsstück selbst auswählen. Im Essener-Store berät Kaiser und unterstützt mit ihrer fachlichen Kompetenz bei deren Entscheidungen, beispielsweise bei der Stoffauswahl, und geht zusätzlich auf extravagante Wünsche ein. Nach den Absprachen wird das Kleidungsstück dann in einem der europäischen Produktionsbetriebe angefertigt. Bei besonderem Bedarf näht Natascha Kaiser auch im Essener Store selbst. Innerhalb von vier Wochen erhalten die KundInnen dann ihr individuell gefertigtes Kleidungsstück. Natascha Kaiser hat die Erfahrung gemacht, dass die TrägerInnen durch die aktive Mitgestaltungsmöglichkeit ihren ganz individuellen Stil entwickeln können und dann mit ihrem Kleidungsstück stets sehr zufrieden sind und gerne wiederkommen.

Text: Tatjana Krischik



Stores:
Mathildenstraße 13-15
45130 Essen

Siegstraße 5m
47447 Moers

www.Bowfolders.com



Fotos: Rüttenschau, Andreas Kirsch



Fotos: Lola Tappe

Native Souls

Mit 160 Quadratmetern ist Native Souls einer der großen öko-fairen Concept Stores im Ruhrgebiet. Er bietet hochwertige Damen- und Herrenmode für ein gutes Gewissen.

„Mit etwas Druck öffnet sich die Tür. Es klingelt leise. Auf den ersten Blick fällt einem die großzügige Verkaufsfläche auf. Wer hereinkommt, wird direkt mit einem herzlichen Lächeln begrüßt. Rebecca Kerckhoff ist gerade in einem Verkaufsgespräch. Eine neue Kundin ist begeistert vom Sortiment und will mehr erfahren von dem Geschäft, das mehr zu bieten hat als herkömmliche Concept Stores.“

Das Inhaber-Paar lebt für seinen Store. Seit 2010 führen Rebecca Kerckhoff und ihr Mann

Daniel Schmitz den nachhaltigen Store mit Leidenschaft. Die Idee dahinter: „Wir wollen fair gehandelte Bio-Textilien in angenehmer Atmosphäre verkaufen.“ Das setzen die beiden gleich an zwei Standorten im Ruhrgebiet durch: in Essen und Bochum.

**„Native Souls ist mein Baby“
Rebecca Kerckhoff**

Elegante Kleider, sportliche Outfits und hochwertige Pflegeprodukte - das Sortiment spricht mo-

disch anspruchsvolle KundInnen an. Demnächst sollen auch Übergrößen dazu kommen. Die Kollektionen der Eigenmarke „Native Souls“ entwirft Rebecca Kerckhoff selbst. Neben ihrem eigenen Label führt sie auch andere öko-faire Modemarken. Dazu zählen Armed Angels, Recollection, Kings of Indigo, Knowledge Cotton Apparel, Nudie Jeans und Lanius. Native Souls vertreibt ausschließlich Marken, die den Sozialkriterien entsprechen und Bio- sowie Recyclingqualitäten aufweisen. Doch neben der öko-fairen Produktion legen Kerckhoff und Schmitz auch auf den modischen Aspekt besonders viel Wert.

Transparenz wird bei Native Souls großgeschrieben. Die Geschäftsführung legt alle Produktionswege offen. Jedes Kleidungsstück der Eigenmarke wird vollständig in Sri Lanka produziert, besteht aus 100 Prozent Biobaumwolle und ist GOTS-zertifiziert. Den Produktionsstandort wählten sie aus der Datenbank von dem Siegel. „In diesem Land, das wirklich Hilfe benötigt, können wir zum wirtschaftlichen Aufschwung beitragen. Wir kennen unsere ArbeiterInnen und sind mindestens einmal im Jahr in Sri Lanka vor Ort.“

„Fairness, Nachhaltigkeit und Ästhetik?“ - für das InhaberInnen-Paar kein Widerspruch. Früher waren sie selbst als KundInnen verzweifelt auf der Suche nach fairer Mode, die gut aussieht. Heute schließen Ihre Stores diese Lücke im Ruhrgebiet. Die Geschäfte liegen bahnhofsnahe und sind auch für alle Umweltbewussten mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Native Souls ist immer einen Besuch wert.

Text: Allegra Isert

**III. Hagen 29, 45127 Essen und
Kortumstr. 117, 44787 Bochum
www.nativesouls.de**



Baby Träume

Erstausrüstung fürs Baby oder Kleidung für Kinder im Grundschulalter: In Essen-Frohnhausen findet man im Laden von Claudine Reinecke ein breites Sortiment – alles ist ökologisch natürlich schön.

Foto: Baby Träume



__Die Inhaberin Claudine blickt auf über 20 Jahre Unternehmensgeschichte zurück. Persönliche Überzeugung und großes Interesse an der Materie haben damals, Ende der 1990er Jahre, den Grundstein für ihr Geschäft gelegt. Viele Jahre, in denen Claudine und ihr Team umfangreiche Fachkenntnisse zu Produkten, Materialeigenschaften und Zertifizierungsprozessen erworben haben. Diese Expertise ist gefragt: Rückmeldungen von KundInnen und Erfahrungen aus dem Umgang mit Produkten gibt sie direkt an Hersteller und Lieferanten weiter, mit denen zum Teil ein enger Kontakt besteht.

Textilien und Bekleidung, die bei Baby Träume zu finden sind, stammen fast zu 100 % aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA) oder biologischer Tierhaltung (kbT). Neben Kleidung findet man bei Baby Träume auch Tragehilfen, Kinderwagen, Bettwaren und Spielzeug. Und weil das Team so fachkundig ist, gibt es immer, wenn die KundInnen es wünschen, eine ausführliche Beratung zu den Produkten.

Das Geschäft ist bunt, gut sortiert und übersichtlich aufgebaut. Ein weiterer Pluspunkt: Sowohl mit dem öffentlichen Nahverkehr als auch mit dem Fahrrad oder dem Auto ist es gut zu erreichen. Wer nicht persönlich in Essen vorbeikommt, kann viele Artikel aus dem umfangreichen Sortiment über den Online-Shop erwerben.

Text: Catharina Obernauer

**Frohnhauser Str. 432
45144 Essen
www.babytraeume.de**



Fotos: Instinct Sportswear

Instinct Sportswear

__Instinct Sportswear liebt zwei Dinge: Sport und die Natur. Deswegen wird die Kollektion aus Biobaumwolle gefertigt. Sport soll Spaß machen, die Herstellung der Kleidung arbeitnehmerfreundlich sein. Und so werden ausschließlich Stoffe aus Betrieben verwendet, die ihre MitarbeiterInnen fair entlohnen. Fairness ist nicht nur im Sport wichtig. Auch in der Industrie sollte es fair zu gehen. Um genau diese Fairness kontrollieren zu können, werden die Kleidungsstücke der Kollektion nur in Deutschland produziert. Außerdem werden in der Produktion die Abwässer geklärt. So kann jeder Sport treiben, ohne sich Gedanken über Schadstoffe in der Umwelt machen zu müssen. 2017 konnte Instinct Sportswear den GreenTec Award in der Kategorie Sport gewinnen, eine internationale Preisverleihung für die weltweit innovativsten Projekte in Sachen Umweltschutz und Green Lifestyle. Kleidung, die Spaß macht, ohne auf Kosten anderer produziert zu werden. Instinct Sportswear zeigt, dass Veränderung nicht weh tut und Nachhaltigkeit nicht Verzicht bedeuten muss.

Text: Felicitas Speis

**Bülser Straße 17,
45964 Gladbeck
www.instinct-sportswear.de**



Fotos: Grubenhelden

Grubenhelden

„Wir sind nicht verschnörkelt, wir sind nicht etepetete hier im Pott.“ Die Marke Grubenhelden will kein High Fashion Label sein. Vielmehr geht es um Emotionen, um Geschichten – und vor allem um den Bergbau.

__ Ehrlichkeit, Offenheit, Bodenständigkeit - Grubenhelden möchten mit ihrer Mode Werte vermitteln. Werte, die das Ruhrgebiet über Jahrzehnte geprägt haben. Und mit Kleidung kann die Marke eine perfekte Geschichte erzählen. Jedes einzelne Teil trägt hier seinen ganz eigenen Namen: T-Shirt Hugo beispielsweise wurde benannt nach der berühmten Zeche Hugo in Gelsenkirchen.

Matthias Bohm ist Gründer von Grubenhelden und wahrlich ein Kind des Ruhrgebiets. „Ich bin auf Kohle geboren“, sagt der 36-jährige. Am vierten Juni 2016 eröffnete er in Gladbeck seinen ersten eigenen Store - „Freiraum“ nennt

er ihn. Freiraum für das Label Grubenhelden. Er möchte, dass die Menschen ganz gezielt zu ihm kommen. Sein Herz schlägt für den Bergbau und das sieht man dem Geschäft auch an.

„Grubenhelden, das sind unsere Väter, Großväter, Onkel, Nachbarn.“ – Matthias Bohm

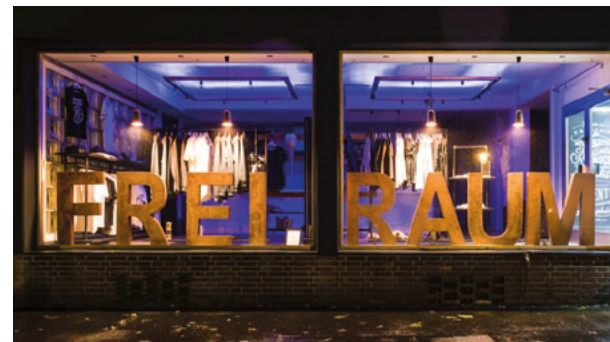
Die Marke möchte den Bergleuten ihren Respekt zollen. Vor allem denjenigen, die früher noch auf einem halben Meter mit Pickel und Eisen das schwarze Gold herausgeholt haben. 1200 Meter unter der Erde. Schwere Schufferei. Kein Tageslicht. Es sind Bergbau-Geschichten

die Matthias Bohm für seine Kollektionen inspirieren. „Ob im T-Shirt, Hoodie oder in der Cap, der Stoff, aus dem Geschichten sind, ist überall präsent.“ Denn in jedem Kleidungsstück wird ein Stück aus einem original Grubenhemd verarbeitet. Zahllose Unikate. Sogar eine eigene Waschung wurde hergestellt, um einen Kohle-Effekt zu erzeugen. Schwarz, Weiß, Grau - das beschreibt die Farbenwelt der Kollektionen. Denn so sieht es unter der Erde aus.

Das Lieblingsstück des Gründers ist der Zipper an den Hoodies - irgendwie unspektakulär. Meint man zuerst. Doch als Zipper wurde eine

ohne den Bergbau würden wir nicht da sein, wo wir heutzutage sind.“ Grubenhelden als Ganzes soll authentisch sein und deshalb werden die Designs mitten in Europa gefertigt. Er produziert in Portugal. Alles ist aus 100 Prozent Baumwolle - unter Tage durfte nichts angezogen werden, was leicht entzündlich war.

Bevor die Kumpel 1200 Meter unter die Erde gingen, zogen sie sich in der Kauen um. Und dieses Bild sollen auch die LiebhaberInnen von Grubenhelden vor Augen haben. In der Mitte des Ladens steht eine Kauenbank. Wie früher hängen Kleidungsstücke an den Haken oder im Kauenkorb. Ein großes Wandbild visualisiert den Schacht, durch den sie herunterfahren.



Es ist besonders der Zusammenhalt unter den Kumpels, die Solidarität, die Matthias Bohm an dieser Zeit fasziniert. Auch wenn die letzte Zeche im Ruhrgebiet vor kurzem geschlossen wurde, auch wenn der Bergbau sich inzwischen zu einem großen Industriemuseum gewandelt hat: „Es ist die Pflicht unserer Generation, diese Werte zu bewahren und auch über die Gegenwart hinaus zu tragen.“

Text: Linda Gerolstein

Gruben-Marke nachgebaut, die früher jeder Bergmann hatte. Bevor er unter die Erde fuhr, wurde sie oben eingehängt. Dank einer Ziffer wusste dann jeder, wer gerade unten ist. Die Marke von Grubenhelden trägt die Nummer 306 - März 1906. Denn vor dem ersten Weltkrieg haben deutsche Kumpel aus dem Ruhrpott französischen geholfen. Für Matthias Bohm bedeutet das Ruhrgebiet Heimat. Und dieser möchte er etwas zurückgeben. Sein Ziel: Die Menschen zum Nachdenken bringen. „Ohne das Ruhrgebiet, ohne die Kohle,

**Maria-Theresien-Str. 1,
45964 Gladbeck**

**UNESCO Welterbe Zeche Zollverein
Gelsenkirchener Str. 181,
45309 Essen**

www.grubenhelden.de

Becker-Münch

And the winner is... Der lokale Preis der Agenda 21 der Stadt Recklinghausen wurde am 1. Februar 2019 an das Modegeschäft Becker-Münch verliehen. Damit werden die Schwestern Conni und Ina Münch für ihren Pioniergeist und ihr Engagement belohnt.

Die beiden Schwestern betreiben den ersten Fair Fashion Concept Store in Recklinghausen. Schon 2014 stellten sie ihre 2001 gegründete Damenmodenboutique auf öko-faire Mode um. Antrieb waren die großen Umwälzungen in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Die auf hochwertige Mode fokussierten Inhaberinnen waren schockiert, dass selbst anspruchsvolle Marken plötzlich in China produziert werden; Fast Fashion und Konsumwahn der KonsumentInnen wurden immer unerträglicher. Die einzige konsequente Handlungsoption war ein kompletter Wandel: Innerhalb eines Jahres stellten sie das Geschäft auf 100% öko-faire Mode um. So finden die Kundinnen heute in dem ca. 50 qm großen Geschäft ein buntes, sportliches Damenmodensortiment, von Nudie Jeans über Yogakleidung von Mandala bis zu GOTS-zertifizierten Regenjacken von LANGERCHEN. Auch kleinere ProduzentInnen wie z.B. das Strick-Label Ankleidefabrik aus Berlin oder die B.M.-company, die ihre Blusen in der eigenen Näherei in Herne produziert, finden sich hier.

Andere Artikel wie Schmuck und öko-fairer Tee, Schokolade, Honig und Brotbeutel ergänzen die Auswahl. Nachhaltigkeit zieht sich hierbei nicht nur durch das Warensortiment, auch bei der Ladeneinrichtung setzen die Schwestern auf Langlebigkeit: dem seit 20 Jahren genutzten

Möbiliar wurde mit einem Anstrich frischer Schwung verpasst, Dekoration wird nur aus gebrauchten Materialien gestaltet. Authentizität gehört für die Inhaberinnen zum Verkauf öko-fairer Mode dazu - so leben sie auch privat möglichst ökologisch und fahren täglich mit dem Fahrrad zum Ladenlokal.

Der Bewusstseinswandel spiegelt sich auch in den Interessen ihrer Kundschaft: Am Anfang waren die Inhaberinnen mit ihrem öko-faireren Modensortiment Exotinnen, jetzt findet dieses bei den Kundinnen immer größeren Zuspruch. Oft kommen Eltern auf Empfehlung ihrer Kinder in das Geschäft. Vor allem seit Greta Thunberg mit ihrem Schulstreik vor dem schwedischen Parlament internationale Aufmerksamkeit erlangt hat, hat sich auch das Interesse der Kundinnen nach öko-fairer Mode nochmals verstärkt. So hängt auch ein Plakat der jungen Klimaschützerin im Schaufenster. Wer eine Boutique sucht, in der öko-faire Mode mit Überzeugung für gesellschaftlichen Wandel verkauft wird, ist hier am richtigen Ort.

Text: Tatjana Krischik

Große Geldstraße 16
45657 Recklinghausen
www.becker-muench.de

Fotos: Claudia Weritz



Fairnica

Fair Fashion tragen, ohne sie kaufen zu müssen – das wünschte sich die Hernerin Nicola Henseler und gründete ein Start-Up zur Vermietung fair produzierter Kleidung. Denn für sie ist klar: „Die KonsumentInnen können sich nur anders verhalten, wenn es ein entsprechendes Angebot gibt.“

„Wir verbinden Capsule Wardrobe mit Fair Fashion, Sharing Economy und Second Hand“, erläutert Geschäftsführerin Nicola Henseler das innovative Konzept. Denn bei Fairnica wird Kleidung nicht verkauft, sondern als sogenannte „Kapsel“, eine Mini-Kollektion vermietet. Eine Kapsel beinhaltet fünf bis acht Kleidungsstücke, die mit Basics (schwarzer und blauer Jeans sowie schwarzem und weißem T-Shirt) zu garantiert mindestens 30 verschiedenen Outfits kombiniert werden können. Die Kapseln werden von verschiedenen Stylisten aus Bekleidung diverser Fair Fashion-Labels wie etwa Thokk-Thokk, Lanius, Lovjoi und Greenbomb individuell zusammengestellt. Zur Zeit gibt es drei verschiedene Damen-Kapseln (Gr. XS-XL) sowie eine für Herren (Gr. S-XL), im Herbst werden weitere hinzukommen.

Angefangen hatte alles mit Nicolas Blog www.fairnica.com, auf dem sie 2017 begann, über Nachhaltigkeitsthemen zu schreiben. Bald fokussierte sie sich auf Fair Fashion und hatte die Idee, monatlich eine Auswahl an Kleidungsstücken vorzustellen, die untereinander kombinierbar sind und aus denen einen Monat lang verschiedene Outfits kreiert werden können. Ihr Mann und einige Freunde schlossen sich dem Projekt an und die Bilder der Kapseln wurden auf dem Blog hochgeladen. Aus der Blog-Idee wurde ein Start-Up, als Fairnica im April 2018

den 4. Platz des Senkrechtstarter-Gründerwettbewerbs sowie den Nachhaltigkeitspreis der GLS-Bank gewann.

Besonders beliebt waren die Kapseln bisher, um sie mit auf Reisen zu nehmen. Daneben sind sie auch bestens geeignet, um verschiedene Fair Fashion-Labels kennenzulernen und die Kleidungsstücke im Warenwert von bis zu 600 Euro je Paket für einen Bruchteil des Preises ausprobieren zu können – also perfekt für diejenigen, denen Fair Fashion bisher immer zu teuer war.

Wer eine der Kapseln mieten möchte, kann seine Bestellung auf der Webseite aufgeben. Die Ware wird per Post verschickt, kann aber auch vor Ort in Herne abgeholt und zurückgebracht werden. Der Mietzeitraum beträgt zu Beginn wahlweise ein bis drei Monate und kann auf insgesamt maximal sechs Monate verlängert werden. Wer ein halbes Jahr für die Kapsel gezahlt hat, darf sie behalten.

Text: Merle-Marie Dornbracht

www.fairnica.com



Kong Island

Im Herzen von Bochum liegt die grüne Wohlfühloase Kong Island. Ob Kleidung, Schuhe oder Accessoires – hier gibt es alles, was das nachhaltige Modeherz begehrt.



Seit 2015 verkauft Andreas Schröter bei Kong Island ökologisch und fair produzierte Mode für Damen, Herren und Babys. Drei Jahre lang hat er sich mit Standortanalysen und Schulungen in Marketing und Wirtschaft auf die Eröffnung seines Geschäftes vorbereitet. Der ungewöhnliche Name Kong Island war schnell gefunden: Die vom Aussterben bedrohten Berggorillas waren die Tiere, die ihn zum bewussten Lebensstil gebracht haben.

Transparenz ist hier das oberste Gebot. Alles ist zu 100 Prozent vegan und mit nachhaltigen Siegeln wie GOTS, OEKO-Tex und Fairtrade zertifiziert. Ökologische Herstellung und soziale Arbeitsbedingungen sind für Inhaber Andreas Schröter selbstverständlich. Seine Ware kennt er ganz genau: Umfassendes Hintergrundwissen und lebendig erzählte Anekdoten von seinen Reisen in die Produktionsländer machen den Einkauf zum Erlebnis.

„Alles hat seinen Wert!“ - Andreas Schröter

In tropischer Atmosphäre bietet Kong Island neben der Eigenmarke Kong viele bekannte Fair Fashion Labels an. Darunter Bleed, Feuervogel, GreenBomb, Geniestreich und Degree Clothing. Ein friedlicher Berggorilla wacht vom Bild an der Wand über die Verkaufsfläche. Von sportlicher über klassische bis hin zu schicker Mode ist da für jeden etwas dabei. Ein besonderes Highlight: Kong Island ist einer von wenigen Fair Fashion Stores, der auch Übergrößen anbietet. Auch bei der Einrichtung des Shops wurde viel

Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Kleiderstangen, Tische und Regale sind aus recycelten Materialien gefertigt oder wurden upgecycelt. Selbst die Kassensbons werden auf schadstofffreiem Recyclingpapier gedruckt und die Einkaufsstützen können sich in Wasser vollständig auflösen.

„Der Laden ist Ausdruck meiner Philosophie“: Andreas Schröter beschäftigt sich leidenschaftlich mit dem nachhaltigen Lebensstil. Wenn er nicht gerade im Laden verkauft oder auf den Messen nach Fair Fashion Trends Ausschau hält, reist er durch Deutschland und hält Vorträge über öko-faire Mode in Schulen und Universitäten. Fast Fashion gibt es überall zu kaufen – laut Schröter wird die Nachfrage irgendwann stagnieren. Der Fair Fashion Markt hingegen wächst langsam aber stetig. „Mit Kong Island haben wir ein nachhaltiges Modell auf die Beine gestellt, das auch in Zukunft weiter funktionieren wird“.

Text & Foto: Lara Grobosch & Danica Jovanovic

Hellweg 2
44787 Bochum
www.kong-island.de



Fotos: Jörg Flor

Susa Flor

Mode als etwas Schönes und Individuelles zu begreifen, ist das Motto des Labels. Das zeigt sich nicht nur in der Arbeitsweise, sondern auch im Stil der Designerin.

„Susa Flor, deren Label genauso heißt wie sie selbst, ist ausgebildete Damenschneiderin und studierte an der Düsseldorfer Designschule Schloss Eller Modedesign. Ihre Sichtweise auf die Mode hat sich im Laufe ihres Lebens grundlegend gewandelt. Bei ihren früheren Aufenthalten in Modemetropolen, unter anderem in Paris, nahm sie Mode als Selbstverständlichkeit wahr. Erst später wurde Susa nachhaltiges und umweltfreundliches Handeln zunehmend wichtig. In der textilen Wertschöpfungskette sollten alle Teilhabenden, vom Produzenten bis zum Konsumenten, denselben Stellenwert und Respekt genießen können. Deshalb versteht die Designerin Mode als Band, das die Menschen gleichberechtigt miteinander verknüpfen sollte.

Das junge Modelabel hat sich seit seiner Gründung auf die regionale Fertigung spezialisiert. Jedes Teil wird im Bochumer Atelier designed und nach höchsten Qualitätsmaßstäben in einer lokalen Manufaktur im Ruhrgebiet gefertigt. So werden die Transportwege bewusst kurz gehalten und durch regelmäßige Besuche vor Ort ist der Kontakt zu den Produzenten eng und vertraut.

Ihre Kollektionen bauen aufeinander auf. In jeder neuen Produktion gibt es drei bis vier Teile, die mit den Designs vorheriger Kollektionen kombinierbar sind. Auch das ist ein Beitrag nachhaltigen Designs. KonsumentInnen können durch die Arbeit der Designerin Verantwortung

für den eigenen Konsum übernehmen, die sich bis in den durchdachten Kleiderschrank fortsetzt. So richtet sich auch ihre ästhetische Linie nach der Strategie von Einfachheit und Vielseitigkeit. Das Sortiment bietet Kollektionen im femininen, lässigen Stil an. Susa Flor möchte Frauen bequem einkleiden und nicht einengen. Ihre Mode unterstreicht, dass Frauen selbstbewusst und frei agieren dürfen.

Verwendet werden nur Materialien und Stoffe, die organisch, fair und nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert sind. Materialien wie Hanf sind sportlich elegant verarbeitet. Die Designerin zeigt damit, dass sich Mode und Nachhaltigkeit auch ästhetisch gut miteinander vereinen lassen, ohne dass sie gleich dem nächsten Trend zum Opfer fallen müssen.

Noch ist das Bochumer Label exklusiv und die Modelle sind limitiert. Zu kaufen sind Ihre Kollektionen auf Anfrage über die Internetseite der Designerin. In der Zukunft möchte sich das junge Label am Markt etablieren und in kleiner und fairer Produktion Basisteile in Serie fertigen lassen.

Text: Carolina Abalos

Graffing 43
44795 Bochum
www.susaflo.de



Foto: Kleine Helden

Kleine Helden

Für die Kleinen nur das Beste – das ist das Credo der Gründerin Danijela Milicevic. In der Bochumer Brückstraße hat sie eine Anlaufstelle für nachhaltige Kinder- und Babymode geschaffen.

„Der Concept Store wurde 2012 von Danijela Milicevic gegründet. Von Beginn an hat sich die gelernte Reisekauffrau auf natürliche und nachhaltige Green Fashion für Babys und Kinder spezialisiert. Auch schadstofffreie Spielsachen, Accessoires und sorgfältig ausgesuchte Geschenkartikel finden sich im Sortiment.“

„Mit Nachhaltigkeit verbinde ich Reinheit“, erzählt die Inhaberin. Auf eine ökologische Fertigung sowie schadstofffreie Materialien legt sie besonderen Wert. Qualität hat in der Firmenphilosophie von Kleine Helden höchste Priorität. Viele der Artikel kommen aus deutscher oder europäischer Produktion. Sie eignen sich für sensible Baby- und Kinderhaut, denn die Materialien sind laut Herstellerangaben frei von Pestiziden und Chemie. Die Inhaberin verfolgt damit ein ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept.

Das Sortiment des Ladens umfasst Marken wie Disana, Cosilana, Engel Natur, Loud and Proud, Maxomorra, Frugi, Reiff Strick sowie Pickupooch und die Marken von Green Cotton. Besonderen Wert legt Danijela auf ein beständiges Angebot an Kleidung aus Merinowolle und Wolle-Seiden-Gemisch: „Das empfehlen Hebammen sehr.“ Der Großteil der Labels in ihrem Sortiment ist zertifiziert, so garantieren die Fertigungsbetriebe den Marken hohe ökologische und faire Qualitätsstandards, wie z.B. der Global Organic Textile Standard (GOTS). Ihre Marken recherchiert die Inhaberin sorgfältig. Denn Transparenz innerhalb der textilen Wertschöpfungs-

ketten der ausgewählten Firmen ist für sie sehr wichtig: Was wo und wie produziert wird, woher die Fasern stammen, aus welcher Region oder wie es um die Arbeitsbedingungen der MitarbeiterInnen steht, kommuniziert sie ihren KundInnen. Besonders diejenigen, die sich auf dem Gebiet der ökofairen Mode noch nicht gut auskennen, freuen sich über Danijelas aufklärendes Engagement.

Das Sortiment bietet eine Kollektion aus zeitlosen, klassischen und nostalgischen Elementen. Aber auch aktuelle Designs und Modetrends halten Einzug in den Bochumer Concept Store. Zu finden sind sowohl farbenfrohe Labels mit Tiermotiven und Trendstücke in Pastelltönen als auch schlichte Basics in Unifarben. Die Produktpalette ist eine vielfältige Mischung, die sich nach Danijela Milicevics persönlichem Geschmack, der Nachfrage der KundInnen und dem besten Angebot richtet.

Geplant ist, Veranstaltungen in das Programm des Stores mit aufzunehmen. Der Inhaberin schweben hier zum Beispiel Kooperationen mit Hebammen und Trageberaterinnen vor. Der Austausch miteinander, davon ist Danijela Milicevic überzeugt, wird die KundInnen für ökologische und faire Themen noch weiter sensibilisieren.

Text: Carolina Abalos

Brückstraße 16
44787 Bochum
[www.facebook.com/Kleine-Helden-](https://www.facebook.com/Kleine-Helden-1500582513519386)
1500582513519386

Elsbeth & ich

Selber nähen und dabei nachhaltig handeln? In der Bochumer Innenstadt verbindet ein ganz besonderer Stoffladen Handwerk, Kreativität, Fairness und Ökologie.

Foto: Elsbeth & ich



„Elsbeth & ich scheint auf den ersten Blick ein liebevoll konzipierter Stoff- und Zutatenladen mit integriertem Nähatelier zu sein. Dahinter steckt jedoch mehr, nicht nur, weil hier ökologische produzierte Stoffe verkauft werden: „Hier kommen Generationen zusammen“, erzählt die Inhaberin Margarete Knebel-Sollmann. Sie führt das „Stoffflädchen“, wie sie es nennt, seit acht Jahren gemeinsam mit ihrer Tochter Charlotte. Aufgaben und Arbeitsbereiche sind voneinander getrennt, aber Entscheidungen werden zusammen getroffen. All dies scheint sich zu einem kreativen und integrativen Nachhaltigkeitskonzept zu vereinen.

Aus der Leidenschaft zum Nähen ist der Schritt zur Selbstständigkeit entstanden. Begonnen hat sie auf überschaubaren 40 Quadratmetern. Der damalige Laden lag unweit ihrer heutigen Stoffboutique. Die Chance, sich zu vergrößern, und die Idee, ein Nähatelier hinzuzufügen, kamen zufällig. Gezögert hat die Inhaberin damals

nicht: „Man muss warten und die Gelegenheit packen“. Nachhaltigkeit hat in der Firmenphilosophie von Beginn an höchste Priorität. Der Konzeptladen unterstützt regional ansässige Hilfsorganisationen: Menschen, die von dem Sozialsystem nicht aufgefangen werden konnten, nähen Einkaufsbeutel aus Bettwäsche und Tischdecken. Das hat nicht nur eine ökologische, sondern auch soziale Relevanz. Einkaufstüten werden aus Werbemagazinen gefaltet und die Versandware nur mit gebrauchten Kartonagen aus der Nachbarschaft verpackt. Um auch den Verschnitt so gering wie möglich zu halten, werden selbst kleinste Stoffreste weiter verwendet - daraus werden zum Beispiel kleine Taschen für Nähzubehör gefertigt.

Mutter und Tochter haben hohe Qualitätsansprüche. Es werden viele regionale, in Westfalen produzierte Stoffe angeboten. Zwar sind bislang nur 15 Prozent des Sortiments mit Siegeln wie z.B. GOTS versehen, doch

dieser Anteil soll zukünftig erweitert werden. Ökologische und faire Produktionen werden unterstützt, um damit auch kleine Unternehmen zu fördern. Geordert wird deshalb weltweit, aus Produktionsländern wie Japan, England und Frankreich. Es spricht für sie nichts dagegen, auch Tencel, Modal und Viskose, also Fasern auf Zellulosebasis zu führen. Doch ist es Margarete und Charlotte wichtig, nicht die üblichen Waren geringer Qualität aus Billiglohnländern anzubieten.

Zum Konzept zählt auch das sogenannte „Do It Yourself“-Nähatelier. „Nähen ist eine ganz nachhaltige Sache, weil man viel mehr Wertigkeit in die Ware legt, wenn sie selbst gemacht wird“, erzählt Inhaberin Margarete. „Es ist ein langsamer Prozess der Entstehung meines Kleidungsstücks.“ Daher kann man im Atelier des Ladens einen Nähplatz mieten und selbst ans Werk gehen; entweder selbstständig oder mit der Unterstützung ausgebildeter Schneider-

und Schnittdirektoren. Auch Nähkurse finden regelmäßig statt. Das Sortiment ist sowohl im Bochumer Store als auch über den eigenen Online-Shop verfügbar. Zukünftig soll die nächste Generation den Laden weiterführen, damit der Nachhaltigkeitsgedanke fortgeführt und das Konzept weiter ausgebaut werden kann.

Text: Carolina Abalos

Brückstr. 18
44787 Bochum
www.elsbethundich.de

Jungle Mode Ehrenfeld

Der Name des individualistischen, stilvollen Geschäfts ist Programm, denn es liegt im gleichnamigen Stadtteil Bochums, das sich seit einigen Jahren zum Szeneviertel gemausert hat. Für Inhaber Stanislaw Jablonski ist es untrennbar mit diesem verbunden.

2010 gehörte er zu den ersten, die sich mit ihren Geschäften in Ehrenfeld niederließen und das Viertel zum Leben erweckten. Zuvor hatte er über zehn Jahre als Designer und Schneider für das Geschäft Cha-Cha-Mode gearbeitet, das sich auf Mode der 50er und 70er Jahre spezialisiert hatte – entweder Second Hand oder im eigenen Atelier gefertigt. Bei der Zusammenstellung des Sortiments für das Jungle Mode Ehrenfeld waren ihm die unethischen Produktionsbedingungen der Neuware aus Südostasien von Anfang an ein Dorn im Auge. Auf den ersten fairen Designermessen begab er sich auf die Suche nach ethisch produzierenden Labels, und wurde schnell fündig. Besonders hat es ihm das Amsterdamer Label King Louie angetan, das mit Kleidung aus wild gemusterten Stoffen begeistert oder das Label Mademoiselle YéYé, das gekonnt den Style der 20er und 50er Jahre imitiert. Das Angebot fairer Mode für Frauen und Männer ist vielfältig, und auch an Übergrößen wird gedacht. Schuhe und Accessoires runden das Sortiment ab. Wer handgeschneiderte Hemden im Style der 1970er Jahre sucht, kann diese im Laden oder auch im Internet bestellen und für sich nähen lassen.

Der Laden ist von einer familiären, individuellen und kreativen Atmosphäre geprägt: Hier finden

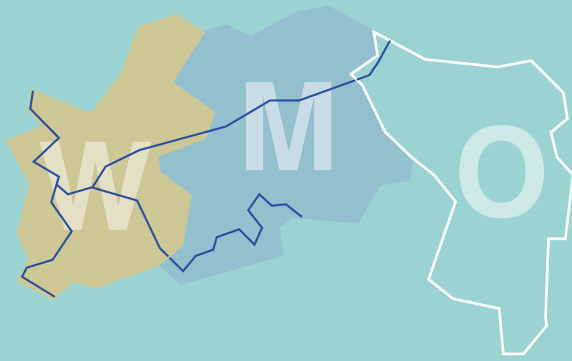
Vintage-Möbel im Art déco-Stil ihren Platz, die man teilweise auch kaufen kann. Im Schaufenster tragen originale Schaufensterpuppen aus den 1960er und 1970er Jahren die Mode. Die russische, rot gemusterte Wandtapete ist ein besonderer Eyecatcher. Stanislaw Jablonski legt Wert darauf, die Menschen, die seinen Laden besuchen, auch persönlich kennen zu lernen. Das Geschäft liegt am Hans-Ehrenberg-Platz, eingerahmt vom Eiscafé I AM LOVE und der Butterbrotbar. Das fröhliche Treiben vor der Ladentür gehört für Jablonski zu dem, was sein Geschäft ausmacht: Ein Ort, an dem nicht nur Kleidung verkauft wird, sondern der auch einen Treffpunkt für Menschen bietet, verbindet.

Auf die Frage, was Jungle Mode Ehrenfeld mit dem Geschäft Jungle Mode Bermuda in der Bochumer Innenstadt zu tun hat, findet sich schnell eine Antwort: Dieses gehört der Tochter, die dort ein Sortiment mit ihrem eigenen Stil anbietet.

Text: Tatjana Krischik

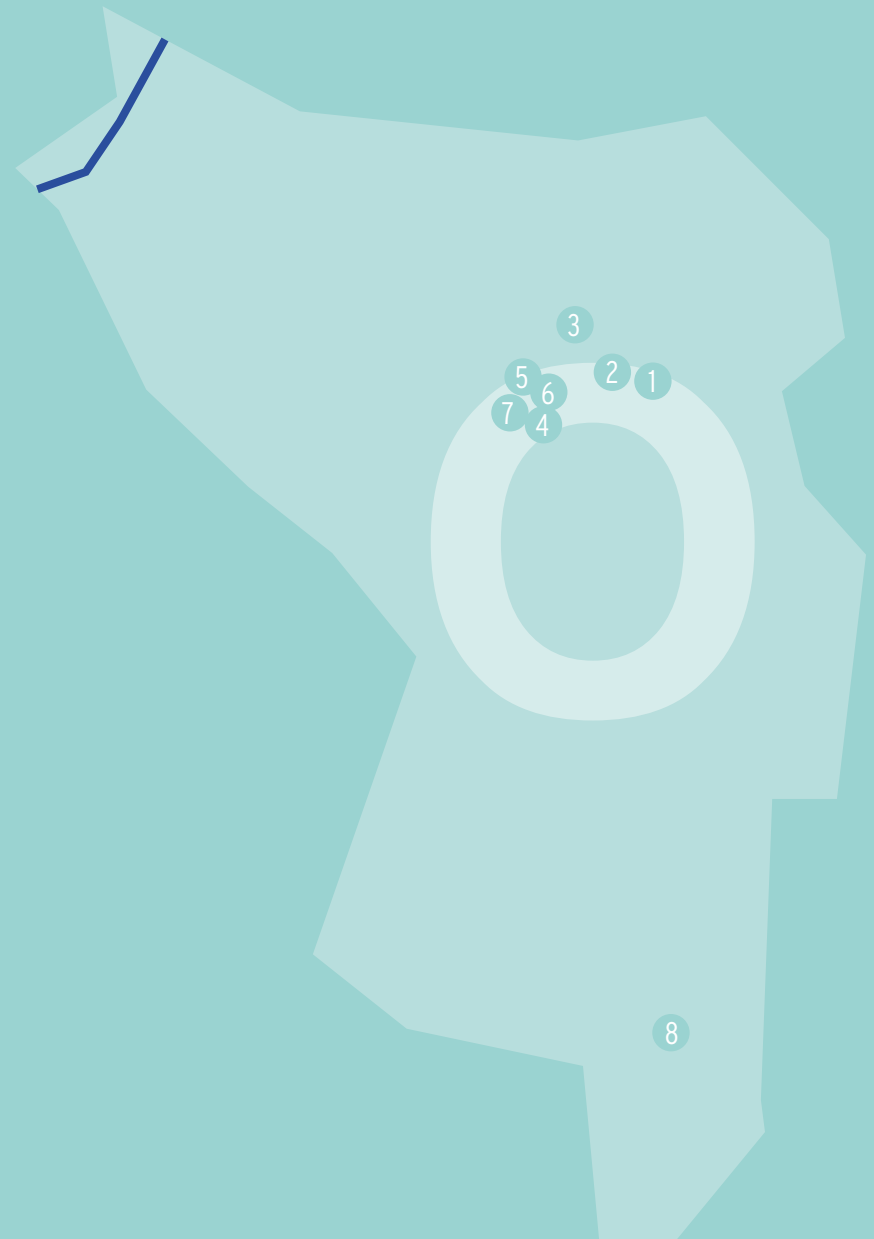
**Oskar-Hoffmann-Straße 2
44789 Bochum
de-de.facebook.com/jungleehrenfeld**





OST

- 1 - FairBleiben, Dortmund
- 2 - Hofius, Dortmund
- 3 - Rackerstube, Dortmund
- 4 - Frau Petzold, Dortmund
- 5 - U-Nikat, Dortmund
- 6 - Fruchtbare Erde, Dortmund
- 7 - Milio, Dortmund
- 8 - Onkel Jo sein Laden, Hagen
- 9 - Gefairt (mobil)



FairBleiben

Bambus, Hanf oder Eukalyptus – im Laden FairBleiben von Andrea von der Heydt gibt es fair gehandelte Kleidung und Accessoires aus ganz unterschiedlichen ökologischen Materialien.



Fotos: FairBleiben

__Im Schaufenster locken stylische Taschen, Rucksäcke und Portmonees die KundInnen ins Geschäft. Hell und großzügig erscheint der Concept Store im Heiligen Weg in Dortmund, wenn man ihn betritt. Links stehen ein Regal mit Basic-T-Shirts und einige Kleiderstangen mit Mode, die zu vielen Anlässen passt. Während unseres Besuchs kommen einige KundInnen nacheinander ins Geschäft, für die sich die Inhaberin jedes Mal Zeit nimmt und beratend zur Seite steht. Dabei sind die KundInnen für uns überraschenderweise oft noch sehr jung. Keine Seltenheit, denn laut Andrea von der Heydt finde der Laden Anklang bei einer breit gestreuten Zielgruppe. „Meine jüngste Kundin ist elf, meine älteste ist 75. Generell kommen Leute, die sich für Bio und Nachhaltigkeit interessieren.“ Auf ca. 130 Quadratmetern können diese aus einem großen Angebot von Damen- und Herrenkleidung von rund 30 verschiedenen Labels wählen. Dabei ist das Thema für Andrea von der Heydt eine Herzensangelegenheit. „Ich habe mich schon immer für Nachhaltigkeit interessiert und möchte zeigen, dass es auch anders geht als bei konventioneller Mode.“ Aus dieser Überzeugung heraus eröffnete die Inhaberin im Mai 2010 den Concept Store FairBleiben.

Die Ware der gelernten Schauwerbegestalterin ist zu 90 bis 100 Prozent für ihre ökologische und faire Herstellung zertifiziert. Nur manche Labels seien zu klein, um sich eine Zertifizierung leisten zu können, produzierten aber in Deutschland und achteten auf die Verwendung biologisch angebaute Baumwolle. So spiegelt ihr Sortiment die Vielfalt des öko-fairen Markts wider: von Bleed über Braintree, Good Society, Hempage, Knowledge Cotton Apparel über Nudie Jeans bis hin zu Komodo oder People Tree.

Reich werde man durch den Handel mit fairer Mode nicht, aber der Trend, faire und nachhaltige Mode zu kaufen, habe insgesamt zugenommen. Dass die Modeindustrie in Zukunft komplett auf fair und nachhaltig produzierte Ware umstellt, bezweifelt Andrea von der Heydt. Als KundInnen könne man allerdings auch schon viel bewirken, ohne sich gleich komplett in grüner Mode zu kleiden, denn auch der Kauf eines einzelnen Kleidungsstücks unterstütze den Concept Store und trage zu einem bewussteren Umgang mit Kleidung bei.

Text: Eliisa Väisänen, Anne-Mareike Keßler, Victoria Fabian



**Heiliger Weg 3-5
44135 Dortmund
www.fairbleiben.com**

Hofius

Mitten in Dortmund steht einer der größten öko-fairen Shops im Ruhrgebiet. Auf einer Verkaufsfläche von 260 Quadratmetern bietet Hofius ein Sortiment an hipper und hochwertiger Kleidung für die stilvolle Frau.

Ein Store, der vieles kann: Ein riesiges Modesortiment und ausgefallene Accessoires findet sich auf einer Verkaufsfläche, auf der man sich verlaufen kann. Der besondere Clou: Hofius verfügt über eine eigene Kreativabteilung. Hier findet der Bastelfreund alles, was sein gestalterisches Herz begehrt: vom Geschirr bis zum Geschenkpapier, vom einzelnen Knopf bis hin zum seltenen Wohnaccessoire. Insgesamt sind mehr als 13 Marken in dem Store vertreten. "Hofius" deckt den Großteil des Sortiments mit der Eigenmarke ab.

Von der Kindermode zur Frauenmode. Seit 25 Jahren setzt die Gründerin und Designerin Sabine Hofius-Dümer auf natürliche Materialien und intensive Farben. Als Mutter von drei Kindern entwickelte sie schnell ein persönliches Interesse an giftfreier Kleidung - und ganz besonders an Kinderkollektionen. Nach und nach interessierte sie sich ebenfalls für Frauenkleidung. Im Jahr 2000 gründete sie schließlich ihr eigenes Modelabel Hofius. Heute gehören zwei Stores zum Label in Deutschland: in Köln und Dortmund. Unter der Führung der ältesten Tochter Lena Dümer feiert das Label große Erfolge. Gute Qualität fällt nicht vom Himmel. "Die KundInnen kaufen die Ware nicht, weil Bio drauf

steht - vielmehr geht es um die Qualität", weiß Lena Dümer. Hofius setzt auf Langlebigkeit, Komfort, aber auch Pflege. Die Liebe zu natürlichen Materialien wird hier in den Vordergrund gestellt. Die Qualität resultiert aus dem eigenen Handwerk und der Produktion, für die das Label bekannt ist.

Die Kollektion wird zu 95 Prozent in Deutschland produziert. Die restlichen fünf Prozent der Kollektion werden in Europa hergestellt. Dabei wird besonders auf ökologische Tierhaltung geachtet. "Wir möchten, dass die Schafe ein lebenswertes Leben haben", so Hofius. Gemeinsam mit ihren Lieferanten schafft sie nachhaltige Produktionswege. In Dortmund werden Musterung sowie Zuschnitt der gesamten Produktion realisiert.

Zweimal im Jahr veranstaltet das Label eine Modenschau. Sie verschafft den Kundinnen einen ersten Eindruck über die neuen Kollektionen. Außerdem besteht die Möglichkeit, telefonisch oder vor Ort einen "Freundinnen Tag" zu vereinbaren. An dem können ihre Kundinnen ein paar Stunden im Laden verbringen, inklusive individueller Beratung, Getränke und Snacks.



Olpe 19
44135 Dortmund
www.hofius-mode.de



Rackerstube

Viel mehr als ein Laden: Die Rackerstube in der Dortmunder Nordstadt bietet nicht nur selbst produzierte Kinderkleidung an. Gleichzeitig eröffnet sie Jugendlichen neue Perspektiven.

„Das soziale Projekt wurde 2015 von der GrünBau GmbH und der dobeq GmbH ins Leben gerufen. Ziel der Rackerstube ist es, junge Erwachsene zu unterstützen, die auf dem regulären Bildungsweg mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatten. Chantal Baumann, Verkaufsleiterin und Schneidermeisterin, leitet die Jugendlichen in der Rackerstube an. „Die TeilnehmerInnen hatten es oft schwer im Leben und sollen hier den Anschluss wiederfinden. Sie lernen, wie ein normaler Arbeitsalltag abläuft, sollen hier wachsen, selbstständig werden und Verantwortung übernehmen“, erklärt sie. Ein normaler Arbeitsalltag beginnt für die insgesamt 17 Jugendlichen um 7:45 Uhr und endet um kurz nach 16:00 Uhr. Sie werden in allen Bereichen des Einzelhandels und der Produktion geschult: Die jungen Erwachsenen betreuen die KundInnen in Verkaufs- und Beratungsgesprächen, bedienen die Kasse, kümmern sich um die Inventur und stellen Bekleidung, Taschen und andere Produkte her. Für viele TeilnehmerInnen ist es das erste Mal, dass sie an einer Nähmaschine sitzen. Anfangs haben die Jugendlichen Berührungängste und trauen sich wenig zu. „Das geht jedoch schnell weg. Viele entwickeln dann eine richtige Leidenschaft und wollen sich später selbst eine Nähmaschine kaufen“, erzählt Chantal. Gefertigt werden unter anderem Lätzchen oder sogenannte Rackerpuppen, das Markenzeichen des Ladens. Auch Nähaufträge übernimmt die Rackerstube. Die Jugendlichen

fertigen nach Wunsch der KundInnen aus mitgebrachten Stoffen individuelle Kleidungsstücke und Accessoires an.

Neben den selbstgemachten Produkten finden sich im Sortiment auch Second-Hand-Artikel, die der Initiative meist gespendet werden. Gerne nimmt die Rackerstube nicht mehr gebrauchtes, aber gut erhaltenes Spielzeug und Kinderkleidung an. Gerade letztere könne man gut aus zweiter Hand kaufen, findet Chantal. Da Kleinkinder schnell wachsen, sind die Kleidungsstücke meist wenig getragen und gut erhalten. In der Rackerstube ist alles zu sehr günstigen Preisen erhältlich: Ein Lätzchen kostet gerade mal 1,50 Euro, eine Rackerpuppe 2,50 Euro. Erschwinglich will die Rackerstube für alle KundInnen sein: „Wir wollen Leuten, die weniger Einkommen haben, trotz allem eine Möglichkeit bieten, nachhaltig einzukaufen. Sie sollen lieber zu uns statt zu einer Billigmarke gehen, bei der sie die Kleidung vielleicht für denselben Preis, aber unter schlechteren Produktionsbedingungen bekommen.“

Text & Fotos: Jasmin Assadsolimani

Münsterstraße 103
44145 Dortmund
www.gruenbau-dortmund.de



Frau Petzold

„Herzlich Willkommen bei Frau Petzold“. Eine ruhige und sanfte Stimme erfüllt den Raum. An der Tür läutet eine Glocke - und schon glaubt man, man sei in Bullerbü. „Frau Petzold“ - eine kleine Boutique im Dortmunder Stadtteil Hombruch, eine Boutique mit Herz.

2012 gründete die ehemalige Kölnerin Ursula Petzold dieses Kleinod mitten in der Arbeiterstadt Dortmund. Schon in Köln hatte sie der Gedanke an nachhaltige Kleidung umgetrieben. Hier in Dortmund machte die Quereinsteigerin endlich Nägel mit Köpfen und eröffnete mit zwei Mitarbeitern ihre Boutique für öko-faire Mode. Der Name „Frau Petzold“ ist eine Gemeinschaftsidee der Familie: erst nach langen gemeinsamen Diskussionen entschied man sich dafür.

Die Philosophie des Stores ist, dass man wertschätzen sollte, was man Tag für Tag am Körper trägt. Für fünf Euro kann man halt kein T-Shirt aus einer fairen Produktion erstehen. Doch auch öko-faire Mode muss bezahlbar sein. Bei Frau Petzold gibt es Basic-T-Shirts ab 20 Euro.

Doch auch Mode spielt bei Frau Petzold eine wichtige Rolle: Ihre Boutique besteht nicht nur aus nachhaltiger Kleidung. „Mein Sortiment ist mit einem Kühlschrank zuhause vergleichbar, man versucht, viel Gutes zu haben. Jedoch hat man trotzdem irgendwie von allem etwas drin.“

Die Inhaberin verkauft in ihrer Boutique Kleidung, Taschen, Schuhe wie auch Schmuck und arbeitet mit circa 40 Marken auf ihrer Verkaufsfläche. Dazu gehören beispielsweise Skunkfunk und Lanjus - aber auch nicht nachhaltige Label

wie Drykorn. Für diese Marke kommen viele Kundinnen in ihre Boutique und deshalb möchte sie auf diese nicht verzichten.

Auch wenn nicht alle Artikel in der Boutique zertifizierte Nachhaltigkeit versprechen, die konsumkritische Kundin trifft hier auf viele Marken mit GOTS-Zertifikat. Dieses bedeutet, dass jedes Teil bis zum Knopf nachhaltig produziert ist und gleichzeitig fair hergestellt wurde. Bei vielen kleineren Anbietern übersteigt die Zertifizierung das Budget. Dazu gehört ein Schmucklabel, das ganz individuell gefertigte Stücke nur aus recyceltem Silber herstellt. Mit Boden und Theke aus warmem Holz und hellen Farben ist Frau Petzold der richtige Laden zum Stöbern, Staunen und Entdecken. „Herzlich Willkommen“.

Text & Foto: Ann-Christin Kopitz

Harkortstraße 57
44225 Dortmund
www.fraupetzold.de

U-Nikat

Eine Absage an die modische Dauerschleife von Fast Fashion bietet das Dortmunder Geschäft. Betritt man den Concept Store, findet man echte Unikate.

„In vielen handelsüblichen Bekleidungsge-
schäften ermüdet das Auge schnell: In x-facher
Ausführung hängt Gleiches neben Gleichem. So
stellt sich im Ergebnis ein Modesystem dar, das
auf Masse und Geschwindigkeit setzt, seriell pro-
duziert und Überhang mit einkalkuliert. Was nicht
verkauft wird, kommt entweder stark reduziert
in den Sale-Bereich oder wird vor Gebrauch Müll.
Im Dortmunder U-Nikat zeigt sich ein anderes
Bild, frei von optischen Déjà-Vus. Hier paart sich
viel Ungleiches und hängt als Ansammlung von
Einzelstücken nebeneinander. „Wir achten darauf,
dass die Dinge ihren eigenen Charakter haben“,
erklärt Markus Philipp, der den Laden zusammen
mit seiner Frau Janine seit zwei Jahren führt. Auf
große Marken werde verzichtet, man habe haupt-
sächlich kleine Labels im Sortiment, die sich
nicht per Mausclick im Internet bestellen lassen.
Markus hält zwei Blumenübertöpfe aus Papier
hoch und deutet auf eine kleine Unebenheit im
Material: „Wir suchen Lieferanten, die in kleinen
Stückzahlen produzieren und möglichst Unikate
herstellen. Jedes Teil soll ein bisschen anders
sein, weil es eben auch handgefertigt ist.“ Norm-
abweichungen gelten hier nicht als fehlerhaft
- im Gegenteil - sie sind Ausweis nicht-serieller
Produktion.

Bei U-Nikat findet man nahezu alles - von
Deko-Artikeln und Möbeln, über Bekleidung für
Kinder, Männer und Frauen bis hin zu Pflanzen

oder Küchenmessern. Neben dem Anspruch
auf Einzigartigkeit ist dem Unternehmen vor
allem die ökologische Vertretbarkeit seiner
Produkte wichtig. Upcycling ist den beiden ein
Anliegen. Die Textilien sind aus Biobaumwolle
hergestellt, fast alle mit Öko-Siegeln zertifiziert.
„Uns ist wichtig, dass die Hersteller, die bei uns
vertreten sind, ohne Pestizide und Schadstof-
fe und unter fairen Bedingungen arbeiten“,
erklärt Markus Philipp, der neben dem Geschäft
eine Textilverarbeitungsfirma besitzt, die auf
Textildrucke spezialisiert ist. Auch in seinem
Laden bedruckt er T-Shirts und Pullover mit
Dortmunder Lokalkolorit: Den Westpark, die
Möllerbrücke oder das Kreuzviertel kann man
mit den entsprechenden Koordinaten auf
der Brust tragen. Auch hier achtet er auf den
ökologischen Fußabdruck mit Druckfarben auf
Wasserbasis. Bei einem Kaffee oder Tee kommt
man schnell mit dem Inhaber ins Gespräch,
der gerne Hintergrundinformationen zu seinen
Produkten gibt, Geschichten zu den Dingen
erzählt oder über Dortmunder Eigenheiten und
politisches Weltgeschehen diskutiert.

Text + Fotos: Jasmin Assadsolimani

Kleine Beurhausstraße 3
44137 Dortmund
www.u-nikat.de





Foto: Fruchtbare Erde

Fruchtbare Erde

Wer erleben möchte, was aus einer fünfköpfigen Einkaufsgemeinschaft für Biolebensmittel werden kann, kommt bei dem Dortmunder Bio-Einkaufszentrum mit integrierter Boutique ins Staunen.

„Fruchtbare Erde wurde 1978 von fünf Frauen gegründet, zunächst als Einkaufsgemeinschaft, die zwei Räume im Waldorfkindergarten in Dortmund-Scharnhorst anmietete und einmal wöchentlich vorbestellte Ware an ihre Mitglieder verteilte. Die persönliche Motivation war, eine gesunde, regionale Versorgung mit Biolebensmitteln für die VerbraucherInnen, andererseits eine Absicherung der ErzeugerInnen zu gewährleisten. Aus der Einkaufsgemeinschaft ist heute eine GmbH mit einem Biosupermarkt im Stadtzentrum und einem 800 Quadratmeter großen Bio-Einkaufszentrum in Eichlinghofen nahe der Technischen Universität Dortmund geworden.

Schon in der Gründungszeit war den Betreiberinnen ökologische Kleidung genauso wichtig wie bewusste Ernährung. Die Bekleidungsindustrie war auch damals schon ökologisch und sozial problematisch, auch wenn das Thema noch nicht wie heute im öffentlichen Fokus stand. So wurden 1985 mit dem Umzug in das erste eigene Ladenlokal zunächst Strümpfe und Unterwäsche mit ins Sortiment aufgenommen, ab 2000 dann auch Oberbekleidung für Damen und Kinder.

tritt, kann in einem vielseitigen Modesortiment stöbern: Durch die Einbindung in das Bio-Center sind höchste ökologische und soziale Ansprüche selbstverständlich. Hier finden sich ausschließlich zertifizierte öko-faire Marken, von Armed Angels, Recolution über Lanius bis zu LANGERCHEN mit Siegeln wie GOTS, IVN Best, Fairtrade Cotton oder Fair Wear Foundation. Während für Männer der Fokus auf Jeans und Basics liegt, finden Damen ein Rundum-Angebot an Bekleidung und Wäsche, von sportlicher, legerer Freizeitkleidung bis zur schicken Businesskleidung. Öko-faire Kindermode von Disana, loud + proud und Fred's World bietet eine vielseitige Auswahl bis zu Buddelhosen und Regenschutz. Eine rundum ökologische Geschäftsführung ist selbstverständlich.

Die Boutique wird von den unterschiedlichsten KundInnen besucht. Der Wunsch nach tragbarer öko-fairer Mode ist über die Jahrzehnte immer größer geworden und wächst weiter, stellen die gestandenen Öko-PionierInnen mit ihrer 41-jährigen Erfahrung heute fest.

Text: Tatjana Krischik

**Stockumer Straße 412
44227 Dortmund
www.fruchtbare-erde.de**

Wer heute die 150 qm große, modern eingerichtete Modeboutique mit Wohlgefühlcharakter be-



Foto: Anja Arndt
für Milio Design



Fotos: Luis Götz für Milio Design



Milio

Eltern, Großeltern, Kinder und alle mit Freude am Selbstgenähten sind bei Milio an der richtigen Stelle, denn diese Freude teilt die Inhaberin Karin Götz gern mit ihren KundInnen.

Hier können sie nicht nur in einem Sortiment selbst geschneiderter Kinderkleidung stöbern, sondern auch in einer Auswahl an Stoffen, um dann selber zur Nadel zu greifen. Als das kleine Ladenlokal in der Schillingstraße im Dortmunder Kreuzviertel 2010 leer stand, ergriff die Architektin Karin Götz die Chance und hing ihren Bürojob an den Nagel, um das zu tun, was sie am liebsten tut: Kinderkleidung selber entwerfen und nähen. Ihre Kollektionen sind komplett von ihr selbst entworfen, und werden, mit der Unterstützung einer Aushilfe, auch von ihr selbst genäht. Anfängen hat sie mit Kindermützen, heute sind besonders "Michelmützen", die sie aus alten Damen-Jeans fertigt, und Mitwachshosen ein Renner. Diese haben durch extra lange Bündchen, die man krepeln kann, eine lange Lebensdauer. Seit ca. drei Jahren fertigt sie auch Damenmode, z.B. Basic-Shirts im Oversized Look oder Röcke, und gelegentlich Hosen oder Hoodies für Männer.

Mit ihren Designs aus eigener Herstellung hat Karin Götz Erfolg: Führte sie am Anfang noch einzelne öko-faire Marken als Ergänzung im Laden, stellte sich heraus, dass ihre eigene Kollektion am meisten gefragt war, die zugekaufte Ware wurde zum Ladenhüter. Das liegt auch daran, dass sie immer auf Kundenwünsche eingehen oder "just in time", dem Wetter angepasst, das produzieren kann, was gerade benötigt wird.

Aber nicht nur die ethische Produktion in Eigenverantwortung ist ihr wichtig, ebenso legt sie Wert auf ökologisch produzierte Stoffe: ein großer Teil davon ist GOTS zertifiziert oder aus Biobaumwolle.

Indem die Produktion im eigenen Atelier immer an die aktuelle Kundennachfrage angepasst wird, gibt es keine Überproduktion, die im schlimmsten Fall auf dem Müll landen würde. Karin Götz hat die Erfahrung gemacht, dass KundInnen ihre Ware bei ihr gern nochmal reparieren lassen, für einen Preis, für den sie beim Discounter eine neue Hose bekommen würden. Die selbst genähte und dadurch auch kostspieligere Kleidung erfährt eine besondere Wertschätzung.

Wer hier herkommt, hat ähnliche Motive: Vom 8-jährigen Mädchen, das anfängt zu nähen, über den Ehemann, der einen Gutschein für seine Frau kauft, bis hin zur 85-jährigen Oma, die eine Anzeige in der Zeitung gesehen hat und nun für ihre Enkel kauft. Milio regt alle zu einem bewussten Kleidungskonsum und ebenso zum Selberschneidern an.

Text: Tatjana Krischik

Schillingstraße 21
44139 Dortmund
www.milio-design.de

Onkel Jo sein Laden

Willkommen am südlichen Rand des Ruhrgebiets. Johannes Müller kombiniert Klamotten und Kulinarisches zu einer ganz besonderen Mischung. In seinem Laden verkauft er nachhaltig produzierte Mode - und rettet Lebensmittel vor der Tonne.



Fotos: Johannes Müller

„...Wat machst du denn hier, dat freut mich ja mega dich zu sehen!“, ruft Johannes Müller mit einem breiten Grinsen durch den Laden. Johannes Müller, von allen nur Jo genannt, ist Inhaber eines besonderen Mode-Stores mitten in der kleinen Ruhrgebiets-Stadt Hagen. Und weil wir nicht in Düsseldorf oder München sind, sondern im Pott, heißt sein Geschäft eben „Onkel Jo sein Laden“.

Ruhrpott trifft Skater-Coolness: „Onkel Jo sein Laden“ ist ein Wohlfühl-Geschäft, hier könnte man Nachmittage verbringen. Auf stolzen 150 Quadratmetern präsentiert Jo seine Produkte. Und die Palette reicht von Kleidung über Accessoires bis zum besonderen Lebensmittel. Alles vereint unter der Devise: Fair geht vor.

Johannes Müller verkauft nämlich ausschließlich nachhaltig produzierte Mode. Dafür stehen Marken wie Ethletic, Wunderwerk, Bleed und Komodo. Doch auch Newcomer-Marken werden hier unterstützt, Labels, die noch ganz am Anfang stehen wie wijld, Róka fair clothing, 2nd Liar oder auch wearethefuckingleaders. Alle angebotenen Kleidungsstücke verfügen über Zertifizierungen und Siegel wie zum Beispiel das Peta approved Vegan-Siegel oder das Fair Trade-Zertifikat wie auch das GOTS- und FSC-Siegel. Das ist die Philosophie von „Onkel Jo sein Laden“: Alle seine Produkte sollen nicht nur nachhaltig hergestellt werden - sondern auch unter akzeptablen sozialen Bedingungen.

Shopper macht bekanntlich hungrig: Und hier wird der/die ModeliebhaberIN gleich doppelt versorgt. Denn in „Onkel Jo sein Laden“ kann man nicht nur Mode kaufen, sondern bekommt auch Lebensmittel. Mit Hilfe von foodsharing.de hat Johannes Müller einen Fairteiler im Store aufgestellt: Hier kann man kostenlos Lebensmittel mitnehmen, die vorher von Foodsavern vor dem Wegschmeißen gerettet wurden. Man kann sich nur wundern, welche Leckerbissen in der Mülltonne gelandet wären.

Eine der zentralen Ideen im Nachhaltigkeits-Diskurs ist der Gedanke des Teilens, Sharing modern genannt. Und Sharing ist für Jo eben nicht nur eine kluge Idee: Alle zwei Monate bietet „Onkel Jo sein Laden“ einen vielbesuchten Klamottentausch an. Ganz unterschiedliche Menschen kommen hier zusammen, verkaufen Ungetragenes - und finden für den frei gewordenen Platz im Kleiderschrank auch gleich ein neues Lieblingsstück. Ideen brauchen Platz. Immer mehr Platz. So ist es nicht verwunderlich, dass „Onkel Jo sein Laden“ ein richtiger Treffpunkt geworden ist. Seit dem Umzug von der Mittelstraße in die Lange Straße hat sich die Fläche enorm vergrößert. Das Credo ist allerdings gleich geblieben: Nachhaltigkeit trifft Ruhrgebiet.

Text: Danica Jovanovic & Ann-Christin Kopitz

Lange Str. 24
58089 Hagen
onkeljoseinladen.jimdo.com
www.facebook.com/OnkelJo77

Mobil mit dem „Gefairt“

Kein fester Store, sondern ein fahrbarer Untersatz ist die Shopidee von Wiebke Nauber. Damit ist sie unterwegs und lässt sich einladen.



Foto: Das Gefairt

Wiebke Nauber ist eine Unternehmerin, die eigentlich gar nicht aus der Modebranche kommt. Die Theologin hat ursprünglich mit Kindern und Jugendlichen in der Kirche gearbeitet. Nichtsdestotrotz interessierte sich Wiebke Nauber schon immer für das Thema Nachhaltigkeit. Sie lebt nach der Devise: „Wer hofft oder glaubt, kann auch handeln.“ Deshalb handelt sie jetzt auch - und zwar mit fairer Kleidung.

Ihr Unternehmen gründete sie aus der Idee heraus, dass man faire Kleidung nicht nur online kaufen, sondern sie auch anfassen und angucken kann. Aus dieser Idee entstand dann im April 2017 „Das Gefairt“: Ihr reales Gefährt ist ein ehemaliges Paketzustellfahrzeug aus den Niederlanden, liebevoll umfunktioniert zu einem kleinen Laden. Damit geht sie auf Tour in die verschiedenen Städte, manchmal bleibt sie auch länger an einem „festen“ Standort.

Um die richtigen Standorte zu finden, schreibt Wiebke Nauber Städte oder Veranstaltungen an, die sich auf fairen Handel oder faire Mode konzentrieren und lässt sich einladen. Zum Beispiel vom Umweltmarkt in Neuss oder vor einigen Messen, die sich mit fairem Handel oder dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen. Auf der Website www.dasgefairt.de unter der Rubrik „Haltestellen“ kann man nachschauen, wo sie gerade mit Ihrem Gefairt unterwegs ist.

Wiebke Nauber verbindet mit dem Thema Nachhaltigkeit deutlich höhere Ansprüche als andere. Für sie ist es nicht nur fair, sondern auch nachhaltig, wenn etwas nicht auf die Kosten anderer Menschen produziert ist. Es hat für sie einen hohen Stellenwert, möglichst wenig zu konsumieren und dabei dann besonders auf die Qualität zu achten.

Der Schriftzug auf Ihrem Fahrzeug „Der Gerechtigkeit Frucht wird Friede sein“ stammt vom Propheten Jesaja und spricht ihr aus der Seele, da auch sie sich Frieden wünscht. Da, wo es gerecht zugehe, entstehe auch Frieden. Massenkonsum auf Kosten anderer widerspricht ihrem Standpunkt.

Wiebke Nauber hält absolut nichts von Fast Fashion und Billigmarken, das ist für sie an keiner Stelle sinnvoll. Daher lautet Ihre Unternehmensphilosophie:

„Faire Kleidung zu fairen Preisen.“

Für Wiebke Nauber steht an erster Stelle, dass das Produkt fair produziert ist. Mindestens ein Siegel haben alle Teile, wie z.B. das der Fairwear Foundation, Fairtrade oder GOTS. Sie kauft gerne Mode, in der Modal oder Tencel verwendet wurde: Baumwolle benötigt einfach viel zu viel Wasser beim Anbau. Eine andere Alternative ist Hanfkleidung. Die Jeans in ihrem Gefairt sind sogar vegan.

Fündig wird sie auf der Innatex, der internationalen Fachmesse für nachhaltige Textilien. Labels wie GoodSociety, Hempage, Greenbomb, Shepard's, Anno Stockholm, Tranquillo, Global Mamas, Madness und noch viele weitere finden den Weg in ihr mobiles Gefairt. Unterwegs in Sachen Nachhaltigkeit.

Text: Jil Blank & Caroline Dahl

www.dasgefairt.de

Nachgefragt: öko-faire Mode im Ruhrgebiet

100 Modegeschäfte in zwölf Städten des Ruhrgebiets führen ökologisch nachhaltige und/oder sozial produzierte Bekleidung. Zu diesem Ergebnis kam eine Befragung von Modegeschäften im Zeitraum Oktober 2018 bis März 2019.

Die Umfrage

Eines der Ziele der Umfrage war, zu ermitteln, wo und wie zahlreich sich ökologisch, fair oder in der EU15 produzierte Kleidung im Modeeinzelhandel des Ruhrgebiets kaufen lässt. Dieser Aufgabe stellten sich zwölf InterviewerInnen der Fairen Metropole Ruhr. Nach dem Vorbild der bisherigen BUY GOOD STUFF Ratgeber für Köln und Düsseldorf und des Bonner Einkaufsratgebers „Faire Mode Schöne Mode“ (von FEMNET e.V.) befragten sie 395 inhabergeführte Modegeschäfte in zwölf Städten bzw. Stadtvierteln.

Bei der Größe des Ruhrgebiets, mussten wir eine Auswahl treffen: Neben Dortmund, Essen und Bochum wurden Geschäfte in Duisburg, Dinslaken, Moers, Oberhausen, Mülheim, Herne, Recklinghausen, Hamm und Hagen in die Umfrage aufgenommen. In den kleineren Städten wurden nur Geschäfte in den Haupteinkaufszonen der Innenstädte befragt. Bei den größeren Städten konnten auch weitere Stadtviertel besucht werden. In den ausgewählten Vierteln wurden flächendeckend alle Geschäfte angesprochen, denn es sollten nicht nur die öko-fairen Geschäfte entdeckt werden, sondern alle ModehändlerInnen auf nachhaltige Alternativen zur kon-

ventionellen Bekleidungsproduktion aufmerksam gemacht werden. Darüber hinaus wurden von den KoordinatorInnen der Befragung die Zentralen von ca. 200 im Ruhrgebiet vertretenen Modeketten stellvertretend für deren über 700 Filialen in den ausgewählten Innenstädten und Einkaufszentren der Region angeschrieben.

Bei der Umfrage erkundigten wir uns nach Kleidung, die mit glaubwürdigen sozialen und/oder ökologischen Siegeln versehen ist (siehe Seiten 68-71 und 154-157), oder deren Produzenten einer vertrauenswürdigen Multistakeholder-Initiative angehören. Ferner fragten wir nach Produktionsstätten in Westeuropa (EU15) und vor Ort im Ruhrgebiet, bei denen die KonsumentInnen davon ausgehen können, dass die Arbeitsbedingungen anerkannte soziale Richtlinien erfüllen.

Nach dem Verständnis der Herausgeber ist Secondhandkleidung per se nachhaltig. Deshalb wurden diese Geschäfte nicht befragt. Sie sind aber in diesem Ratgeber gelistet. (siehe Seiten 186-191)

Von Szenevierteln und Pionieren

Aber auch in Essen-Rütten-scheid, der Essener Südstadt und in der Bochumer Innenstadt finden KundInnen ein breites Angebot an fair, ökologisch oder lokal produzierter Kleidung. Vom 100%ig öko-fairen Concept Store, der hippen Boutique mit einem öko-fairen Anteil oder bis zum kleinen Atelier, das mit Herzblut Bekleidung selber schneidert – hier findet sich alles.

Nicht nur in den angesagten Szenevierteln können KonsumentInnen öko-faire Bekleidung kaufen. Überall im Ruhrgebiet gibt es Pioniere, die faire und ökologische Mode auch in kleineren Städten oder

Der absolute Hot Spot der öko-fairen Bekleidungsszene im Ruhrgebiet ist das Kreuzviertel in Dortmund. Drei Viertel der dort ansässigen Bekleidungsgeschäfte führen ökologisch bzw. fair produzierte Kleidung oder stellen die Mode im eigenen Atelier her.

in Stadtteilen außerhalb der Zentren anbieten. Sei es, dass sie als Erste öko-faire Concept Stores in ihren Städten eröffnen oder dass sie in das Sortiment ihres Ladens, ob Boutique oder Sportgeschäft, erste öko-faire Marken integrieren. Wo öko-faire Concept Stores fehlen, sind es zum Teil die Weltläden, die faire Mode in ihr Angebot aufnehmen (z.B. Dinslaken, Duisburg). An anderen Orten sind es ModedesignerInnen, die mit der Gründung einer öko-fairen Marke oder der im eigenen Atelier produzierten Kleidung ein Statement für einen Wandel in der Bekleidungsproduktion setzen (z.B. in Duisburg oder Moers).

Wer Gutes tut, braucht Feedback – und Feedback inspiriert. So korrelieren auch im Bereich der öko-fairen Mode Angebot und Nachfrage: In den Szenevierteln und öko-fairen Concept Stores ist nicht nur das Angebot öko-fairer Mode am größten, hier erkundigen sich auch am häufigsten die KonsumentInnen nach den Herstellungsbedingungen der Kleidung.

Fragt nach!

Das Modeangebot in den Städten befindet sich in permanenter Veränderung: Immer wieder hörten wir von Modegeschäften, dass sie bald schließen werden. Der Online-Handel bedroht die Existenz des Einzelhandels in den Innenstädten und verursacht durch die Transportwege unnötige Umweltbelastungen.

Macht euch auf in die Innenstädte und besucht die Pioniere in den Einzelhandelsgeschäften. Neue öko-faire Concept Stores werden eröffnet, Boutiquen verändern ihr Angebot, sortieren Marken aus und nehmen neue hinzu. Nicht alle Geschäfte, die öko-faire Ware führen, haben an unserer Befragung teilgenommen.

Daher: Fragt nach in den Geschäften und macht Eure eigenen Entdeckungen!

Ergebnis: Boutiquen und Ateliers

Von den 395 inhabergeführten Bekleidungsgeschäften beantworteten 123 (31%) unsere Fragebögen. Davon gaben 100 Modegeschäfte des inhabergeführten Einzelhandels an, dass ihr Sortiment einen Anteil an fair, ökologisch, in Westeuropa oder im eigenen Atelier produzierter Bekleidung enthält (25%).

Zum Vergleich: 2017 waren es in Bonn 42% der inhabergeführten Geschäfte und 2017 in Köln 34%. Das Kundeninteresse im Ruhrgebiet ist noch zurückhaltend im Vergleich zu anderen Regionen: Während 2017 in Bonn 84% der Geschäfte eine steigende Nachfrage nach öko-fairer Bekleidung vermerkten und in Köln 2016 rund zwei Drittel (ca. 66%), gaben dies im Ruhrgebiet nur 55% der Geschäfte an. Folglich liegt das Ruhrgebiet zwar insgesamt hinter diesen Städten noch zurück, aber die Szeneviertel des Ruhrgebiets können mit den Szenevierteln von Köln und Bonn mithalten.

Insgesamt konnten wir 23 Concept Stores mit ausschließlich öko-fairer Bekleidung finden (in Bochum, Duisburg, Essen, Dortmund, Hagen und Recklinghausen), vier Weltläden

Den größten Anteil am öko-fairen Angebot machen 71 Geschäfte mit öko-fairer, meist mit öko-fairen Siegeln ausgezeichnete Kleidung aus (71%), gefolgt von 22 Ateliers (22%) und 7 Boutiquen mit in der EU produzierter Ware (7%). Außerdem stießen wir auf 83 Secondhandläden.

mit einem Bekleidungsangebot und 44 weitere Geschäfte, die einen Anteil öko-fairer Bekleidung führen. Von den 22 Ateliers setzen 14 Öko-Stoffe oder Upcycling-Ware ein.

Als Beleg für ökologische Produktion setzen die meisten Geschäfte auf das GOTS-Siegel (47 Mal), Biobaumwolle (42 Mal) und recycelte Materialien (33 Mal). Als ökologische Fasern werden auch immer mehr innovative Ökofasern wie Tencel eingesetzt. Als Nachweis für eine faire Produktion wurde am häufigsten die Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation (41 Mal), die Verwendung von Fair Trade Cotton (24 Mal) und die Produktion in Westeuropa (67 Mal) genannt.

Erfreulicherweise sind umfassende Siegel besonders stark vertreten: GOTS (Global Organic Textile Standard) nimmt die gesamte Lieferkette unter die ökologische Lupe. Die Fair Wear Foundation kontrolliert nicht nur die Arbeitsbedingungen in den Nähereien, sondern unterstützt die Modeunternehmen auch bei der Umstellung ihres Produktions-Managements und der Zusammenarbeit mit den Nähereien.

Ergebnis: Modefilialisten

Von den ca. 200 angefragten Filialunternehmen antworteten nur 14 (7%) auf unsere Befragung. Dabei handelt es sich um vier Kaufhaus-Ketten, Bekleidungshäuser und Multilabel-Filialisten (Kaufhof, Manufactum, Peek & Cloppenburg und Unterwegs) und zehn Modemarken (Blutgeschwister, Calida, Esprit, Eterna, H&M, Jack Wolfskin, Karin Glasmacher, Mammut, Tchibo, Ulla Popken). Von diesen konnten elf sowohl ökologische als auch faire Kriterien bei der angebotenen Bekleidung vorweisen. Eine Marke erfüllt nur ökologische Standards, eine andere wiederum nur soziale, eine weitere produziert unter fairen Bedingungen im Rheinland.

An unserer Befragung haben vor allem Ketten teilgenommen, die die von uns erfragten Siegel und Multistakeholder-Initiativen vorweisen können. Folglich führen 86% der befragten Ketten ein ökologisches Siegel wie z.B. GOTS, 50% tragen soziale Siegel oder sind Teil einer Multi-Stakeholder-Initiative, wie der Fair Wear Foundation.

Zertifizierungen helfen den zertifizierten Marken nicht nur, ethische Standards nach außen sichtbar zu machen, sondern auch die eigene Produktion nach ökologischen und/oder fairen Standards umzugestalten. Denn Siegel definieren, unter welchen Bedingungen Produktionsweisen als ökologisch oder fair zu bezeichnen sind, sie zertifizieren Zuliefererbetriebe, sie bieten Schulungen an und beraten.

Wie bei den inhabergeführten Geschäften lässt sich auch hier der positive Trend vermerken, dass Ketten nicht nur auf einen kleinen Anteil Biobaumwolle setzen, sondern diejenigen Siegel im Vordergrund stehen, die Umweltkriterien entlang der gesamten Produktionskette bewerten: Acht Mal ist das GOTS-Siegel und drei Mal das neue Siegel MADE IN GREEN by OEKO-Tex (nicht OEKO-Tex 100!) angegeben. (Made in Green nimmt im Gegensatz zum weit verbreiteten Siegel OEKOTEX 100, das nur die Schadstoffe im Endprodukt untersucht, wie GOTS die Produktionskette unter die Lupe.) Nur eine der Ketten setzt ausschließlich auf Biobaumwolle (kbA/OSC100) und recycelte Fasern, ohne weitere ökologische Standards entlang der Lieferkette.

Drei Marken streben durch ihre Mitgliedschaft bei der Fair Wear Foundation eine komplett faire Konfektion an. Zusätzlich führen alle vier Kauf- und Bekleidungshäuser Marken (vor allem Outdoor-Marken), die hier Mitglied sind. Drei Marken verweisen auf eigene Programme im sozialen Bereich, die allerdings nicht extern überprüft werden, sowie auf die Multistakeholder-Initiative BSCI/Amfori, die eher mangelhafte soziale Standards und Glaubwürdigkeit aufweist, so dass wir diese Indikatoren nicht als Nachweis für faire Produktion werten.

Text: Markus Heißler / Tatjana Krischik

Store-Register

Im Store-Register findet ihr alle Geschäfte, die auf unsere Umfrage geantwortet haben und die glaubwürdig fair und/oder ökologisch produzierte Mode anbieten. Auch wenn wir alle Geschäfte sorgfältig recherchiert haben, können wir nicht garantieren, dass auch in Zukunft alle Angaben stimmen werden.

Die Befragung wurde für Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Wäsche und Socken, durchgeführt. Geschäfte die ausschließlich Accessoires wie z.B. Mützen und Schals oder Taschen führen, wurden nicht berücksichtigt, ebensowenig Lederwaren und Schuhe.

Das Register der öko-fairen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte ist wie die Store-Portraits in die Bereiche West – Mitte – Ost des Ruhrgebiets sortiert, innerhalb dieser Kategorien nach den einzelnen Städten. Hier finden sich sowohl die 100% öko-fairen Concept Stores, konventionelle Geschäfte mit einem kleinen oder größeren Anteil fair, ökologisch oder in der EU15 produzierter Mode sowie Ateliers und kleine Label.

Daran schließt sich das Register der Modefilialisten an, die an der Befragung teilgenommen haben. Zu jeder einzelnen Modekette sind die Filialen in den verschiedenen Städten des Befragungsgebiets gelistet.

Im Label-Register finden sich öko-faire Labels aus dem Ruhrgebiet, die kein eigenes Ladenlokal führen, ihre Kleidung jedoch über einen Online-Store vertreiben.

Second-Hand-Geschäfte bieten grundsätzlich ebenfalls eine Variante des verantwortungsbewussten Konsums. Wir haben sie nicht befragt, sondern nach Städten sortiert.

Soziale Kriterien

Die Unternehmen haben mit Prozentzahlen den Anteil an fair produzierter Ware in ihrem Bekleidungssortiment selbst eingeschätzt. Entweder führt ein Geschäft Marken, die dies mit glaubwürdigen Siegeln belegen, oder das Geschäft oder die Labels überprüfen selber glaubhaft die fairen Arbeitsbedingungen ihrer LieferantInnen. In den EU15-Ländern oder von Ateliers produzierte Waren werten wir ebenfalls als fair, können dafür aber keine Gewähr leisten. Aufgrund der Komplexität der textilen Produktionskette betreffen sowohl die meisten Zertifizierungen als auch die Produktion in Ländern der EU15 und in Ateliers jeweils nur einen Produktionsschritt, z.B. die Baumwollproduktion oder die Konfektion (Schneiderei). Wir haben diejenigen Labels bzw. Ateliers als fair gewertet, die mindestens einen fairen Produktionsschritt bzw. ein faires Kriterium vorweisen können. Die Kriterien werden mit folgenden Symbolen wiedergegeben:



Das Fairtrade-Cotton Siegel garantiert faire Handels- und Arbeitsbedingungen im Baumwollanbau und kennzeichnet Kleidung aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle.

Schwache Multistakeholder-Initiativen wie die BSCI oder unternehmenseigene Verhaltenskodizes wurden bei der Befragung nicht als faires Kriterium akzeptiert.



Die Fairtrade-Textile-Production-Zertifizierung nimmt hingegen die Arbeitsbedingungen in der gesamten Produktionskette danach, von der Entkörnung bis hin zum Konfektionsbetrieb, unter die Lupe. Sie wird bisher erst von wenigen Marken genutzt. Bei beiden Zertifizierungen handelt es sich um Produktsiegel.

Manche kleinen Labels können sich Siegel nicht leisten, überprüfen aber glaubhaft selber die Produktionsbedingungen ihrer Ware, vor allem in der Konfektion. Dies haben wir als Kriterium für faire Produktion akzeptiert.



Modelabels, die Mitglied der Multistakeholder-Initiative Fair Wear Foundation sind, verpflichten sich, schrittweise die Arbeitsbedingungen in der Konfektion ihrer Kleidung zu verbessern. Es ist eine Art „Unternehmenssiegel“.



Bei einer Konfektion in Deutschland oder in EU15-Ländern (alle Mitgliedstaaten der EU vor der Ost-Erweiterung 2004) gelten strenge Arbeitsschutzregeln. Allerdings fallen auch in der EU15 vereinzelt Produktionsstätten mit ausbeuterischen Arbeitsverhältnissen auf (z.B. in Italien).



Ateliers oder Maßschneidereien fertigen Maßmode oder kleine Serien im eigenen Atelier oder in der Umgebung. Mit dem Kauf unterstützt man eine eigenverantwortliche und vermutlich faire Produktion, ohne dass dies eine Garantie bedeutet. Lokale Produktion hat zudem einen kulturellen Wert.

Wodurch kennzeichnen sich faire Arbeitsbedingungen?

Soziale Produktionsbedingungen werden anhand von Standards gemessen, die die International Labor Organization (ILO), eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, festgelegt hat. Diese ILO-Kernarbeitsnormen beruhen auf vier Grundprinzipien:

- > Beseitigung der Zwangsarbeit
- > Abschaffung der Kinderarbeit
- > Verbot der Diskriminierung
- > Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

Zu den wichtigsten Arbeitsgrundrechten zählen außerdem angemessene Arbeitszeiten, Arbeitsschutzmaßnahmen und rechtsverbindliche Arbeitsverhältnisse. Existenzsichernde Löhne sind ein weiteres wichtiges Kriterium für soziale Produktionsbedingungen, da die lokalen Mindestlöhne oft zu niedrig sind für ein menschenwürdiges Leben.

Ökologische Kriterien

Die Unternehmen haben mit Prozentzahlen den Anteil an ökologisch produzierter Ware in ihrem Bekleidungssortiment selbst eingeschätzt. Entweder führt das Geschäft Marken, die Kleidung mit den entsprechenden Siegeln vorweisen, oder das Geschäft oder die Labels können glaubhaft belegen, wie es häufig bei kleinen Labeln oder Ateliers vorkommt, dass ihre LieferantInnen ökologische Materialien verwenden, und diese teilweise auch nachhaltig weiterverarbeiten. Während die Zertifizierungen GOTS und IVN Best die gesamte Produktionskette umfassen, beziehen sich andere Siegel oder Kriterien nur auf einzelne Produktionsstufen, z.B. die Rohstoffherzeugung (z.B. Biobaumwolle). Die Kriterien werden mit folgenden Symbolen wiedergegeben:



Eine Zertifizierung mit dem GOTS (Global Organic Textile Standard) oder dem NATURTEXTIL IVN zertifiziert BEST-Siegel garantiert Naturfasern aus kontrolliert biologischem Anbau oder kontrolliert biologischer Tierhaltung, sowie die Einhaltung von Umweltkriterien während des gesamten Produktionsweges des Kleidungsstücks.



Eine OCS 100 (Organic Content Standard 100)-Zertifizierung hingegen garantiert allein den Einsatz von Biobaumwolle oder anderen zertifizierten ökologischen Naturfasern.



Der Responsible Down Standard kennzeichnet Daunenbekleidung, deren Federn unter Einhaltung verbindlicher Tierschutzstandards gewonnen wurden.



OEKO-TEX Made in Green zertifiziert schadstoffgeprüfte Textilprodukte, die bestimmte Grenzwerte nicht überschreiten, die umweltschonend und sozialverträglich produziert wurden. Dabei wird sowohl das Endprodukt als auch die gesamte Produktionskette unter die Lupe genommen - allerdings ohne die Rohstoffgewinnung: das heißt, das Zeichen steht z.B. NICHT für Biobaumwolle. Achtung! Nicht mit dem Standard Oekotex 100 verwechseln! Dieser überprüft nur den Schadstoffgehalt im Endprodukt, aber keine ökologische Produktionsweise.

Schwache Öko-Labels wie OEKO-TEX® Standard 100, BCI (Better Cotton Initiative) und bluesign® wurden bei der Befragung nicht als ökologisches Kriterium akzeptiert.



Mit der Cradle-to-Cradle-Zertifizierung soll ein Wirtschaftssystem ohne Abfall gefördert werden. Es kennzeichnet Produkte bzw. Kleidungsstücke, die ausschließlich aus Materialien bestehen, die wiederverwertet oder biologisch abgebaut werden können, d.h. die umweltsicher, gesundheitlich unbedenklich und kreislauffähig sind.



Kleidung aus recycelten Materialien, z.B. aus Baumwolle, Polyester und PET-Flaschen oder Upcycling-Mode aus Altkleidern schonen die natürlichen Ressourcen und sind daher ökologisch sinnvoll.



Die Verwendung von Naturfasern, die aus kontrolliert biologischem Anbau nach EG-Öko-Verordnung stammen, sowie Kleidung aus tierischen Fasern, die aus kontrolliert biologischer Tierhaltung nach EG-Öko-Verordnung stammen, schonen die Umwelt, das Tierwohl und unsere Gesundheit.

Kleinere faire oder ökologische Labels können oft nicht die Kosten für eine Zertifizierung wie GOTS tragen. Sie verwenden dennoch Baumwolle aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA) oder innovative Ökofasern wie Tencel oder Modal oder können durch den persönlichen Kontakt zu den Produzenten die ökologische Fasergewinnung und Weiterverarbeitung belegen. Dies haben wir als Kriterium für ökologische Produktion akzeptiert.

Was bedeutet kontrolliert biologischer Anbau (kbA)?

Verbot von genmanipuliertem Saatgut
Verbot von chemischem Dünger und Pflanzenschutzmitteln
Verbot von künstlicher Bewässerung
Anbau in Mischkultur und Fruchtfolge
Ernte ohne Entlaubungsmittel

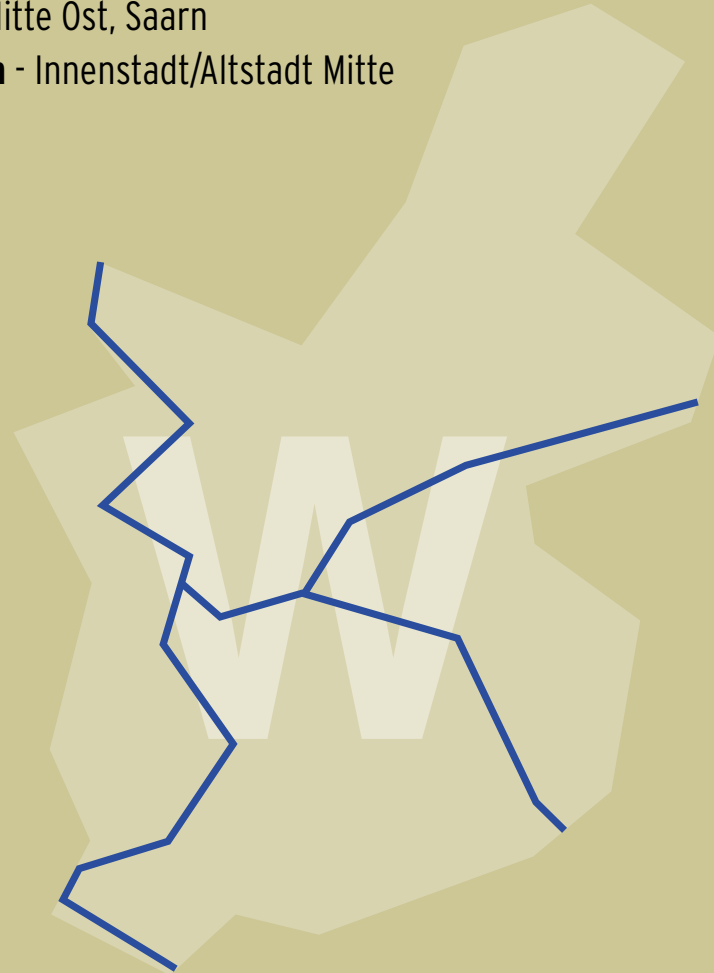
Was bedeutet kontrolliert biologische Tierhaltung (kbT)?

Artgerechte Haltung, große, helle und belüftete Ställe und ausreichende Bewegungsfreiheit für die Tiere, stressreduzierter Transport der Tiere, Verbot von gentechnisch-veränderten Pflanzen als Futter und von Antibiotika zu Vorbeugezwecken

100% fair

100% öko

Die Anteile fair bzw. ökologisch produzierter Mode am Bekleidungs-sortiment eines Geschäfts werden jeweils in einem blauen (fair) und einem grünen (ökologisch) Balken in Prozentzahlen in folgenden Schritten angegeben; von 0%, <10%, <25%, <50%, >50%, >75% bis zu 100%.

WEST**Dinslaken** - Innenstadt**Duisburg** - Altstadt, Dellviertel, Neudorf**Moers** - Mitte**Mülheim** - Mitte Ost, Saarn**Oberhausen** - Innenstadt/Altstadt Mitte**ANNETTE MAYER MODEN**

Dinslaken / Neustraße 30
www.mode-mayer.de

Damenmode, mit Di-Strick ein Label, das in
 Deutschland produziert

<25% EU15

**TEN HAVE**

Dinslaken / Neutorplatz 14 / Sterkrader Straße 242
Voerde / Bahnhofstraße 54 & 56
www.ten-have.de

Damen- und Herrenmode, darunter öko-faire Labels
 wie Armedangels, Dunque und Ragwear

<10% fair

<10% öko



OEKO-TEX®
 CONFIDENCE IN TEXTILES
 MADE IN GREEN

EINE WELT LADEN DINSLAKEN

Dinslaken / Duisburger Str. 43
www.eineweltladen-dinslaken.de

Damen- und Herrenmode der Fairhandels-Marke
 Nepalaya (WFTO-Mitglied)

100% fair

FELLER

Dinslaken / Altmarkt 1
Duisburg / Hamborner Altmarkt 6

Damen- und Herrenmode, darunter die Label Eterna
 und Gardeur

<10% fair

<25% öko



OEKO-TEX®
 CONFIDENCE IN TEXTILES
 MADE IN GREEN

Tipp: auf www.buygoodstuff.de findet
 ihr künftig eine interaktive Shopping-
 Map mit allen hier gelisteten Stores!

AV CONCEPT STORE

Duisburg / Kuhlenwall 20
www.arsvivendi-shop.de

Damen- und Herrenmode des Duisburger Labels
esthétique

100% fair 100% öko



ROCKABILLY MODE/HERZKLEID

Duisburg / Friedrich-Wilhelm-Straße 77-79
www.rockabillymode.de

Damen- und Kinderkleider im Stil der 50er Jahre, in
Handarbeit gefertigt, auch Hochzeitskleider

100% fair



AT-ELIER

Duisburg / Ludgeriplatz 25
www.at-atelier.de

Designer-Damenmode, teilweise aus Stoffüberschüs-
sen, Produktionsmenge entsprechend der Nachfrage

100% fair <10% öko



RÓKA FAIR CLOTHING

Duisburg / Gneisenaustraße 102
roka-fairclothing.com

Öko-faire Basics für Damen, Herren und Kinder, in
der hauseigenen Siebdruckwerkstatt veredelt

100% fair 100% öko



ANFENGER

Moers / Friedrichstraße 14
www.anfenger.com

Label aus Moers, Kaschmir-Pullis und T-Shirts für
Damen und Herren, 100% made in Germany

100% fair <25% öko



PETIT HENRY

Moers / Neustraße 29

Langlebige Herrenmode, teilweise in der EU15
produziert

>50% EU15



DI FRANCESCO MARCHIONNA

Moers / Couture im Haus am Park, Meerstrasse 11
www.schneidereinachmass.de

Maßschneiderei und Maßkonfektion für Damen und
Herren, Kaschmirmode, Farb-/Stilberatung, Nähkurse

100% fair



SCHNEIDER ATELIER LINA DI

Moers / Hanns-Dieter-Hüsch-Platz 16
www.schneiderei-moers.de

Maßschneiderei für Damenmode

100% fair



KORREKT MODE GMBH

Duisburg / Obermauerstraße 1
www.facebook.com/korrekt.streetwear

Streetwear für Damen und Herren, darunter Labels
wie Iriedaily und Kleidung mit Biobaumwolle

<25% fair <25% öko



WELTLADEN DUISBURG

Duisburg / Koloniestraße 92
www.weltladen-duisburg.de

Damenmode von anerkannten Fairhandels-Liefe-
ranten (und von Lana-Organic)

100% fair >75% öko



HEINZE UND MICHELBRING

Moers / Steinstraße 22

Damenmode, darunter die Label ftc Cashmere, Marc
Cain, peserico, Closed

>50% EU15 <10% öko



SECONRELLA

Moers / Kirchstraße 28
www.seconrella.de / www.hudhud-couture.de

Vintage-Mode für Damen und Herren: ob Second Hand,
maßgeschneidert von eigenen Label Schirman, oder
aus Upcycling-Materialien konfektioniert von HudHud

100% fair >75% öko



MODEWERKSTATT NOWAK

Mülheim / Auerstraße 8
www.modewerkstatt-nowak.de

Maßschneiderei und Konfektion von Business-, Freizeit-, Abend- und Hochzeitsmode für Damen, teilweise aus GOTS zertifizierten Stoffen

100% fair <25% öko



WELTLADEN MÜLHEIM

Mülheim / Kaiserrstraße 8
www.weltlaeden.de/muelheim

Damenmode von Lana, in Kooperation mit dem Geschäft Kleiderswerth aus Düsseldorf

100% fair 100% öko



HOSTEL & GRETEL

Oberhausen / Essener Straße 259
www-in-hostel-veritas.de

Geschäft im In Hostel Veritas; Damen- und Herrenmode, Schuhe und Schmuck, darunter die öko-fairen Marken Amov, Derbe und Pott People

<50% fair <50% öko



SPORT BEHNERT

Oberhausen / Marktstraße 116
www.sportbehnert.de

Sport- und Outdoor-Mode, auch die fairen Marken Odlo, VAUDE, Schöffel und Deuter

<10% fair <10% öko



SPORT WONSYLD

Oberhausen / Stöckmannstraße 84
www.sport-wonsyld.de

Sport- und Outdoor-Mode, auch öko-faire Marken wie Mufflon, Deuter, Odlo, Stanley/Stella, VAUDE, etc.

<50% fair <50% öko



NEUGIERIG AUF MEHR?

Das Label-Portrait des Duisburger Projekts esthétique findet ihr auf Seite 82-84.



Foto: esthétique, WfbM

MITTE

Bochum - Innenstadt, Ehrenfeld, Linden, Weitmar, Wiemelhausen

Essen - City, Fronhausen, Holsterhausen, Kettwig, Rüttenscheid, Stadtwald, Süd, Südost

Herne - Mitte

Recklinghausen - Innenstadt

AURELIA H.

Bochum-Innenstadt / Hellweg 2
Castrop-Rauxel / Am Stadtgarten 4
www.aureliah.de

Damenmode, teilweise made in der EU, darunter die Bochumer Designerin Claudia Schütter

<50% fair



BOLD

Bochum-Innenstadt / Hunscheidtstraße 146
www.shop.beebybill.de

Damen- und Kindermode, Accessoires und Wohnaccessoires, öko-faire Marken wie Armedangels

<50% fair

<50% öko



BEE

Bochum-Ehrenfeld / Hunscheidtstraße 146
www.shop.beebybill.de

Herz des Labels BeebyBill, außerdem weitere Modemarken für Damen, Herren und Kinder

100% fair

<10% öko



BOUTIQUE LATINA

Bochum-Innenstadt / Schützenbahn 15
www.boutique-latina.de

Damenmode mit lateinamerikanischem Touch, teils aus Frankreich und Italien, teils aus Kolumbien

>50% EU15



BIENENKÖRBCHEIN

Bochum-Linden / Hattinger Straße 770
de-de.facebook.com/VisaVisbyBK/

Damenmode, darunter mehrere Labels, die in Deutschland produzieren

>50% EU15

<25% öko



DESIGN+HANDWERK DICKERHOFF

Bochum-Innenstadt / Bleichstraße 10
www.design-handwerk-dickerhoff.de

Damenmode, Accessoires und Wohnaccessoires von handwerklicher Qualität, öko-faire Marken wie Lanus und Thought

>50% EU15

>50% öko



EISKIRCH

Bochum-Weitmar / Hattinger Str. 37 / Markstr. 414
www.eiskirch.com

Damen- und Herrenmode, darunter zertifiziert fair oder in der EU15 produzierende Marken wie Van Laack, Espresso und Glücksstern

>50% fair

<10% öko



EISKIRCH ATELIER

Bochum-Innenstadt / Luisenstraße 12
www.eiskirch-atelier.com

Damen- und Herrenboutique plus Maßatelier. Die Maßkleidung wird in ausgewählten Manufakturen in Belgien, Frankreich und Rumänien produziert

>75% fair

<10% öko



ELSBETH UND ICH

Bochum-Innenstadt / Brückstraße 18
www.elsbethundich.de

Stoffgeschäft mit Atelier für Damen- und Kindermode, außerdem Nähkurse und ein Nähcafé

100% fair

<25% öko



FELDKAMP LIVING & MORE

Bochum-Linden / Hattinger Straße 824
www.livingetmore.de

Concept Store mit Damenmode, z.T. in der EU produziert, Bio-Kaschmir Label Friendly Hunting

>50% EU15

<25% öko



GLÜCKSKIND - DÄNISCHE MODE

Bochum-Wiemelhausen / Markstr. 315
www.glueckskind-bochum.de

Damenmode vor allem von skandinavischen Labels, auch große Größen (bis 52), z.T. in der EU produziert

>75% fair

<10% öko



JUNGLE MODE BERMUDA (1+2)

Bochum-Innenstadt / Brüderstr. 6
www.jungle-bochum.de

Damenmode, darunter faire Labels wie Blutschwister und die Öko-Linie des Labels Ichi

<50% fair

<25% öko



JUNGLE MODE EHRENFELD (3)

Bochum-Ehrenfeld / Oskar-Hoffmann-Straße 2
de-de.facebook.com/jungleehrenfeld

Damen und Herrenmode, u.a. öko-faire Labels wie ATO Berlin, King Louie, 70s-Hemden aus eigener Herstellung

>75% fair

>50% öko



KLAAS

Bochum-Innenstadt / Luisenstraße 9-13
www.byklaas.de

Damenmode, u.a. faire Jeans von Dawn, Bio-BW-T-Shirts von Lookabe

<25% fair

<10% öko



KLEINE HELDEN

Bochum-Innenstadt / Brückstraße 16
facebook.com/Kleine-Helden-1500582513519386

Öko-faire Kinderkleidung, z.B. von disana, cosilana, engel, loud + proud, frugi, reiff-strick, grödo, leela

>75% fair

>75% öko



KONG ISLAND

Bochum-Innenstadt / Hellweg 2
www.kong-island.de

Öko-fairer Konzept-Store mit Damen-, Herren-, und Kindermode, bedrucken T-Shirts auf Anfrage

100% fair

100% öko



NATIVE SOULS

Bochum-Innenstadt / Kortumstr. 117
www.nativesouls.de

Damen- und Herrenmode von öko-fairen Labels, zusätzlich eigene Kollektion nachhaltig und sozial produzierter Basics

100% fair

100% öko



PETER DAHL

Bochum-Innenstadt / Südring 2
www.peter-dahl.de

Damen- und Herrenmode, darunter öko-faire T-Shirts von Fame Couture

<10% fair

<10% öko



RUSCH

Bochum-Innenstadt / Hellweg 13
www.rusch-men.de

Elegante und sportliche Mode und Schuhe für Herren, z.B. von Bread and Boxers, drykorn, falke, fafigo

>50% EU15 <10% öko

SCHNEIDERMEISTER CARSTEN RUMBERG

Bochum-Linden / Hattinger Str. 824
schneidermeister-rumberg.de

Eigene Maßschneiderei und Marken für Damen und Herren, z.T. in der EU15, z.T. in Osteuropa produziert

>50% fair

SPORTHAUS KOCH

Bochum-Innenstadt / Kortumstr. 122
www.sport-koch.de

Sportkleidung für Damen und Herren, auch von der Firma Schneider, die in Deutschland produziert

<10% fair

STADTGESPRÄCH

Bochum-Innenstadt / Kortumstraße 119

Damenmode, u.a. von Marc Cain, Closed (in der EU15 produziert) und von ftc cashmere

>50% EU15 <10% öko

STÜCKGUT

Bochum-Innenstadt / Königsallee 12
www.stueckgut-bochum.de/

Damen- Herren und Kindermode, Accessoires, Wohn-Accessoires, Geschenkartikel, öko-faire Marken wie ArmedAngels, Dedicated, basic apparel

>50% fair >50% öko

ZWERGENCOMPANY

Bochum-Innenstadt / Südring 6a

Kinderkleidung, größtenteils öko-fair, z.B. disana, engel, reiff, maxomorra, loud+proud, Green Cotton

>50% fair >75% öko

ATELIER TOLKSDORF

Essen-Rüttenscheid / Klarastraße 45
www.atelier-tolkسدorf-essen.de

Maßschneiderei für Damenmode, auf Anfrage auch mit Biostoffen

100% fair

BABYTRÄUME

Essen-Frohnhausen / Frohnhauser Str. 432
www.babytraeume.de

Öko-faire Kinderkleidung, z.B. von Ebi & Ebi, Disana, Engel, iobio, Leela, loud + proud

>75% fair 100% öko

BOWFOLDERS

Essen-Rüttenscheid / Mathildenstraße 13-15
www.bowfolders.com

Maßbekleidungs-Atelier / Maßmode für Damen und Herren, gefertigt in der EU und im eigenen Atelier

100% fair >50% öko

COB

Essen-Südviertel / Rüttenscheider Str. 34B
de-de.facebook.com/cobconceptstore

Öko-faire Damen- Herren und Kindermode z.B. von Melaware, Recolution, ArmedAngels, Lanius, Engel, Cosilana, ATO, Accessoires und Zero-Waste-Produkte

>75% fair >75% öko

EDELMASS

Essen-Südviertel / Moltkestraße 12a
www.atelier-edelmass.de

Maßschneiderei und Maßkonfektion für Damen und Herren, im eigenen Atelier, Deutschland und Portugal

100% fair

GRUBENHELDEN

Essen-Zeche Zollverein / Gelsenkirchener Str. 181
Gladbeck / Maria-Theresien-Straße 1
www.grubenhelden.de

Stores der Marke Grubenhelden, Damen-, Herren- und Kinderkleidung vom Bergbau inspiriert, Einarbeitung von Original-Grubenhemden

100% EU15 >50% öko

HANIM FASHION

Essen-Südviertel / Rüttenscheider Str. 169
Essen-Rüttenscheid / Rüttenscheider Str. 54
www.hanim-onlineshop.com

Damenmode, darunter öko-faire Marken wie Armedangels, Dawn, Funktionsschnitt

<25% fair

<10% öko



HOOD

Essen-Südviertel / Rüttenscheider Str. 56
www.hoodfashion.de

Damen- und Herrenmode, nachhaltige, langlebige Marken, z.B. Thinking-Mu, CUS, K.O.I., MASKA

>50% fair

<50% öko



KLABAUTERLADEN

Essen-Stadtwald / Stadtwaldplatz 8
www.klabauterladen.de

Öko-faire Kinderkleidung, z.B. von Cosilana, Engel, iobio, außerdem die „Klabautersocke“ (siehe Website)

>75% fair

>75% öko



KLABAUTERLADEN 2.0

Essen-Stadtwald / Frankenstraße 252
www.klabauterladen.de

Öko-faire Damenmode, z.B. von Consequent, Hofius, Green Age, Lana, Madness, Engel etc.

>75% fair

>75% öko



KM KERSTIN MÜLLER

Essen-Kettwig / Hauptstr. 50/52

Maßschneiderei und Maßkonfektion für Damen und Herren, teils mit Reststoffen, teils Umarbeiten alter Kleidungsstücke

100% fair

<10% öko



KOMMABEI

Essen-Holsterhausen / Gemarkenstraße 102
www.kommabei.de

Öko-faire Mode für Damen, Herren und Kinder, Kunstdrucke und Siebdruckwerkstatt

100% fair

100% öko



MINI MANU

Essen-Kettwig / Ruhrstraße 47
minimanu.de

Öko-faire Kindermode z.B. von loud + proud, Enfant Terrible, Green Cotton, auch Damenmode

>75% fair

>75% öko



NATIVE SOULS

Essen-City / III. Hagen 29
www.nativesouls.de

Damen- und Herrenmode von öko-fairen Labels, zusätzlich eigene Kollektion nachhaltig und sozial produzierter Basics

100% fair

100% öko



NEON ELEKTRISCH

Essen-Rüttenscheid / Gutenbergstr. 59
de-de.facebook.com/neon.elektrisch

50% Vintage-Mode, 50% umgearbeitete oder veredelte Vintage-Mode - für Damen und Herren

100% fair

100% öko



PEPERBLOM

Essen-Rüttenscheid / Witteringsstr. 116
peperblom.blogspot.com

Handwerkskunst, Design und öko-faire Damenmode, Atelier- und Designerkleidung insbesondere auch von jungen DesignerInnen

100% fair

>75% öko



PFEFFERS FASHION

Essen-Rüttenscheid / Rüttenscheider Str. 261
www.pfeffers-fashion.de

Langlebige, hochwertige Damen- und Herrenmode, z.B. American Vintage, Closed, ftc cashmere. Fragt den Inhaber zur Nachhaltigkeit der Marken!

>50% fair

<25% öko



ULI SCHOTT

Essen-Rüttenscheid / Klarastraße 13
ulischott.de

Eigenmarke Uli Schott, Herrenmode (Anzüge, Sakkos etc.) aus eigener Herstellung in Europa

100% fair

>75% öko



OEKO-TEX®
MADE IN GREEN

UNIQT

Essen-Rüttenscheid / Dorotheenstraße 23,
www.uniqt-essen.de

Hochwertige Damen- und Herrenmode von Liebesgruss, [SCH]ESS, Tranquillo, Adam Underwear



KIA ORA

Herne / Viktor-Reuter-Straße 5

Damenmode, darunter öko-faire Labels wie Blutschwister, Tranquillo, Thought, King Louie



Becker-Münch

Recklinghausen / Große Geldstraße 16
www.becker-muench.de

Öko-faire Damenmode, z.B. von Alma & Lovis, Langer Chen, Karma Love, Mandala, Inti Knitwear



BERUFSKLEIDUNG GAHLEN

Recklinghausen / Königswall 6
www.berufsbekleidung-gahlen.de

Berufskleidung, viele Marken Fair Wear zertifiziert, z.B. BP, Hakro, Greift, A-Code, De Berkel, Orcon, S-Gard, Sol's



EN VOGUE

Recklinghausen / Wiethofstr. 1
www.envogue-mode.de

Damenmode, darunter die Label Marc Cain und Better Rich, teilweise mit EU 15 Produktion



FÜCHSLEIN

Recklinghausen / Steinstraße 2

Mode für Damen und Kinder, eigenes Upcycling-Label; Kleider, Kimonos und Tücher aus recycelten Seidensaris



MODEN NÜCKEL

Recklinghausen / Markt 4-6
www.moden-nueckel.de

Damen- und Herrenmode, Kindermode auch öko-fair von Sanetta, öko-faire Wäsche Calida und Mey



MILLHOUSE

Recklinghausen / Münsterstraße 23
www.millhouse-re.de

Geschenkartikel, Wohn- und Mode-Accessoires sowie Damenmode, teilweise in der EU 15 produziert



PRANGE HERRENAUSSTATTER

Recklinghausen / Große Geldstraße 4
www.prange-style.de

Mode für Damen und Herren, z.B. von Knowledge Cotton Apparel, nimmt getragene Ware zurück und verkauft sie im eigenen Premium Outlet & Second Hand gegenüber



TINKA TOM

Recklinghausen / Caspersgässchen 14
de-de.facebook.com/tinkatom.kindermode

Kindermode, darunter die öko-fairen Marken Sanetta und A Monday in Copenhagen



NEUERÖFFNUNG! ETTICS

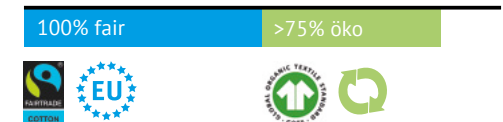
Witten / Ruhrstraße 10 (ab 01. August)
www.ettics.de (ab 01. August)

Öko-faire Damen- und Herrenkleidung, z.B. Mud Jeans, Lanius, Armedangels, Eigenmarke ettics (ab Winter 2019) aus Hanf-Denim und recyceltem Meeresplastik



FAIRNICA

Online-Vermietung öko-fairer Bekleidung. Kleidung wird zu „Kapseln“ zusammengestellt, die sich monatsweise mieten lassen. Öko-faire Marken: Thokk Thokk, Recolution, Greenbomb, Lanius, Lovjoy, bleed, greentee, etc.



Ost

Dortmund - City Ost, City West, Cityring Ost, Cityring West, Hombruch, Kaiserviertel, Kreuzviertel, Nordmarkt Süd, Saarlandstraßenviertel

Hagen - Mittelstadt, Wehringhausen

Hamm - Mitte



BABY'S GLÜCKSMOBIL

Dortmund - City West / Westenhellweg 127
www.babys-gluecksmobil.de

Öko-faire Kindermode z.B. von Cosilana, Disana, Engel, Green Cotton, Leela Cotton, Nature Purest

>75% fair

>75% öko



FRAU PETZOLD

Dortmund - Hombruch / Harkortstraße 57
www.fraupetzold.de

Damenmode, auch öko-faire Marken, z.B. King Louie, Lanius, Armedangels, People Tree, recollection, ATO

>50% fair

>50% öko



BACKYARD

Dortmund - City West / Westenhellweg 67
www.backyard-shop.de/filialen/dortmund

Streetwear für Damen und Herren, auch öko-faire Labels wie Armedangels, KOI, Greenbomb, iriedaily

<50% fair

<50% öko



FREIRAUM IM ANKLEIDEZIMMER

Dortmund - Kreuzviertel / Neuer Graben 74
de-de.facebook.com/freiraumimankleidezimmer

Damenmode, auch öko-faire Marken, z.B. Tranquillo, Blutgeschwister, Armedangels, King Louie

>50% fair

>50% öko



FAIRBLEIBEN

Dortmund - Cityring Ost / Heiliger Weg 3-5
www.fairbleiben.com

Öko-faire Damen- und Herrenkleidung, Madness, Tranquillo, Living Crafts, HempAge, Thokk Thokk

>75% fair

>75% öko



FRUCHTBARE ERDE

Dortmund-Eichlinghofen / Stockumer Straße 412
www.fruchtbare-erde.de

Öko-faire Damen-, Herren- und Kindermode, auch Wäsche, z.B. von Armedangels, Lanius, Langer Chen, K.O.I, Recollection, Bleed, Engel, Kite, loud + proud

100% fair

100% öko



HEJ STORE

Dortmund - City West / Westenhellweg 67
www.backyard-shop.de/filialen/dortmund

Wohn-Accessoires, Accessoires und Mode für Damen und Kinder, u.a. von Armedangels

>50% fair

>50% öko



MILIO

Dortmund-Kreuzviertel / Schillingstraße 21
shop.milio-design.de

Selbst produzierte Kinderkleidung, teilweise aus Öko-Stoffen, auch für Damen, zudem Stoffe

100% fair

<50% öko



HOFIUS

Dortmund-City Ost / Olpe 19
www.hofius-mode.de

Öko-faire Damen- und Kindermode, Eigenmarke Hofius in Deutschland prod., weitere Marken z.B. Jalve, Amor-Lux

100% fair

>75% öko



RACKERSTUBE

Dortmund-Nordmarkt Süd / Münsterstraße 103
www.rackerstube.de

Baby- und Kinderkleidung, Second Hand und selbst genäht, teilweise aus Upcycling-Materialien

100% fair

>75% öko



U-NIKAT

Dortmund-Kreuzviertel / Kleine Beurhausstraße 3
de-de.facebook.com/unikatdortmund

Öko-faire Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires, z.B. Mantis World, Neutral, Stanley/Stella, Siebdruckwerkstatt für die eigene U-Nikat-Serie und Kundenwünsche

100% fair

100% öko



YOGABUDE

Dortmund-Cityring West / Chemnitzer Straße 11
www.yogabude-dortmund.de

Yogamode für Damen und Herren, teilweise öko-fair von Manduka, MANDALA, yoga, YogiCompany

<50% fair

<50% öko



ÜGO

Dortmund-Kreuzviertel / Liebigstraße 46
www.uego-kreuzviertel.de

Damenmode und Accessoires, darunter auch die öko-fairen Marken Lanius, Dawn und Designerstücke

<50% fair

<25% öko



ZEITLOS

Dortmund-Kreuzviertel / Kreuzstraße 23 – 25
www.zeitlos-brautmoden.de

Brautkleider und Abendmode für Damen von verschiedenen Marken, zusätzlich eigenes Maßatelier

<50% fair



LILLY & LOUI

Dortmund-Kreuzviertel / Neuer Graben 82
www.lillyloui.jimdo.com

Baby- und Kinderladen, von Spielzeug bis Kleidung, viel Handgemachtes, bio und fair gehandelt

>75% fair

>75% öko



OUTLIVE STORE

Dortmund-City Ost / Brüderweg 10-12
www.outlive-store.de

Outdoor-Kleidung, öko-fair z.B. von Patagonia, Salewa, Vaude, deuter, millet

<50% fair

>50% öko



UNTERHALTUNG LIEBLINGSSTÜCKE

Dortmund-Kreuzviertel / Schillingstr. 27a
www.unterhaltung-liebingsstuecke.de

Concept Store mit Damen-, Herren- und Kindermode, darunter auch die öko-fairen Marken ATO, Greenbomb, Continental Collection, Gepa, K.O.I.

<50% fair

<25% öko



C.I. TEXTILHANDELS-GMBH

Hagen / Kampstraße 11A
www.c-i.company

Streetwear für Damen und Herren, z.T. öko-fair von iriedaily, Blutsgeschwister, Ragwear, Blauman-Jeans-hosen oder Pike Brothers

<25% fair

<10% öko



MEWIS BASAR

Hagen / Goldbergstraße 2
www.mewis-basar.de

Damen-, Herrenmode, Accessoires und Schmuck, öko-faire Marken u.a. aus Hanf, z.B. HempAge, und Fairhandels-Lieferanten Nepalaya, himalayashop

<25% fair

<25% öko



MODEATELIER SILKE ZYCHE

Hagen / Konkordiastraße 22
www.silke-zyche.de

Maß- und Modeatelier für Damen und Herren (Konfektion und nach Maß)

100% fair



Onkel Jo sein Laden

Hagen / Lange Straße 24
www.facebook.com/OnkelJo77

Öko-faire Damen-, Herren- und Kinderkleidung und Accessoires, z.B. Hemp Age, Wunderwerk, Roka Fair Fashion, Thought, außerdem eine Foodsharing-Ecke

100% fair

100% öko



SCHAUKELPFERDCHEN

Hagen / Kampstraße 15
de-de.facebook.com/Schaukelpferdchen

Kindermode und Spielzeug, auch öko-faire Marken wie loud + proud und Sanetta

<25% fair

<50% öko



WELTLADEN IM ALLERWELTHAUS HAGEN

Hagen / Pothofstr. 22
www.allerwelthaus.org/laden/laden.html

Öko-faire Damen- und Herrenkleidung, anukoo, Nepalaya, Armedangels, Waschbär, DW

100% fair

100% öko



BALLSPORT DIREKT

Hamm / Nordstraße 8
www.ballspordirekt.de

Sportkleidung; faire Shirts von B&C Collection, Bio-Shirts von Stedman, mehr auf Bestellung

<10% fair

<10% öko



Tip: auf www.buygoodstuff.de findet ihr eine interaktive Shopping-Map mit allen hier gelisteten Stores!

NEUGIERIG AUF MEHR?

Das Label-Portrait des Dortmunder Stores Hofius findet ihr auf Seite 132



Foto: David Költgen

FILIALEN

Bochum, Dinslaken, Dortmund,
Duisburg, Essen, Hagen, Hamm,
Herne, Moers, Mülheim,
Oberhausen, Recklinghausen

CALIDA

www.calida.com

Duisburg / Königsgalerie Kuhstrasse 33
Mülheim / Rhein Ruhr Zentrum Humboldttring 13
Essen / Kettwiger Str. 31

Unterwäsche, Nachtwäsche und Loungewear für Damen, Herren und Kinder, die I Love Nature Shirts sind C2C-zertifiziert und klimaneutral.

<50% fair <50% öko

z.T. im eigenen Werk in Ungarn produziert




Tencel- und Modalfasern


ESPRIT

www.esprit.de

Bochum / Drehscheibe City Point, Kortumstraße 89
Bochum / Ruhrpark, Am Einkaufszentrum 1
Dinslaken / Neustraße 31-33
Duisburg / Königsgalerie, Königstr. 40
Dortmund / Thiergalerie, Westhellenweg 102
Dortmund / Westhellenweg 37-41
Essen / Limbecker Platz, Limbecker Platz 1a
Mülheim / Rhein Ruhr Zentrum, Humboldttring 13
Hagen / Rathaus-Galerie Hagen, Mittelstraße 26
Hamm / Allee-Center, Richard-Matthaei-Platz 1
Herne / Bahnhofsstraße 60
Oberhausen / CentrO, Centroallee 10
Recklinghausen / Arcaden, Kaiserwall 21

Damen, Herren- und Kindermode, auch Wäsche, z.T. nachhaltig, im Esprit-Sortiment einheitlich gekennzeichnet.

<10% EU15 <25% öko




ETERNA

www.eterna.de

Bochum / Ruhrpark, Am Einkaufszentrum 1
Dortmund / Westhellenweg 102-106
Essen / Limbecker Platz, Limbecker Platz 1a
Hagen / Mittelstraße 22
Mülheim / Rhein Ruhr Zentrum Humboldttring 13
Recklinghausen / Löhrhof 1

Hemden und Blusen für Damen und Herren, auch maßgeschneiderte und auf Wunsch personalisierte Herrenhemden. Das Good Shirt ist mit dem Label Oekotex made in green zertifiziert, die Premiumlinie ist CO₂-kompensiert.

<50% fair <50% öko

z.T. im eigenen Werk in der Slowakei produziert



GALERIA KAUFHOF

galeria-kaufhof.de

Duisburg / Düsseldorfer Str. 32
Dortmund / Westenhellweg 70-84
Essen / Kettwiger Str. 1a
Hagen / Elberfelder Str. 23-25
Hamm / Bahnhofstr. 6-12
Oberhausen / CentrO, Centro-Allee 106

Damen-, Herren- und Kindermode, z.T. öko-faire Marken wie Eterna, Sanetta, Gardeur, Van Laack, Mammut, Jack Wolfskin, Vaude, die Kaufhof-Eigenmarken Manguun, Mark Adam, Redwood, Rover & Lakes sind z.T. öko-fair

<10% fair <10% öko








H&M

www2.hm.com

Bochum / EKZ City Point, Kortumstraße 89
Bochum / Ruhrpark, Am Einkaufszentrum 1
Dinslaken / Neutorgalerie, Neutorplatz 14
Dortmund / Thiergalerie, Westhellenweg 102
Dortmund / Westhellenweg 11-13
Duisburg / EKZ Forum Duisburg, Königstraße 57
Essen / Allee-Center, Altenessener 411
Essen / Hansastraße 24-30
Essen / Limbecker Platz, Limbecker Platz 1a
Essen / Limbecker Straße 34
Hagen / Volme-Galerie, Friedrich-Ebert-Platz 3
Hamm / Allee-Center, Richard-Matthaei-Platz 1
Herne / Bahnhofsstraße 25-29
Moers / Steinstraße 12-14
Mülheim / EKZ Forum City, Hans-Böckler-Platz 1-31
Mülheim / Rhein Ruhr Zentrum, Humboldttring 13
Oberhausen / CentrO, Centroallee 10
Recklinghausen / Palais Vest, Löhrhof 1

Damen, Herren- und Kindermode, die Conscious Collection ist aus nachhaltigen Materialien. H&M setzt auf Selbstverpflichtungen, den Anteil nachhaltiger Materialien stetig zu erhöhen.

<25% öko






JACK WOLFSKIN

www.jack-wolfskin.de

Bochum / Hellweg 5-7
Dinslaken / Duisburger Straße 6
Dortmund / Petersgasse 2
Duisburg / City Palais, Königstraße 39
Essen / Limbecker Platz, Limbecker Platz 1a
Hamm / Allee-Center, Richard-Matthaei-Platz 1
Moers / Steinstraße 57
Mülheim / Rhein Ruhr Zentrum, Humboldtring 5
Oberhausen / CentrO, Centroallee 235a

Outdoor-Kleidung für Damen, Herren und Kinder. Jack Wolfskin hat den Leader-Status bei der Fair Wear Foundation. Sämtliche Baumwollkleidung in Bio-Qualität, Kunstfaser-Kleidung ist Bluesign-zertifiziert.

100% fair <50% öko



MAMMUT

www.mammut.com

Dortmund / Pottgasse 4
Essen / Kettwiger Straße 2-10
Oberhausen / CentrO, Centro-Allee 129c

Outdoor-Kleidung für Damen, Herren und Kinder. Mammut hat den Leader-Status bei der Fair Wear Foundation. Verschiedene ökologische Zertifizierungen, von Bio-Baumwolle über recycelt bis Bluesign für Kunstfaser-Kleidung.

100% fair <50% öko



PEEK & CLOPPENBURG

www.peek-cloppenburg.de

Dortmund / Westhellenweg 1
Essen / Kettwiger Straße 37
Hagen / Elberfelder Straße 3
Hamm / Richard-Matthaei-Platz 1
Mülheim / Humboldtring 13
Oberhausen / CentrO, Centroallee 129
Recklinghausen / Schaumburg Straße 10

Damen-, Herren und Kindermode und Wäsche, z.T. öko-fair von Armedangels, G-Star, Ragwear, Van Laack

<10% fair

<10% öko



MANUFACTUM

www.manufactum.de

Waltrop / Hiberniastraße 4

Hochwertige Damen- und Herrenkleidung, Berufsbekleidung und Wäsche versch. Marken, zertifiziert oder in kleinen Betrieben in Europa produziert, z.B. Les Racines du Ciel, HempAge, Armor Lux, Lanuis, Pike Brothers, Knowledge Cotton Apparel, Umasan

100% fair

>75% öko



TCHIBO

www.tchibo.de

Bochum / Drehscheibe City Point, Kortumstraße 100
Bochum / Kortumstraße 68
Dinslaken / Neustraße 3
Duisburg / Kuhstraße 27
Duisburg / Oststraße 117
Dortmund / Ostenhellweg 21
Essen / Rathaus Galerie, Porschestraße 2
Essen / Bahnhof Center, Am Hauptbahnhof 5
Hagen / Rathaus-Galerie, Mittelstraße 20
Hamm / Allee-Center, Richard-Matthaei-Platz 1
Herne / Robert-Brauner-Platz 1
Moers / Steinstraße 29
Mülheim / Forum City, Hans-Boeckler-Platz 1-31
Oberhausen / Bahnhofstraße 54
Recklinghausen / Markt 11

Damen-, Herren- und Kinderkleidung, auch Sport, Wäsche, Tchibo-Eigenmarke: z.T. ökologisch. Faire Produktion in vielen Fabriken durch das unternehmenseigene Schulungsprogramm WE

>75% EU15

<50% öko



KARIN GLASMACHER

www.karinglasmacher.de

Essen / Theaterpassage, Rathenaustraße 2

Damenmode Größe 38-56, eigene Fertigung in Deutschland, die „gläserne Fabrik“ kann besichtigt werden.

>75% EU15



ULLA POPKEN

www.ullapopken.de

PURE COLLECTION:

Bochum / Kortumstraße 107
Dortmund / Ostenhellweg 50-52
Essen / Limbecker Straße 12
Hamm / Allee-Center, Richard-Matthaei-Platz 1
Oberhausen / CentrO, Centroallee 253

Damenmode in großen Größen, Eigenmarke Ulla Popken, darunter die öko-faire PURE-Kollektion

<10% fair

<10% öko



UNTERWEGS

www.unterwegs.biz

Duisburg / Kasinostraße 13-15

Outdoor-Kleidung, z.T. öko-fair, von Patagonia, Haglöfs, Vaude, Mammut, Marmot, Bergans, Elklina, Jack Wolfskin, Millet, Alvivo, Mufflon (Deutschland), Viavesto (Portugal)

<50% fair

>50% öko



LABELS

Öko-faire Labels aus dem Ruhrgebiet, nur mit Online-Shop

108 DEGREES

www.108degrees.de

T-Shirts, Longsleeves, Unterwäsche und Accessoires im Streetwear-Style für Damen und Herren, alles GOTS-zertifiziert, die Shirts zusätzlich Fair Wear, die Pants Fairtrade Cotton.

>75% EU15

100% öko



COCCCON

www.coccon.de

Seidenkleidung und Seidenschals für Damen und Herren aus Peace Silk: Diese Seide wird produziert, ohne die Raupen in den Kokons zu töten. In die Produktion werden sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen in Jharkhand/Indien eingebunden.

100% fair

100% öko



EOBA CLOTHING

www.eobaclothing.com

Öko-faire Damen- und Herrenkleidung von Stanley/Stella, von EOBA mit eigenen Motiven veredelt.

100% fair

100% öko



HDGDL

www.hdgdl-fuer-immer.de

Eigene Herstellung von Kleidungsstücken und Accessoires durch Re- bzw. Upcycling, Veredelung von T-Shirts von Trigema (in D produziert) - für Damen und Herren. Zwei Mal im Monat Verkauf im Showroom auf der Haenischstraße 2, Dortmund

100% fair

<50% öko



INSTINCT SPORTSWEAR

www.instinct-sportswear.de

Sportkleidung für Damen, T-Shirts, Tank-Tops, Hoodies und Leggings. Hat 2017 den Green Tec Award gewonnen.

100% fair

100% öko



NEUGIERIG AUF MEHR?

Das Label EOBA Clothing aus Duisburg bietet seit 2016 faire und vegane Sportswear in seinem Online-Shop an.

www.eobaclothing.com



Foto: EOBA Clothing

SECOND HAND

Bochum, Dinslaken, Dortmund,
Duisburg, Essen, Hagen, Hamm,
Herne, Moers, Mülheim,
Oberhausen, Recklinghausen

WEST

DINSLAKEN

KADEDI DINSLAKEN

Dinslaken / Thyssenstraße 78
www.diakoniewerk-duisburg.org/arbeit-ausbildung/kadedi/kadedi-dinslaken

SECONDHAND AM ALTMARKT

Dinslaken / Duisburger Straße 17
de-de.facebook.com/secondhandamaltmarkt

ZWEITE LIEBE DINSLAKEN

Dinslaken / Brückstraße 3

DUISBURG

FEMININ-TOTAL DAMENOVERBEKLEIDUNG

Duisburg / Düsseldorfer Straße 2

GEBRAUCHTWARENZENTRUM

Duisburg / Koloniestraße 105-107
www.gwz-duisburg.org

MARLY

Duisburg / Sonnenwall 14

PAPELAPAPP

Duisburg / Mainstr. 42
www.papelapapp.de

REBO CHIC

Duisburg / Goldstraße 4-6
www.regenbogen-duisburg.de/angebote/rebo-chic

SECOND HAND SHOP

Duisburg / Grabenstraße 144

MOERS

MANDRAGORA

Moers / Hanns-Dieter-Hüsch-Platz 1
www.mandragora-moers.com

ZIPFELMÜTZE KINDER-SECONDHAND

Moers / Greefstraße 3
www.zipfelmuetze-online.de

MÜLHEIM

CHIC-O-BELLA SECONDHAND

Mülheim / Wallstraße 19

DIE 2.CHANCE

Mülheim / Althofstr 44a
www.die-2te-chance.de

SECONDO

Mülheim / Trooststr. 5

OBERHAUSEN

FAIRKAUF SECOND HAND

Oberhausen / Marktstr. 15 - 17
www.fairkauf-oberhausen.de

FRIEDENSDORF INTERLADEN SECOND-HAND-AKTION

Oberhausen / Lothringer Str. 21

HELP SOZIALKAUFHAUS FÜR JEDERMANN

Oberhausen / Marktstraße 110
www.help2007-oberhausen.de

KRÜMEL-SHOP

Oberhausen / Hermann-Albertz-Straße 58
www.kruemel-shop.de

SECOND HAND SHOP COOL

Oberhausen / Stöckmannstraße 103
www.secondhand-oberhausen.de

SIEBENSTEINS 2. HAND

Oberhausen / Lipperheidstraße 42
www.siebensteins.de

MITTE**BOCHUM****DER KLEIDERLADEN**

Nur mit Berechtigung (ALG I+II, Geringverdiener)
Bochum-Langendreer / Alte Bahnhofstr. 38
Bochum-Grumme / Castroper Str. 203
Bochum-Ehrenfeld / Hattinger Str. 72-74
Bochum-Dahlhausen / Dr.-C.-Otto- Str. 119
Bochum-Günnigfeld / Günnigfelder Str. 99
www.via-ruhr.de/kleiderlaeden.html

EHRENRUNDE

Bochum-Ehrenfeld / Königsallee 34
www.ehrenrunde-bochum.de

LE SALON VINTAGE

Bochum-Ehrenfeld / Oskar-Hoffmann-Str. 43
www.le-salon-bochum.de

KOST NIX LADEN

Bochum / Dorstener Str. 203
www.kostnixladen-bochum.de

MISFITS

Bochum / Brückstraße 18

ROSENROT

Bochum / Große Beckstr. 4
[e-de.facebook.com/Rosenrot-253485102150722](https://www.facebook.com/Rosenrot-253485102150722)

SILVI BOUTIQUE

Bochum / Hans-Böckler-Str. 23

STERNTALER SECONDHAND LADEN

Bochum-Wattenscheid / Hagenstraße 1
www.skfm-wattenscheid.de/index.php?page=s-terntaler

STOFF-WECHSEL

Bochum / Untere Marktstr. 1
www.stoff-wechsel-bochum.blogspot.com

TAUSCH RAUSCH

Bochum-Ehrenfeld / Hattinger Str. 59
www.tauschrausch-bochum.de

WACHGECÜSST SECOND HAND

Bochum-Linden / Hattinger Straße 775

ESSEN**ALICE & EVE BRAUTMODE**

Essen-Rüttenscheid / Rellinghauserstr. 201
www.aliceundeve.de

ALLER-DINGS

Essen-Südostviertel / Steeler Straße 248
www.arbeit-im-revier.de/second-hand-kleidung-mehr

BRECKI'S SECONDHAND

Essen-Rüttenscheid / Rüttenscheider Str. 173
www.facebook.com/breckis.secondhand

DIAKONIELADEN

Essen-Südostviertel / Steeler Straße 246
Essen-Frohnhausen / Frankfurter Straße 1
Essen-Mitte / Gerlingstraße 41
www.diakoniewerk-essen.de

FELIX

Essen-Frohnhausen / Berliner Straße 108

FINEST LIFESTYLE

Essen-Rüttenscheid / Krawehlstr.4
www.finest-lifestyle.de

GRACE FIRST CLASS 2ND HAND FASHION

Essen-Rüttenscheid / Rellinghauserstr. 174
www.grace-secondhand.de

HOSENMATZ SECONDHAND CAFE

Essen-City / Rottstraße 39
www.skf-essen.de/bildung-beratung-betreuung/second-hand-laden-hosenmatz.html

KIDS JUNGLE

Essen-Stadtwald / Frankenstr. 241
www.kidsjungle.de

KOM-MÖDCHEN

Essen-Rüttenscheid / Isenbergstr. 32

OXFAM

Essen-City / Kettwiger Straße 60
www.shops.oxfam.de/shops/essen

POSITIV BOUTIQUE

Essen-Rüttenscheid / Rellinghauserstr. 113
www.positiv-boutique.de

PIOU PIOU KINDERMODE

Essen-Holsterhausen / Papestraße 64
www.pioupiou.de

REBECCAS LÄDCHEN

Essen-Kettwig / Ruhrtalstr. 415
www.secondhand-essen.de

REH.BELLE

Essen-Rüttenscheid / Alfredstrasse 41
de-de.facebook.com/rehbellevintage

RETRO QUEEN

Essen-City / Friedrich-Ebert-Str. 28
www.retroqueen.de

HERNE**CARITAS KLEIDERLADEN**

Herne / Schulstraße 16
www.caritas-herne.de/beraten-und-helfen/kleiderlaeden

KAUF.NET

Herne / Westring 123
<http://www.diakonisches-werk.de/unternehmen-privatpersonen/kaufnet>

DRK KLEIDERSHOP

Herne / An der Kreuzkirche 11
www.drk-herne.de/angebote/offene-angebote/kleidershop.html

WÜHLMAUS

Herne / Sodinger Str. 8
www.wuehl-maus.de

RECKLINGHAUSEN**JACKE, HOSE UND MEHR...**

Recklinghausen / Dortmund Str. 122B
www.gastkirche.de/index.php/lebendiges-leben/stich-worte/1567-second-hand-shop-jacke-hose-und-mehr

PAPELAPP UND ROSENROT

Recklinghausen / Wiethofstraße 9
www.papelapapp.de/recklinghausen

SECOND-HAND-BOUTIQUE-ADAM

Recklinghausen / Münsterstraße 9
adam-used-clothing-store.business.site

SECONDHAND ZEITLOS

Recklinghausen / Am Steintor 2
www.secondhand-zeitlos.de

TOP SECOND

Recklinghausen / Löhrhofstraße 2
www.top-second-recklinghausen.de

TREND SECOND

Recklinghausen / Dorstener Str. 6
www.trend-second.de

WELTLADEN DER GASTKIRCHE

Recklinghausen / Steinstraße 1

OST**DORTMUND****ALL YOU CAN MIET**

Regalvermietung, z.T. mit Second Hand Kleidung
Dortmund-City Ost / Westenhellweg 127
www.aycm.de

BINIDO

Dortmund-Kreuzviertel / Chemnitzer Straße 15

BOHEME

Dortmund-Cityring West / Chemnitzer Straße 9

JACKE WIE HOSE

Dortmund / Münsterstr. 263 -265
www.diakoniedortmund.de/arbeit-und-beruf/jacke-wie-hose/sozialkaufhaus.html

KESS

Dortmund-Cityring West / Hohe Str. 22

MALTESTERLADEN DORTMUND

Dortmund-City West / Westenhellweg 127
www.malteser-dortmund.de/dienste-und-leistungen/weitere-dienstleistungen/malteserladen.html

OXFAM

Dortmund-City Ost / Wißstraße 30-32
www.shops.oxfam.de/shops/dortmund

ROSIG SECOND HAND & NEUES

Dortmund-City Ost / Rosental 19
www.rosig-do.de

HAGEN**DIES UND DAS SECONDHAND SHOP**

Hagen-Wehringhausen / Langestr. 27

GEBRAUCHTWAREN-HAGEN

Hagen / Hochstraße 42

KIND UND KEGEL

Hagen-Altenhagen / Spichernstr. 11

KINDERSECONDHAND TEDDYBÄR

Hagen-Altenhagen / Friedensstraße 107A
www.derteddybaer.com

KLEIDERBÖRSE XXL

Tauschbörse für Kleidung in Übergrößen
Hagen-Wehringhausen / Langestr. 8
de-de.facebook.com/Kleiderbörse-XXL-Hagen-1550641194983586

NO. 2

Hagen-Wehringhausen / Langestr. 22

SECOND CHANCE

Hagen / Kampstraße 25
www.second-chance-hagen.de

SECOND-HAND-SHOP ALTENHAGEN

Hagen-Altenhagen / Spichernstr. 11

HAMM**HUMANITAS E.V.**

Veschenke-/Tauschladen
Hamm / Widumstraße 16/18

KLAMOTTENSCHLEUSE

Hamm / Lippestraße 52
www.aidshilfe-hamm.de/angebote/klamottenschleuse.html

KAUFNETT BAMBINI

Hamm / Ostrstr.10

PÜNKTCHE UND KARIERT

Hamm / Amtsstraße 3a

TRAUMLAND

Hamm / Ludwig-Teleky-Straße 8



Fotos: v.l.n.r.: 1. Flowmarkt, 2. Kulturort Depot, 3. Jiri Rezac / Greenpeace, 4. Mädchenklamotte, 5. Weiberkram

Frisch, frech, fröhlich

Die coolsten Flohmärkte und Swap Events im Ruhrgebiet. Damit Kleidung und Accessoires eine Chance auf ein zweites Zuhause haben.

___Vintage Möbel, Secondhand-Kleidung und coole Musik – Flohmärkte sind nicht mehr so verschnarcht wie sie einmal waren. Der heutige Flohmarkt geht steil: mit Essens-Ständen und musikalischer Untermalung wird aus dem muffi-

gen Markt ein Erlebnisevent. Besonders interessant: Swap Events. Anstatt ein Kleidungsstück zu verkaufen, kann man es auch einfach gegen ein anderes eintauschen. Du hast das, ich habe dies – Deal!

1. Flowmarkt: Dortmund & Bochum

Von Secondhand-Mode über individuelle Holztische bis hin zu selbstgebranntem Schnaps – drei junge Erfinder machen ernst: ihr ins Leben gerufener Flowmarkt überzeugt durch seine Mischung. www.facebook.com/flowmarktsubkultur/

3. Kleidertausch

Floh- und Trödelmärkte haben ihr etwas muffiges Image längst abgestreift. Der heutige Flohmarkt ist ein kleines Erlebnisevent. Doch wie findet man das besondere Kleidertauschevent? Das Internetprojekt Kleidertausch hilft da weiter. Die Ehrenamtlichen der Organisation „Greenpeace“ führen alle Tauschpartys unter www.kleidertausch.de in ganz Deutschland zusammen. Der Sonntagnachmittag ist gerettet.

5. Weiberkram: Essen

Cooler Musik und kleine Snacks – was will man mehr: Der Mädelsflohmarkt bietet an ausgewählten Locations ein etwas anderes Markterlebnis. In angenehmer Atmosphäre können alle weiblichen Shopping-Liebhaber ihre alten Goldschätze verkaufen und neue, glücklich machende entstehen – bis zum nächsten Mädelsflohmarkt. weiberkram.org

2. Nachtflohmarkt: Dortmund, Kulturzentrum Depot

Vom Nachmittag bis in die Nacht hinein schlagen hier alle Herzen höher auf der Suche nach neuen Errungenschaften höher. Heiße Musik und kühle Getränke – in cooler Atmosphäre ist hier von der hohen Kunst bis zur schlichten Klamotte alles zu finden. www.facebook.com/

4. Mädchenklamotte: Herne, Witten, Essen, Mühlheim

Dieser Flohmarkt ist allen weiblichen Fans gewidmet: in coolen Indoor-Locations, Essen und Getränke satt. Von Kleidung über Accessoires bis hin zu Schuhen – hier findet das Secondhand-Herz alles was es begehrt. Besonderer Clou: es gibt Specials für z.B. Plus Size Mode. Selbst PferdeliebhaberInnen kommen am Stand für Reiterzubehör auf ihre Kosten. maedchenklamotte.de

6. Swap Event – Fashion Revolution Week: Ruhrgebiet

Faire und transparente Produktion von Mode hat sich die Fashion Revolution Week (FRW) auf die Fahne geschrieben. Jedes Jahr nehmen unzählige Städte in Deutschland daran teil. Für SchnäppchenjägerInnen besonders interessant sind während der FRW die einmaligen Tauschevents: JedeR kann sieben saubere und gut erhaltene Kleidungsstücke gegen andere sieben „neue“ Teile tauschen. So buchstabiert man Glück. www.fashionrevolution.org

UNSERE FAVORITEN

Vegetarische und vegane Küche im Ruhrgebiet und den Nachbarregionen

SATTGRÜN

__Satt wird hier jedeR und grün ist es meist auf dem Teller: "Sattgrün" in Essen und Düsseldorf bietet unzählige Salatvarianten an. Immer frisch, immer knackig, immer gesund – und das ungewöhnliche Dressing ist auch dabei. Alle Speisen und Getränke sind frei von Cholesterin, Lactose - der Geschmack bleibt trotzdem natürlich und intensiv. Ausgewähltes Gemüse sowie spannende Fleischalternativen finden die Gäste sowohl drinnen als auch draußen.



Foto: Sattgrün

KRÜMELKÜCHE

__Die Duisburger "Krümelküche" lädt zum entspannten Genuss ein. In Wohnzimmeratmosphäre werden die Gäste mit Kaffee und Kuchen verwöhnt. Burger gibt es auch - natürlich alles vegan. Ab und an gibt es Konzerte, Lesungen und andere Kleinkunst-Events. Neben der festen Karte stehen auf der Wochenkarte abwechslungsreiche, saisonale Gerichte. Krümelküche bietet ständig neue Überraschungen - und klein sind die Portionen schon lange nicht.



Foto: Krümelküche

FANCY FOODS



Foto: Fancy Foods

__Vegane und internationale Küche made in Wuppertal. Unter der Leitung von Mechtild Zubeida Jurcevic bietet das vegane Restaurant Frühstück, Mittagsbuffet, Kaffee und Kuchen in warmer Atmosphäre an. Das Buffet wechselt täglich und der Kuchen springt quasi vom Ofen direkt auf den Teller – und dazu gibt es nachhaltige Getränke. Für die Couch Potatoes: Fancy Food bietet auch einen Catering-Service an.

SATTGRÜN
 Rathenaustraße 2
 45127 Essen
 Tel.: 0201 8994 8181
 Mo bis Fr: 9 - 19 Uhr
 Sa und So: 12 - 16 Uhr
 www.sattgruen.com

FANCY FOODS
 Friedrich-Engels-Allee 171
 42285 Wuppertal
 Tel.: 0176 7068 9200
 Mi und Do: 10 - 16 Uhr
 Fr: 10 - 18 Uhr
 www.fancyfoods.de

KRÜMELKÜCHE
 Johanniterstraße 28
 47053 Duisburg
 Tel.: 0203 3921 6308
 Mi und So: 12 - 20 Uhr
 Do, Fr und Sa: 12 - 22 Uhr
 www.kruemelkueche.de

7 Tipps für einen nachhaltigen Kleiderschrank

Foto: Pixabay.com

1. Den Überblick nie verlieren

Kleidung im Überfluss - und doch nichts zum Anziehen? Wie viele Kleidungsstücke befinden sich in deinem Kleiderschrank? Wie viel davon trägst du wirklich? Zähle einmal durch, wie viele Sachen du hast? 95 Kleidungsstücke - so viele besitzt jeder Erwachsene zwischen 18 und 69 Jahren in Deutschland. Wenn dein Ergebnis über dieser Norm liegt, pack das Problem an: Zähle konsequent mindestens zwei Mal im Jahr den Schrank durch. Berechne, welche Werte sich darin lagern. Denke daran, was man mit der Summe Schönes machen könnte. Der Überblick im Kleiderschrank ist der erste Schritt in die richtige Richtung - und das kann wirklich jeder.

2. Wer wegbringt, gewinnt

Ein Blick in den Schrank zeigt: Einiges missfällt, anderes geriet in Vergessenheit. Sie sind in guter Gesellschaft: Knapp 40 Prozent der Bekleidung in deutschen Kleiderschränken wird nahezu nie getragen. Das summiert sich: Zwei Milliarden Kleidungsstücke liegen so gut wie ungenutzt und unbeachtet herum. Beherzt aussortieren ist die Devise - am besten zwei Mal im Jahr. Wann habe ich es zuletzt getragen? Würde ich es vermissen? Aussortieren ist sehr erfrischend. Man hat einerseits wieder Platz im Schrank. Andererseits kann man sich in vergessene Kleidungsstücke neu verlieben. Dann ist es fast so, als hätte man sich etwas Neues gekauft.

„Buy less, choose well, make it last“ - dieses Zitat von Vivienne Westwood ist die treffendste Anleitung für einen nachhaltigen Modekonsum. Erste Anlaufstelle ist der eigene Kleiderschrank. Wir geben euch sieben einfache Tipps für mehr Nachhaltigkeit in eurer Garderobe.

3. Zum Teufel oder wohin?

Viele Hilfsorganisationen, Kinderheime etc. freuen sich über eine Spende und man tut Gutes. Aber es gibt auch viele weitere Alternativen, gebrauchte Kleidung abzugeben. Eine lukrative Option ist der Verkauf an Secondhandläden oder an Websites wie Kleiderkreisel, Ebay etc. Dort erhält man für gebrauchte Kleidung einen guten Preis. Für alle, die auf gewisse Labels und Kleidungsstücke nicht verzichten können, ist das System Secondhand eine gute Shopping-Alternative zu einem neuen Kleidungsstück. Wer beim Abgeben alter Kleidung ein lustiges Event mitnehmen möchte, geht am besten zu einer SWAP-Party, bei der man gebrauchte Kleidungsstücke gegen andere bereits getragene Teile eintauschen kann. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern macht auch noch Spaß. Genauso, wie der letzte Tipp: Nimm es selbst in die Hand.

4. Mach' es selbst

Nimm dir eine Bluse und einen Blazer, die oder den du lange nicht getragen hast. Eine große Schere. Und leg los! Fertige dir ein neues Teil, was garantiert kein anderer hat. Upcycling ist nachhaltig und macht zudem Spaß. Aus alt mach neu - in vielen Städten bieten Modeläden oder Volkshochschulen Designerworkshops an. Dort lernst du häkeln, stricken, nähen - und kannst deine eigene Mode schaffen oder zumindest gebrauchte Dinge reparieren und neu interpretieren.

5. Gehirn gegen Gelüste

Die größte Gefahr für den nachhaltigen Kleiderschrank sind Impulskäufe. Man geht in ein Geschäft, sieht etwas, was einem gefällt und kauft es, ohne darüber nachzudenken. Impulskäufe sind oft Fehlkäufe. Die sind meist nur kurzlebig, missfallen schneller und sind der häufigste Grund für einen überfüllten Kleiderschrank. Mit einem Impulskauf machst du den mühselig verschafften Überblick, den du im ersten Schritt gewonnen hat, in kürzester Zeit wieder zunichte.

6. Qualität besiegt Qualen

Im nachhaltigen Konsum sollte man auf zeitlose Mode und gute Qualität setzen. Auf lange Sicht ist die Investition in Kleidung aus hochwertigen Materialien deutlich günstiger, als sich andauernd neue billige Kleidung zu kaufen, die schnell kaputt geht, aus der Mode kommt oder vergessen wird. Am einfachsten ist es, die Basisgarderobe umzustellen. Investieren sie in eine gut und fair produzierte weiße Bluse, einen schlichten Pullover aus feiner Biowolle oder eine qualitativ hochwertige Jeans mit schöner Waschung - aus diesen Basics lassen sich mit Ihren alten Sachen viele coole und vor allem wandelbare Looks kombinieren. Wer es richtig macht, kann zeitlos modern aussehen. Ein toller Wollpullover geht durch die falsche Pflege schnell kaputt, läuft ein oder kann einfach untragbar werden. Dann hat man sehr viel Geld investiert, ohne einen Nutzen daran zu haben. Es ist also sehr wichtig, auf die Pflegehinweise des Herstellers zu achten. Dann lohnt sich die Investition.

7. Komm' her, kauf' fair

Einige Labels, von denen man es vielleicht weniger erwartet, produzieren tatsächlich nachhaltig - so zum Beispiel Nudie Jeans. Der modische Aspekt muss nicht leiden. Es lassen sich schnell Labels finden, die zur neuen Lieblingsmarke werden können. Nachhaltige Qualität steht bei den Fair Fashion Labels im Vordergrund. Neben Langlebigkeit und entsprechender Verarbeitung sind für die Marken auch faire Entlohnung und menschenwürdige Produktionsbedingungen von großer Bedeutung. Im Bereich Eco Fashion gibt es diverse Siegel zur Überprüfung des Nachhaltigkeitsgehalts. Nicht jedes nachhaltige Modelabel ist deutlich teurer als Fast Fashion Anbieter. Auf die Lebensdauer bezogen, ist ein etwas höherer Preis aber sehr angemessen.

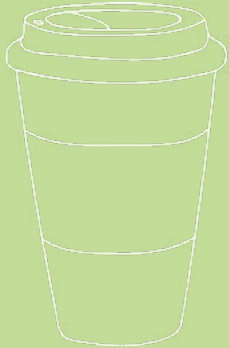
All das sind kleine Schritte zu einem großen Wandel. Wer bei Schritt sieben angekommen ist, hat einen nachhaltigen Kleiderschrank daheim. Aber jeder, der nur einige Tipps umsetzt, hilft der Umwelt enorm.

Text: Allegra Isert

Das geht – das nicht

Fünf Tipps für einen nachhaltigeren Alltag. Sei wild, sei gefährlich, sei umweltbewusst!

— „Benutzt du etwa noch Plastiktüten?“ Diese vorwurfsvolle Frage hat wohl jedeR schon einmal gehört. Und schon fragt man sich, ob es nicht wirklich an der Zeit ist, etwas nachhaltiger zu leben. Auf das ein oder andere kann man sicherlich verzichten. Aber auf was? Und warum? Und ist das alles nicht fürchterlich anstrengend? Nein. Ganz einfach: Nein. Schwierig ist hier nichts.

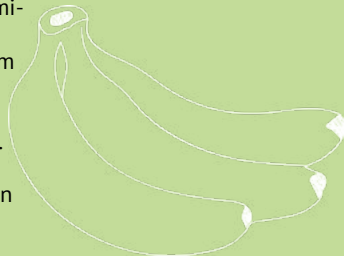


Mehrweg statt Einweg

Die Schlange beim Bäcker oder im nächsten Starbucks ist lang. „Ist der Coffee to go für die junge Dame fertig?“, ruft ein Mann hinter dem Tresen. Ein Pappbecher. Ein Plastikdeckel. Kaffeebusiness as usual. Laut der Deutschen Umwelthilfe werden in Deutschland stündlich 320.000 Einwegbecher verbraucht. Fast drei Milliarden Stück pro Jahr. Doch anstatt jedes Mal zuzuschauen, wie der nächste Deckel verschwendet wird, kann man bereits zu Hause etwas daran ändern. Einfach seinen eigenen Kaffeebecher mitnehmen und den Barista freundlich aufklären. Er wird bestimmt nicht „Nein“ sagen. Und wenn er „Nein“ sagt – laut protestieren. Fight for your right.

Die Welt gegen Deutschland

Wo kaufst du ein? In Costa Rica, Kenia oder doch Italien? Du weißt nicht, wovon die Rede ist? Natürlich von dem Obst auf dem heimischen Küchentisch. Doch die Frage ist, wer das heutzutage noch so genau weiß. Für uns ist es zum Alltag geworden, Obst aus dem Ausland zu kaufen. Die Entscheidung fällt folgendermaßen: Was sieht gut aus und ist zudem auch nicht so teuer. Doch dabei ist unser regionales Obst nicht schlechter als das aus dem Ausland. Es dauert nicht lange, um kurz nachzuschauen, woher das Obst kommt. Oder man fährt direkt zum regionalen Anbieter anstatt in den Supermarkt. Support your local dealer.



Stoffbeutel statt Plastiktüte

Die rechte Hand greift nach dem Apfel. Die linke nach der Plastiktüte. Doch warum eigentlich? Ist es so notwendig, jeden Apfel in Watte zu packen? Das ist es nicht. Es ist zur Gewohnheit geworden: zur schlechten. Perfekt positioniert hängen die Rollen direkt neben der Waage. Doch es geht auch anders: Wer den Vitaminlieferanten auch nackt sicher nach Hause bringen kann, legt ihn einfach in seine mitgebrachte Einkaufstasche. Ansonsten kümmern sich auch gerne kleine Stoffbeutel um das frische Obst. Plastic sucks.

Klasse statt Masse

„Ich habe nichts zum Anziehen!“ Ein Satz, den wohl jede Frau schon mal gesagt hat. Und vielleicht jeder zehnte Mann. Doch wenn wir mal ehrlich sind, belügen wir uns doch damit selbst. Unsere Kleiderschränke sind bis oben hin gefüllt. T-Shirt Nummer 23 wird ins letzte Regalfach gequetscht. Doch mit unserem Konsum verursachen wir nicht nur den Platzmangel zu Hause, sondern auch die Verschwendung von Ressourcen, die Verwendung giftiger Chemikalien und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen. Was man dagegen tun kann, ohne unbedeckt herumzulaufen? Bewusster einkaufen! Anstatt sich zehn billig produzierte T-Shirts zu besorgen, reicht auch eins, das fair produziert wurde. Ein paar Euro mehr tun dann auch nicht weh. Buy good stuff.



Pasta statt Schnitzel

Allein in Deutschland werden jährlich mehr als drei Millionen Rinder, 58 Millionen Schweine und 630 Millionen Hühner geschlachtet. Das Thema Massentierhaltung und Fleischkonsum hat in den letzten Jahren immer mehr Aufmerksamkeit erlangt. Es wird viel geredet, viel diskutiert, viel gefordert – doch konkret handelt kaum einer. Um sein eigenes Verhalten zu verbessern, muss nicht direkt eine Veränderung von 100 auf Null geschehen. Alleine den Fleischkonsum zu reduzieren und sich bewusst mit dem Thema auseinander zu setzen, ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Weniger Fleisch, besseres Fleisch und nur einmal im Monat zu McDonalds wäre vielleicht schon ein Anfang. An apple a day...



Fotos: Design Gipfel

Design Gipfel

Wer der Ware von der Stange müde geworden ist, der ist beim Design Gipfel, dem Markt für Design und Handgemachtes genau richtig! An den Standorten Essen, Münster und Dortmund werden handgemachte Unikate regelmäßig von den unterschiedlichen Ausstellern angeboten. Eine faire Alternative zu Fast Fashion, die es wert ist, gegen den Standard bei sich zu Hause ausgetauscht zu werden. Das sehen auch die zahlreichen BesucherInnen, die von innerhalb und außerhalb des Ruhrgebiets anreisen. Neue Designs und Ideen inspirieren im Industrie-Ambiente. Upcycling, Recycling, Do It Yourself und Fair trade – an Nachhaltigkeit mangelt es hier garantiert nicht.

Den Design Gipfel erklimmen die begeisterten BesucherInnen in den jeweiligen Städten zwei Mal jährlich an einem Wochenende. Für einen fairen Eintritt von drei Euro genießen Erwachsene ab 15 Jahren die harmonische Atmosphäre des Marktes von 12.00 – 18.00 Uhr. Abenteuerlustige Kinder dürfen ihre Eltern kostenfrei begleiten. Kreative Köpfe machen aus Altem wieder etwas Neues. Der Aussteller „Matchplopz“ stellt zum Beispiel originelle Retro-Flaschenöffner aus alten Modellautos her, die ansonsten reihenweise im Schrank daheim verstauben. Diese besonderen Stücke findet man nicht nur auf verschiedenen Märkten, sondern auch zum Beispiel im Store „Stueckgut“ in Bochum.

Wer auf Kleidung mit Geschichte aus der Heimat Wert legt, sollte den Stand der „Grubenhelden“ auf keinen Fall missen. Die Historie des Ruhrgebiets findet sich in ihrer Kleidung wieder. Ehrlichkeit, Direktheit und Kameradschaft, typische Werte, die für den Bergbau-Kumpel gelten. Die ergreifende Entstehungsgeschichte der Marke kann man auf Ihrer Website nachlesen. Und schon kann man verstehen, mit wie viel Leidenschaft und Herz die Grubenhelden an der Ware hängen. In ihrem Store in Gladbeck wird jedeR herzlich empfangen und darf seine Geschichte des Bergbaus gerne teilen. Einer für alle und alle für einen!

Designerin „Käpt'n Sarah“ produziert für ihr Label „Maaten“ Kinderware zum Verlieben. Die kleinen Schätze gibt es online und seit neuestem auch im Düsseldorfer Store „Klamotte“ im Stadtteil Derendorf. Eltern, die ökologische Kleidung für ihre Kinder zu schätzen wissen, sind hier in guten Händen. Doch nicht nur die Eltern, sondern auch die kleinen Matrosen freuen sich über die ergatterte Rarität.

Neben diesen und weiteren individuellen Ausstellern mit tollen Kostbarkeiten warten Fashion-Trucks vor der Tür. Auf ihrer kleinen, aber liebevoll eingerichteten Verkaufsfläche ziehen sie die BesucherInnen in den Bann. Der „Truck à porter“ zum Beispiel oder auch der „Fair Fashion Truck“ bieten stilvolle Mode an.

Alle Termine des Marktes werden hier veröffentlicht: www.design-gipfel.de

Text: Emma Engel



Ich bin gescheitert. Das Licht brennt. Die Heizung läuft. Das Wasser wird warm. Ich habe aufgegeben. Es ist egal, was ich mache, es geht nicht. Wenn ich die Reste meines Essens in den Mülleimer werfe, fühle ich mich schlecht; und wenn ich morgens meinen Kaffee genieße, weiß ich, dass er den weiten Weg aus Mittelamerika hinter sich hat. Wenn ich meine Kleidung zum Altkleidercontainer bringe, landet sie irgendwo in Ghana und schadet der dortigen Bekleidungsbranche. Kurzum: Ich bin kläglich gescheitert.

Selbstversuch #307

__Doch jetzt von Anfang an. Wer bin ich? Oder besser gesagt: Ich bin nicht alleine. Ich oder noch besser gesagt: Wir gehören zum Ö-Team. Das ökologische Team, das nun aufgibt. All unsere Bemühungen, nachhaltig zu leben, sind misslungen. Wir wollten es so dringend. Gut zur Umwelt sein und vor allem gerecht. Nur so viel nehmen, wie man braucht. Nur die Optionen nutzen, die wirklich niemandem schaden. Wir wollten endlich ein reines Gewissen. Unsere Motivation kommt von Bildern und Geschichten der Brutalität. Seien es gequälte Tiere, die durch Hormone Turbohochleistungen erbringen sollen oder die gleichgültig aussortiert werden, sobald sie ihren Nutzen nicht mehr erfüllen. Die Liste ist endlos lang – man denke nur an den CO₂-Ausstoß.

„Tomorrow – die Welt ist voller Lösungen“. Das ist der einzige kritische Film, der mich mit einem positiven Gefühl zurücklässt. Er beschäftigt sich mit vielen Projekten rund um den Globus,

in denen Menschen wie du und ich anpacken, um ihre und unsere Zukunft zu ändern. In den Bereichen Landwirtschaft, Energie, Wirtschaft, Demokratie und Bildung werden alternative Ansätze zum Status Quo porträtiert. Filme wie „What the Health“, „Before the flood“, „Cowspiracy“ und unzählige andere hingegen hinterlassen Hoffnungslosigkeit.

Nachdem wir das Elend in Filmen gesehen haben, in Büchern und Berichten darüber gelesen und unterstützende Expertenmeinungen hinzugezogen haben, stand es für uns fest: Wir wollen es besser machen! Wenigstens einen Tag lang wollten wir ein besserer Mensch sein. Wie es wohl wäre, am Abend ins Bett zu gehen, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben? Ben, Katharina und ich haben es versucht. Wir haben unsere Bequemlichkeit unterdrückt und uns von unserem Konsum- und Wohlstandlevel distanziert, an das wir uns gewöhnt haben.

Zeit zum Aufstehen. Ich schalte das Nachtlicht ein. Es wird langsam heller. Ich benutze inzwischen Stromsparlampen, aber nachhaltig ist es trotzdem nicht. Ich muss in einer Stunde in der Uni sein. In meinem Kleiderschrank herrscht das absolute Chaos. Die Suche nach fairer Kleidung lohnt sich gar nicht erst. Ich habe nur ein nachhaltiges Shirt, das mich neunzig Euro gekostet hat. Zu dem weißen T-Shirt lässt sich allerdings der rot-gestreifte Second Hand-Rock gut kombinieren. Zum Mittag habe ich mir etwas mitgenommen, denn in der Unikantine wird das Essen immer in Plastikbehältern serviert. Somit ist die Aussicht auf Nachhaltigkeit gleich null. Meinen Salat hingegen habe ich mir in eine wiederverwendbare Dose eingepackt und eine Gabel von zu Hause mitgebracht. Ich gebe mein Bestes.

Katharina ist hektisch auf dem Weg zur Arbeit. Die Hälfte wieder einmal Zuhause vergessen, zurück, jetzt bleibt kaum noch Zeit. Schnell kauft sie sich noch um halb acht beim Bäcker neben der Grundschule einen Kaffee zum Mitnehmen und ein belegtes Brötchen. An einen eigenen Becher hat sie gedacht, doch ihr Brötchen wird in eine „Wegwerftüte“ eingepackt. Das hatte sie einfach nicht auf dem Schirm.

Ben hingegen sitzt seit bereits einer Stunde im Rübenreinigungslader. Er ist Landwirt und verkauft seine Ernte regional. Leider verdient er kaum etwas mit seinem Gemüse, da es nicht den Vermarktungsnormen der EU entspricht. Er verliert siebzig Prozent seiner Ernte: Die Rüben sind zu groß oder zu klein, haben eine ausgeprägte Krümmung oder angefressene Blätter. Fast dreiviertel seiner Ernte verfüttert er an die Schweine des Nachbarn. Die freuen sich natürlich, wenn es die leckeren, aber krummen Rüben gibt. Bens Frau, Margarete, hat ihm leckere Bauernschnitten zum Mittag geschmiert. So kann er in Ruhe essen und sich den Weg mit dem Rübenreinigungslader sparen. „Das Ding frisst auch noch Sprit ohne Ende“, betont Ben jedes Mal nach der Ernte. Er hätte gerne „eins von diesen neuen Teilen, die man vor der Nutzung nicht erst reparieren muss.“ Die Schnitten sind natürlich mit frischem Fleisch vom Metzger aus dem Dorf, der nur regionales Fleisch verkauft – wie z.B. die Schweine des Nachbarn.





Auf dem Weg nach Hause hält Katharina bei „BIOlogical“ - dem Bioladen bei ihr um die Ecke. Sie nimmt die Herausforderung wirklich ernst und ist daher auf der Suche nach dem passenden Waschmittel. Eins, das das Abwasser nicht allzu sehr verunreinigt. Die Wäsche muss danach dennoch gut riechen. Die Auswahl ist winzig und irgendwie riecht alles nach Kernseife. Sie nimmt die kleinste Packung mit. „Das reicht, um es auszuprobieren.“ Während sie zur Kasse schlendert, entdeckt sie noch einen Wäscheduft. Lavendel. Gekauft, gewaschen, getestet. Katharina ist mit dem Ergebnis zufrieden und freut sich über diesen erfolgreichen Aspekt des Selbstversuchs.

Der Tag ist so gut wie vorbei und somit auch unser Selbstversuch. Wir treffen uns zum Abendessen im veganen Restaurant. „Ob das schmeckt?“ Bens Augen begutachten das Essen der anderen Gäste. Ich sitze Katharina und Ben gegenüber. Wie ihr Tag wohl verlaufen ist? Jeder erzählt, worauf er geachtet hat, was genervt hat und wie sie unseren Selbstversuch einschätzen. Schnell wird klar: „Das war nichts.“ Schon als ich die Augen am Morgen öffnete, hatte ich die Challenge verloren. Meine Bettwäsche, meine Federdecke, mein Strom, das saubere Leitungswasser, meine Pflegeprodukte – einfach alles. Besser gesagt, einfach nichts davon ist nachhaltig oder ansatzweise fair produziert. So hat es sich bis auf wenige Kleinigkeiten den ganzen Tag lang über immer und immer wieder gezeigt. Katharina und Ben erging es ebenso.

In der Welt, in der wir leben, ist es unmöglich, zu hundert Prozent nachhaltig zu handeln. Wir können zwar unser Bestes geben und Teilbereiche abdecken, aber man wird immer Fehler machen. So können wir zu Ökostrom wechseln, weniger materialistisch sein, Einwegverpackungen, besonders Plastik, vermeiden, mal auf das Auto verzichten oder weniger Fleisch essen. Dennoch, eins steht fest: Unbefleckt ist keiner von uns und wird es als zivilisierter Mensch niemals werden! Unser Fazit: Trage soviel zur Verbesserung bei, wie du kannst. Ein Prozent Nachhaltigkeit ist immer noch besser als gar nichts.

Naturkosmetik

Die Naturkosmetik gibt sich "green". Aber wie sauber ist die tägliche Körperpflege wirklich?

__Händewaschen, duschen, rasieren, eincremen - jeder Mensch benutzt tagtäglich Kosmetik. Doch wissen viele gar nicht, was in den Produkten verarbeitet wurde. Das Resultat: Unwissenheit über die Auswirkungen der Inhaltsstoffe bei der Anwendung und in der Herstellung. Giftstoffe, Tierversuche, Mikroplastik, Hormone - die Kosmetikindustrie ist nicht so "grün", wie sie behauptet. Dennoch steigt die Nachfrage zu gesünderen und nachhaltig verpackten Beauty-Produkten stetig.

Aber was genau versteht man eigentlich unter Naturkosmetik?

Ganz einfach: Es handelt sich um eine Produktgruppe, bei der aus der Natur gewonnene Bio-Inhaltsstoffe genutzt werden. Essenziell dafür sind natürliche Rohstoffe wie Arganöl, Sojaöl, Sheabutter oder auch Bienenwachs. Die Produktion ist dabei frei von Tierversuchen und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen. Draußen bleiben unter anderem aromatische Farbstoffe, radioaktive Bestrahlung, synthetische Fette, Öle und Silikone. Geprüft und

zertifiziert werden die nachhaltigen Kosmetikprodukte von Siegeln wie BDIH, Ecocert, Demeter, Eco Control oder Vegan.

Nur weil eine Verpackung die Wörter "Bio" oder "nachhaltig" enthält, heißt das noch lange nicht, dass das auch stimmt. Denn diese Begriffe sind in der Kosmetik nicht geschützt und viele Hersteller nutzen genau das aus: Greenwashing. Eine dreiste Strategie. Die Unwissenheit der KonsumentInnen wird ausgenutzt. Die als nachhaltig deklarierten Leistungen des Produkts oder Unternehmens sind frei erfunden. Aber das will der Hersteller natürlich nicht auf die Verpackung schreiben. Mit dem Naturtrend lässt sich nämlich gutes Geld verdienen. Demnach ist es umso wichtiger, sich über den Hersteller genau zu informieren, bevor man zum Produkt greift. Auf der anderen Seite verzichten manche Unternehmen auf eine Zertifizierung, obwohl ihre Produkte den Kriterien echter Naturkosmetik entsprechen. Grund: zu hohe Kosten. Für genau solche unklare Fälle gibt es die App "ToxFox". Mit ihrer Hilfe lassen sich rund 60.000 Produkte che-

cken. Eine modernere Variante ist "Codecheck". Das Prinzip ist gleich, jedoch wird hier auch auf Allergien hingewiesen.

Aber wo findet man zertifizierte Naturkosmetik?

Im Ruhrgebiet wird nachhaltige Kosmetik angeboten. Der Super-Bio-Markt in Dortmund stellt neben Biolebensmitteln auch zertifizierte Naturkosmetik bereit. Marken wie Dr. Hauschka, Lavera sowie Weleda sind auch beim dm-Markt erhältlich. Auch bekanntere Läden wie Lush bieten diverse Produkte an - natürlich ist alles frei von Tierversuchen, vegan, palmölfrei sowie natürlich präpariert. Lush gibt es in Oberhausen, Essen, Dortmund sowie Gelsenkirchen. Des Weiteren findet man auch online deutschlandweit diverse Anlaufstellen für Naturkosmetik:

www.curantus.de
www.pure-schoenheit.de
www.biomazing.eu
www.spatacular.de
www.ecco-verde.de

Text: David Költgen

TOP FIVE:



Foto: Komplett Media

Mein Herz schlägt grün:
Weltverbesserer für Anfänger -
Herzblut statt moralischer Zeigefinger
Louisa Dellert
Verlag: Komplett Media, 2018

Dein Weg zur Nachhaltigkeit:
350 praktische Tipps für den Alltag
Florian Schreckenbach & Leena Volland
Verlag: Books on Demand, 2016



Foto: Books on Demand



Foto: opkom Verlag

Besser leben ohne Plastik
Tipps und Rezepte, die zeigen wie es
anders geht
Anneliese Bunk & Nadine Schubert
Verlag: opkom Verlag, 2016

TIPPS

Fair für alle:
Warum Nachhaltigkeit mehr ist
als nur „bio“
Sonja Eismann & Nina Lorkowski
Verlag: Beltz & Gelberg, 2016



Foto: Beltz & Gelberg



Foto: smarticular

**Selber machen statt kaufen -
Haut und Haar:**
137 Rezepte für natürliche Pflege-
produkte, die Geld sparen und die
Umwelt schonen
Verlag: Smarticular, 2018

FILME:

- Promised Land (2012)**
- Deep Blue (2003)**
- Unsere Ozeane (2010)**
- Planet Erde (2006)**
- Unsere Erde (2008)**
- The 11th Hour (2007)**
- Eine unbequeme Wahrheit (2006)**
- Immer noch eine unbequeme Wahrheit -
Unsere Zeit läuft (2017)**

IM PRESS UM



AKADEMIE MODE & DESIGN
Mode · Medien · Management · Design

Copyright: © 2019 AMD Akademie Mode & Design
Herausgeber: AMD Akademie Mode & Design GmbH, Idstein

AMD Akademie Mode & Design
Standort Düsseldorf
Karl-Friedrich-Klees-Straße 10
40476 Düsseldorf
www.amdnet.de

Projektleitung

Dipl. Des. Ina Köhler,
Prof. Dr. Elisabeth Hackspiel-Mikosch
(AMD Akademie Mode & Design)
Andreas Hennig, Thomas Klein, Olaf Lenz
(Engagement Global GmbH)
Jürgen Sokoll (Faire Metropole Ruhr/Eine Welt Netz NRW)
Vera Dwors (Faire Metropole Ruhr/Amt für MöWe der
EKvW)
Markus Heißler (Faire Metropole Ruhr/Eine Welt Zentrum
Herne)

Redaktion BUY GOOD STUFF Ruhrgebiet

Die inhaltliche und visuelle Gestaltung des BUY GOOD
STUFF Ruhrgebiet Guides ist ein Projekt des 4. Semesters
Modejournalismus/Medienkommunikation an der
AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf

Redaktionsleitung: Dipl. Des. Ina Köhler
Visuelle Konzeption: Thorsten Lönnecker

Lektorat: René Linke

**DozentInnen der AMD Akademie Mode & Design
Düsseldorf:**

Dipl. Des. Ina Köhler, Andrea Kölle, Thorsten Lönnecker,
René Linke, Peter Miranski, Prof. Uwe Stocklossa

AutorInnen + Fotografie

Emma Engel, Linda Gerolstein, Lara Grobosch, Allegra
Isert, Danica Jovanovic, David Költgen, Ann-Christin
Kopitz, Jakob Liese, Felicitas Speis, Lola Tappe

GastautorInnen + Fotografie

Jasmin Assadsolimani, Carolina Abalos, Jil Blank,
Caroline Dahl, Merle-Marie Dornbracht, Victoria Fabian,
Tatjana Kruschik, Anne-Mareike Keßler, Catharina
Obernauer, Isabell Schwarzfeller, Marie Wiemer, Eliisa
Väisänen, Xiaoying Xu

Für die Koordinierung der redaktionellen Beiträge von
Studierenden des Masterstudiengangs Kulturanalyse
und Kulturvermittlung bedanken wir uns herzlich bei
Dr. Viola Hofmann, TU Dortmund, Seminar für Kultur-
anthropologie des Textilen



www.buygoodstuff.de



Redaktionsteam

BUY GOOD STUFF
AMD Akademie Mode & Design
Düsseldorf

Befragung

Koordination und Auswertung: Tatjana Krischik, Isabell Schwarzfeller

Einen herzlichen Dank an die InterviewerInnen:

Aurelia Becker, Carola Claus, Knut Claus, Victoria Fabian, Sukayna Darkaoui, Kathrin Hüing, Paulus Gkegkas, Janka Kowalski, Anna Lena Roth, Fatima Sardar, Kyra Sommer, Xiaoying Xu

Layout

Thorsten Lönnecker, Jakob Liese (Magazin)
Tatjana Krischik (Umfrage)

Druck

www.gruen-gedruckt.de, Schloemer & Partner GmbH, Düren
Diese Publikation wurde nach den Kriterien des Blauen Engel hergestellt:
ressourcenschonend und umweltfreundlich, emissionsarm und aus 100%
Recycling-Papier. Sie wurde CO2 neutral gedruckt.



BUY GOOD STUFF Ruhrgebiet ist ein Kooperationsprojekt.

**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



Mit Mitteln des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Netzwerk Faire Metropole Ruhr



AKADEMIE MODE & DESIGN

Mode · Medien · Management · Design

tu technische universität
dortmund

Institut für Kunst und Materielle Kultur

**SEMINAR FÜR
KULTURANTHROPOLOGIE
DES TEXTILEN**

FASHION JOURNALISM AND COMMUNICATION (B.A.)

Informationen zu Bewerbung
oder zu weiteren Studien-
und Bildungsangeboten:

www.amdnet.de



Foto: David Kolgen,
Model: Jascha Fehrlie,
EWM East West Models



AKADEMIE MODE & DESIGN
Mode · Medien · Management · Design



Entwicklungspolitisches
Engagement vor Ort -
wir beraten Sie gern!



(0211) 175 257 0



aussenstelle.duesseldorf@engagement-global.de

**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



Engagement Global informiert, berät und vernetzt.
Wir fördern Globales Lernen und zivilgesellschaftliches
Engagement für die nachhaltigen Entwicklungsziele.
Kommen Sie mit uns ins Gespräch:

Infotelefon: 0800 188 7 188 (gebührenfrei)
www.engagement-global.de

Im Auftrag des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung