

MITGLIEDERBEREICH

MITGLIEDERMAGAZIN JUNIA

ARCHIV JUNIA

**FAIR UND FESCH**

## FAIR und Fesch: Wann Kleidung nachhaltig ist



Mode ist ein weltweites Kulturgut. Sie dient dem persönlichen Ausdruck, steht für Zugehörigkeit oder symbolisiert Abgrenzung. Zudem deckt Kleidung das menschliche Bedürfnis nach Wärme und Schutz. Doch gleichzeitig ist die Modeindustrie für rund zehn Prozent des globalen Ausstoßes von Treibhausgasen verantwortlich – mehr als der Luft- und Schiffsverkehr zusammen. Immer mehr Konsument\*innen werden sich des Einflusses des Modekonsums auf Mensch und Umwelt bewusst. Woran erkennen wir, ob unsere Kleidung nachhaltig und fair produziert wurde?



Made in Europe ist fair. Made in China ist unfair. Polyester ist böse. Baumwolle ist gut. Teuer hält länger. Günstig ist nicht nachhaltig. Wie herrlich einfach es wäre, wenn wir die Welt – genauer die Modewelt – so klar bewerten und einteilen könnten. Wenn es nur wenige Kriterien bräuchte, die uns eindeutig zeigen: Dieses Kleidungsstück entstand ohne Schaden für die Umwelt oder die Menschen, die an seiner Herstellung beteiligt waren. Ganz so einfach ist es leider nicht. Denn nicht immer ist das Etikett aussagekräftig oder können Mitarbeitende im Laden Auskunft über die Herstellung geben. Und pauschal lässt sich weder behaupten, dass Kleidung aus China unfair ist, noch dass „Made in Europe“ automatisch fair bedeutet.

„Auch in China kann eine Produktion unter ökologischen oder fairen Bedingungen geschehen. Um das zu beurteilen, helfen uns Siegel. Die werden streng kontrolliert und geben ein gewisses Maß an Sicherheit“, sagt Uta Engbert, nachhaltige Stylistin und Stil-Beraterin aus Düsseldorf.

Zu den bekanntesten Textil-Siegeln gehören das Fairtrade-Siegel, das fairen Baumwoll-Anbau garantiert, sowie das Logo der Fair Wear Foundation, das die gesamte Modemarke als nachhaltig auszeichnet. Diese Siegel sind vertrauenswürdig, werden unter hohen Auflagen vergeben und dienen Konsument\*innen als nützliche Handreichung. Begriffe wie „nachhaltig“ oder „umweltfreundlich“, „fair“ oder „grün“ sind nicht geschützt. Die Vielfalt der Siegel kann Verbraucher\*innen in die Irre führen, warnt Engbert: So kann eine große konventionelle Modemarke mit „nachhaltigen“ Kollektionen werben oder einzelne Teile in Bio-Baumwolle anbieten.

---

„Das ist einerseits erfreulich, weil gerade Moderiesen wie H&M oder Ketten wie Tchibo viele Menschen erreichen. Aber ihr Nachhaltigkeits-Engagement bezieht sich zunächst nur auf einen sehr begrenzten Teil des Sortiments und macht die Praxis des Gesamtkonzerns nur bedingt besser. Hier müssen wir aufpassen, nicht in die Greenwashing-Falle zu tappen.“ Greenwashing ist die – oft bewusste – Geschäftspraxis von Unternehmen, sich durch bestimmte Produkte oder Kommunikation einen grünen Anstrich geben zu wollen. Durch vage Formulierungen wie „mit Bio-Baumwolle“ und „Recycling-Anteil“ werden Verbraucher\*innen gezielt getäuscht. Die EU entwickelt seit 2023 ein Gesetz, um diese Täuschung strafbar zu machen. Doch auch ohne Neuware können wir unseren Kleiderschrank nachhaltiger und fairer gestalten. Expertin Engbert berät als „slowsetter“ – eine Wortschöpfung aus „slow“ (langsam) und „Trendsetter“ – modebewusste Menschen, wie sie aktuelle Trends nachhaltig umsetzen können. So sollten wir direkt beim Kleidungskauf neben Siegeln auf das Etikett achten: Enthält das Kleidungsstück tierische Materialien? Bietet ein QR-Code weiterführende Informationen? „Legen Sie für sich fest, was Ihnen bei Mode unverzichtbar ist: Vegan und unverpackt? Fair und bio? Alles ist gleichermaßen legitim und hilft Ihnen bei der Kaufentscheidung. Vielleicht kommt für Sie als Tierfreundin Neuware aus Wolle oder Daunen nicht infrage, secondhand-Wollpullover oder recycelte Daune aber schon.“

*Viele Kleidungsstücke werden nur einmal getragen – im schlimmsten Fall gar nicht.*

Ein Kaufpreis ist zwar kein eindeutiger Hinweis auf Qualität. Dennoch kann ein höherer Preis motivieren, das Stück besser zu pflegen, länger zu tragen und zu wertschätzen. Wertschätzung von Vorhandenem in Kombination mit Secondhand, Repariertem und Neuem von nachhaltigen Labels macht den Kleiderschrank „grüner“. Dabei orientiert sich nachhaltiges Styling an modischen Trends und hat Qualität, Nutzbarkeit und Langlebigkeit im Blick. Langlebig bei Mode heißt, es häufig und lange zu tragen. „Viele Kleidungsstücke werden nur einmal getragen – im schlimmsten Fall gar nicht“, so Engbert. „Gerade für Langlebigkeit spielt Reparierbarkeit eine entscheidende Rolle.“



Eine Vorbildfunktion nimmt hier Frankreich ein: Das Nachbarland hat 2023 einen staatlichen Reparaturbonus eingeführt. Menschen erhalten bei teilnehmenden Schneiderinnen, Schustern oder Werkstätten Zuschüsse, wenn sie Schuhe neu besohlen oder Hosen flicken lassen. Dies ist eine Folge des „Anti-Verschwendungs-Gesetzes“ von 2020, das Hersteller verpflichtet, Abfälle zu vermeiden – laut der Expertin auch

für Deutschland eine Chance. „Ein Loch im Wollpulli kann eine Kunststopferei zustricken. Toll finde ich ‚Visible Mending‘, also sichtbares Stopfen, als Deko-Element. Es ist wunderbar, etwas zu erhalten, mit dem ich schöne Erinnerungen verbinde. Am Ende hat alles mit Wertschätzung zu tun – gegenüber der Umwelt und mir selbst.“

Doch Reparieren sei für viele Menschen mit dem Stigma behaftet, sich etwas nicht leisten zu können. Hier wünscht Engbert sich ein Umdenken, vor allem der Modeindustrie selbst: Neben Reparierbarkeit ist Recyclingfähigkeit wichtig. Die müsse bereits bei Produktion und Design mitbedacht werden. „Ein T-Shirt aus Bio-Baumwolle mit Anteil von recyceltem Polyester mag langlebiger sein. Dafür lässt es sich deutlich schlechter recyceln, weil die verschiedenen Fasern sich schwierig bis gar nicht trennen und weiterverwerten lassen. Solche Textilien werden am Ende oft verbrannt oder zu Dämmmaterial verarbeitet.“ Dass Mode die Umwelt belastet, zeigt eines der weltweit beliebtesten Kleidungsstücke: Allein der Anbau der benötigten Baumwolle für eine einzige Jeanshose schlägt mit einem Wasserverbrauch von bis zu 10.000 Litern zu Buche. Zwei Drittel ließen sich einsparen, wenn wir alte Jeans zu neuen verarbeiten. Diesem Ziel hat sich die bundesweite Kampagne „Jeansrecycling“ durch eigene blaue Wertstofftonnen verschrieben.

### **[www.jeans-recycling.org](http://www.jeans-recycling.org)**

Denn die Jeans durchläuft viele Schritte, bis sie im Einzelhandel landet: Die Baumwolle wird gesponnen und gefärbt, die Hose konfektioniert und veredelt, mit Knöpfen und Reißverschlüssen versehen, um Etiketten ergänzt und zuletzt verschifft. Tausende Kilometer und etliche Arbeitsschritte sorgen für eine kleinteilige und lange Lieferkette.

„Selbst uns Expert\*innen fällt es schwer, zu beurteilen, ob oder wie fair die Produktion im Einzelnen ist“, so Engbert. Von Konsument\*innen könne man das erst recht nicht erwarten. „Mein Rat: Verzagen Sie nicht aus Angst, etwas falsch zu machen, sondern fangen Sie irgendwo an. Nicht vergessen: Mode soll Spaß machen! Und das kann auch nachhaltige Mode.“

---

---

STAND: 21.06.2024