

DIE DREI SÄULEN VON FEMNET

KAMPAGNEN- UND LOBBYARBEIT

- FEMNET setzt sich ein für existenzsichernde Löhne, für das Recht auf gewerkschaftliche Organisation und gegen eine Diskriminierung der weiblichen Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie
- FEMNET führt im Rahmen der Clean Clothes Campaign (CCC) Kampagnen durch und richtet sich dabei an Unternehmen und Politik

BILDUNGS- UND BERATUNGSARBEIT

- Das FairSchnitt-Projekt kooperiert mit Modehochschulen, um Sozialstandards in die Lehre zu integrieren
- FEMNET berät die Stadt Bonn beim fairen Einkauf von Berufskleidung
- FEMNET erstellt Einkaufsführer für faire Kleidung
- FEMNET hält Vorträge für Verbraucher_innen

SOLIDARITÄTSFONDS

- FEMNET unterstützt Vereine und Gewerkschaften in Indien und Bangladesch bei ihrem Einsatz für Näherinnen mit Spenden

FEMNET e.V.
kontakt@femnet-ev.de
femnet-ev.de
fairschnitt.org
modefairarbeiten.de
facebook.com/femnetev



FEMNETe.V.

Feministische Perspektiven auf
Politik, Wirtschaft & Gesellschaft

BUY GOOD STUFF

FAIR FASHION
SHOPPING GUIDE KÖLN



**START
YOUR
CREATIVE
JOURNEY
HERE**

FASHION

DESIGN

MANAGEMENT

COMMUNICATION

Das Bildungsangebot der AMD:

- Mode Design (B.A.)
- Mode- und Designmanagement (B.A.)
- Marken- und Kommunikationsdesign (B.A.)
- Raumkonzept und Design (B.A.)
- Design and Innovation Management (B.A.)
- Modejournalismus/Medienkommunikation mit optionalem Aufbaustudium zum Bachelor of Arts (Hons) Fashion Management and Communication
- Styling
- Fashion and Product Management (M.A.)
- Fashion and Retail Management (M.A.)*
*in Akkreditierung
- Management in Creative Industries (MBA)

AMD Düsseldorf

Karl-Friedrich-Klees-Straße 10,
40476 Düsseldorf
T: +49 (0)211 - 3 86 26-0
duesseldorf@amdnet.de

www.amdnet.de



AKADEMIE MODE & DESIGN

Hamburg • Düsseldorf • München • Berlin

BUY GOOD STUFF!

Liebe Leserinnen und Leser,

wertebewusstes Kaufverhalten in Zeiten der Massentrends und Massenkommunikation erscheint zunächst als Widerspruch. Die sozialen Medien bewegen und beeinflussen unsere Entscheidungen, treiben sie an und dynamisieren sie. Was wir kaufen, hängt oftmals davon ab, was die anderen sagen, was sie bei Facebook oder Instagram empfehlen, „liken“ oder „disliken“. Die Gefahr besteht darin, dass Massentrends und Massenwaren in einem Zustand künstlicher Attraktivität und Inszenierung bedeutsam werden. So stellt sich bei billigem Schmuck, billigen Jeans, T-Shirts oder Schuhen nicht die Frage nach der Verantwortlichkeit oder der Nachhaltigkeit. Es ist Konsument_innen viel wichtiger, ob sie mit ihren Kaufentscheidungen den Massengeschmack treffen.

Die Chance der Massenkommunikation besteht aber auch darin, Gegentrends und Gegenentwicklungen in einem breiten Ausmaß auszulösen. Und hier setzt BUY GOOD STUFF an. Dieser regionale Wegweiser durch den Konsumdschungel führt exakt dorthin, wo Kaufen Sinn macht, weil die Ware nachhaltig produziert wird.

BUY GOOD STUFF ist vielleicht (noch) kein globaler Massentrend, aber das Konzept löst politische Bekenntnisse aus, macht wertebewusst, fördert Haltung, mischt sich ein. In Zeiten globaler Massenphänomene wie dem inszenierten Konsumverhalten kommt es darauf an, die soziale Verantwortung und den Diskurs nicht aufzugeben. BUY GOOD STUFF ist ein solches Beispiel.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen



**PROF. DR.
EKKEHART BAUMGARTNER**

*Geschäftsführung AMD
Akademie Mode & Design
Vizepräsident der
Hochschule Fresenius,
Fachbereich Design*



GOOD BUY STUFF!

Liebe Leserinnen und Leser,

Kaufen – anziehen – wegwerfen: Pro Jahr werden in Deutschland im Durchschnitt 15 kg Kleidung pro Kopf gekauft – das entspricht 23 Jeans oder 140 T-Shirts –, wovon 9 kg weggeworfen werden. Shoppen ist heute zur Freizeitbeschäftigung geworden und Kaufen zum Selbstzweck. Wir kaufen immer mehr, zahlen pro Stück aber immer weniger. Wie kann es sein, dass die Preise für Kleidung stetig fallen?

Bei dem Zusammenbruch der Textilfabrik Rana Plaza am 24. April 2013 starben über 1000 Menschen und über 2000 wurden z.T. schwer verletzt. Damit rückte schlagartig in unser Bewusstsein: Der niedrige Preis unserer Kleidung beruht auf unmenschlichen Arbeitsbedingungen, dramatischer Umweltverschmutzung und gewissenloser

Geschäftemacherei der Bekleidungsindustrie. In Bangladesch sind die Lohnkosten für die Näher_innen besonders niedrig, deshalb lassen dort fast alle großen Modemarken produzieren: Für die vier bis fünf Millionen Textilarbeiter_innen – rund 80 % sind weiblich – liegt der Mindestlohn bei 56 Euro im Monat.

In Zeiten zunehmender Globalisierung und schwindender Ressourcen müssen wir uns fragen, ob wir unsere Konsumgewohnheiten weiter so ausleben wollen. Denn verantwortungsbewusster Modekonsum ist möglich: BUY GOOD STUFF dient als Wegweiser durch das nachhaltige Modeangebot von Köln. Auch Secondhandläden gehören dazu.

Ich wünsche allen Leser_innen viel Freude an diesem Einkaufsratgeber.



DR. GISELA BURCKHARDT

*Vorstandsvorsitzende
FEMNET e.V.*

Bildung, die prägt.

VOLLZEIT ODER BERUFSBEGLEITEND STUDIEREN

Die Hochschule Fresenius bietet mit ihren Schools eine enge Verzahnung zwischen Theorie und Praxis: Bei uns lernen Sie von hochschulerfahrenen Praktikern und praxiserprobten Hochschullehrern!

Business Academy Fresenius · Business School · Media School · Psychology School · International Business School

hs-fresenius.de



Köln | Düsseldorf | Hamburg | München | Berlin | Idstein | Frankfurt am Main | New York

Liebe Leserinnen und Leser,

sicherlich haben Sie es schon bemerkt. Der Modemarkt steht vor einem radikalen Wandel. Auch wenn Billigmarken versuchen, mit Fast Fashion sich gegenseitig zu unterbieten, so wächst gleichzeitig das Unbehagen der Kund_innen. Laut Umfragen würde die überwiegende Mehrheit von ihnen zwar gerne ökologisch nachhaltige und sozial fair produzierte Kleidung kaufen, aber sie wissen noch nicht wo und worauf sie achten sollten.

Deshalb gibt es nun BUY GOOD STUFF – FAIR FASHION SHOPPING GUIDE für Köln. Grundlage dieses Guides ist die flächendeckende Befragung von Modegeschäften in Köln, was erstmals in Bonn von FEMNET e.V. realisiert wurde. Nach der erfolgreichen Ausgabe für Düsseldorf haben sich hier Studierende der AMD Akademie Mode & Design, Fachbereich Design der Hochschule Fresenius, mit Kölner Expertinnen von FEMNET e.V. zusammengetan und diesen ersten kostenlosen öko-fairen Einkaufsratgeber für Mode in Köln verfasst. Gemeinsam erfragten sie das Angebot von ökologisch nachhaltiger und fair produzierter Mode in rund 700 Geschäften. Sie interviewten ferner Kölner Designer_innen und Geschäftsinhaber_innen, die sich auf öko-faire Mode spezialisieren. So entstand dieser attraktive Store Guide mit 120 Geschäften und 14 Store- und Label-Porträts, der Lust machen soll auf eine Entdeckungsreise zur nachhaltigen Mode in Köln. Während der Befragung wurde aber auch eine spannende Weite an Good Stuff sichtbar. Überwältigend ist das breite Spektrum der angebotenen

öko-fairen Mode in Köln. BUY GOOD STUFF lädt hier zu einer differenzierten Diskussion über nachhaltige Mode ein.

Um mehr Licht in das komplexe Thema zu bringen, beantworten verschiedene Beiträge wichtige Fragen: Was verbirgt sich hinter Begriffen wie „Holistic Fashion“, „Slow Fashion“, „Upcycling“ oder „SeaCell“? Welche Gefahren lauern in Jeans im beliebten Used Look und welche Alternativen gibt es hier? Wie sehen die Arbeitsbedingungen der Frauen in Bangladesch aus und welche Initiativen wollen ihnen helfen? Wie entwickelt sich die öko-faire Mode weltweit?

Wir danken der Oberbürgermeisterin von Köln Henriette Reker für ihre Unterstützung als Schirmherrin der Kölner Ausgabe von BUY GOOD STUFF. Ferner sind wir sehr dankbar für die großzügigen Förderungen der Stiftung für Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen und von Engagement Global gGmbH. Auch unseren Sponsoren sind wir zu großem Dank verpflichtet, insbesondere der quirin bank, ver.di, TransFair e.V. und der Stadt Köln. Ohne das außerordentliche Engagement vom FEMNET-Team wäre dieses Projekt nicht möglich gewesen: Tatjana Kruschik, Michaela Reithinger und Johanna Herget gilt ein herzlicher Dank. Jetzt liegt es an Ihnen, mithilfe des Fashion Guides BUY GOOD STUFF Köln neu zu entdecken. Das Motto lautet: „Buy good stuff!“

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen



**PROF. DR. ELISABETH
HACKSPIEL-MIKOSCH**

Professorin für Modetheorie und Modegeschichte, AMD Akademie Mode & Design, Fachbereich Design der Hochschule Fresenius



**DIPL. DESIGN-INGENIEURIN
ANNIKA CORNELISSEN**

Multiplikatorin für FEMNET e.V.



Was halten Sie von
öko-fairer Mode?
S. 08



Slow Fashion
Movement
S. 12



LOHAS -- ein neuer
Lifestyle-Trend?
S. 15



Neue ökologische
Chemiefasern
S. 22



Pelz – ja oder nein?
S. 26



Zwischen Not und
Notwendigkeit
S. 28



Fashionstrecke:
A Day in Cologne
S. 46



Label-Porträt:
Trinkhallenschickeria
S. 66



Store-Porträt:
Kleiderei
S. 92



Store-Porträt:
Polyestershock
S. 98

INHALT

ALL ABOUT ECO

01	Vorwort	
02	Editorial	
08	Was halten Sie von öko-fairer Mode?	32
10	Eine Konsument_innenbefragung: Wie kauft Köln ein?	34
12	Slow Fashion Movement	
15	LOHAS – ein neuer Lifestyle-Trend?	36
18	Eine saubere Sache!	38
22	Neue ökologische Chemiefasern	
24	Jeans im Used Look - Alternativen ohne Gefahr für Umwelt und Gesundheit	44
26	Pelz – ja oder nein?	44
28	Zwischen Not und Notwendigkeit – die schwere Arbeit der Frauen in den Textilfabriken	46
	Wear Fair dank Fair Wear: Die Fair Wear Foundation	
	Es grünt so grün – Greenwashing in der Modeindustrie	
	Eco Fashion Goes International	
	Schritte in die richtige Richtung: Multistakeholder-Initiativen und politische Entwicklungen	
	Textile Siegel und Standards	
	Nachgefragt: öko-faire Mode in Köln	
	A Day in Cologne: Fotostrecke mit öko-fairer Mode	

WHERE TO SHOP FAIR

58	Porträts von öko-fairen Modelabeln aus Köln
76	Porträts von öko-fairen Mode- geschäften in Köln

STORE-REGISTER

102	Einführung Store-Register
104	Modegeschäfte Köln-Mitte
115	Modegeschäfte Köln-Ost
118	Modegeschäfte Köln-West
130	Modegeschäfte Köln-Nord
134	Modegeschäfte Köln-Süd

WAS HALTEN SIE? VON ÖKO-FAIRER MODE

Was ist eigentlich „öko-faire Kleidung“? Auf Spurensuche in der Kölner Innenstadt befragten Leonie Bender und Johanna Dahmen, Studentinnen von der AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf, Passant_innen auf der beliebten Einkaufsmeile Hohe Straße. Wir wollten wissen, was Kölner Konsument_innen von Ökologie, Nachhaltigkeit und Transparenz in der Mode und ihrer Produktion halten. Auch wenn die Kaufentscheidung nicht immer danach getroffen wird, so zeigen viele Konsument_innen heute schon ein Bewusstsein für die Probleme der Fairness und Ökologie in der Kleiderproduktion.

TEXT Leonie Bender und Johanna Dahmen

Raider, 69 Jahre und Künstler von Beruf, meinte: „Man kann nicht fröhlich in seinen Pullover steigen, wenn Menschen dafür für einen Hungerlohn arbeiten.“ Faire Kleidung wird unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt, d.h. auch die Textilarbeiter_innen in den Billiglohnländern erhalten einen existenzsichernden Lohn und soziale Leistungen, die wie bei uns eigentlich selbstverständlich sein sollten.

WAS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT IN DER MODE?

„Keine Ausbeutung, keine Synthetik, keine Tierquälerei“, sagt Samira (20, Medienstudentin). Tierschutz ist uns wichtig. Ein ganzer Mantel aus echtem Tierfell ist für viele Kund_innen ein absolutes moralisches No-Go. Aber ihnen ist nicht bewusst, dass ein süßer flauschiger Pelzkragen aus echtem Fuchs unter ebenso grausamen Bedingungen gewonnen wird. Während in der konventionellen Kleidung noch immer gefährliche chemische Stoffe stecken, wie unlängst die Detox-Kampagne von Greenpeace feststellte, achtet die ökologische Herstellung von Kleidung auf den Erhalt von Umwelt und Gesundheit.

„Alternative Leute kaufen sogar die Mode öko-bewusst“, fällt Tim (20, BWL-Student), dazu ein. Heute tragen nicht nur sogenannte Alternative

ökologische Mode. Es gibt immer mehr nachhaltige Labels, die Mode für jeden Geschmack anbieten und sich dabei an der aktuellen Mode orientieren. Einige Kölner Marken sind hier sehr erfolgreich: ARMENDANGELS bietet lässige junge Mode an. Die Kölner Designerin Claudia Lanus entwirft feminine bürotaugliche Mode. Bei dem Couture-Label AvantgardeGreen findet man öko-faire Kleider für den besonderen Anlass.

ÖKO-FAIRE MODE ZU HUMANEN PREISEN

„Teure Preise, aber faire Gehälter“ – das verbindet Ellie (22, Studentin) mit öko-fairer Kleidung. Aber woran wird der Preis von Kleidung eigentlich gemessen? Man vergleicht nachhaltig produzierte Kleidung oft mit Fast Fashion und Wegwerfmode. Gleichzeitig geben wir jedoch bereitwillig sehr viel mehr Geld für angesehene Modemarken aus und da können die nachhaltigeren Anbieter locker mithalten.

Unsere Umfrage in Kölner Geschäften ergab, dass die überwiegende Mehrheit des Angebots an öko-fairer Kleidung tatsächlich im mittleren Preissegment liegt. Sie ist also sehr viel preiswerter als die begehrten teuren Marken, aber natürlich teurer als die Billigmarken. Warum nicht mal die wahren Kosten bezahlen? Ökologische Kleidung und fair

”

Man kann nicht fröhlich in seinen Pullover steigen, wenn andere Menschen dafür für einen Hungerlohn arbeiten.

gehandelte Kleider haben nun mal ihren Preis.

FÜR MEHR TRANSPARENZ IN DER MODEBRANCHE

„Mehr Transparenz? Finde ich gut, aber nur bei Frauen!“, meint Jakob (23, Student). Auf dem langen Weg von der Fasergewinnung bis zum fertigen textilen Produkt im Geschäft geht jegliche Durchsichtigkeit für Kund_innen verloren. Herstellungsprozesse der Materialien und Arbeitsbedingungen der Lieferanten sind in der konventionellen Mode führender Modemarken schwer nachvollziehbar, finden auch unsere Befragten. Wir wollen wissen, unter welchen Bedingungen unsere Kleidung hergestellt wird. QR-Codes in Kleidung können z.B. über die Produktionsschritte des Kleidungsstücks informieren. Eine Studie der Hochschule Reutlingen ergab 2016, dass solche in Kleidung angebrachten QR-Codes bei Kund_innen zu mehr Interesse an der Nachhaltigkeit von Kleidung und zu einem besseren Shopping-Gefühl führen. Einige nachhaltige Modemarken versehen schon ihre Kleidung mit QR-Codes, wie etwa das junge nachhaltige Label JAN 'N JUNE aus Hamburg und die italienische Marke Haikure.

ÖKO-FAIRE MODE IN ÜBER 140 KÖLNER GESCHÄFTEN

„Habe ich auch noch nie gekauft“, gibt Jakob (23, Student) zu. Dabei gibt es mittlerweile viele Möglichkeiten, in Köln öko-faire Mode zu kaufen. Tatsächlich hat unsere Umfrage im Kölner Einzelhandel ergeben, dass es sage und schreibe 161 Geschäfte in Köln gibt, die ökologisch nachhaltige

und fair produzierte Mode anbieten. Man kann diese Kleidung in vielen Stadtvierteln, in vielen Preislagen und in sehr unterschiedlichen Stilrichtungen finden.

Immer noch nicht überzeugt? Dann schauen Sie in unseren Ratgeber!



LEONIE BENDER UND JOHANNA DAHMEN
bei ihrer Umfrage in Köln (Foto: Simon Leipelt)

Eine Konsumentenbefragung: Wie kauft Köln ein?

Lange hielt sich das Vorurteil der „teuren Müslimode“: zu teuer, zu hässlich, zu öko! Doch gibt es schon seit einiger Zeit, gerade in den jungen und alternativen Vierteln der Großstadt Köln, ökologisch nachhaltige und fair produzierte Kleidung zu erschwinglichen Preisen. Das Angebot ist also da und wir haben uns nun gefragt: Wie sieht die Nachfrage eigentlich aus?

TEXT Susanne Böller, Frederike Freund, Hannah Grau, Heike Matusche und Zelal Tunc. In Zusammenarbeit mit Dr. Dennis Klinkhammer und M.A. Pia Kollender



DAS UMFRAGETEAM DER UNI KÖLN: (v.l.n.r.) Susanne Böller, Hannah Grau, Heike Matusche, Frederike Freund, Dennis Klinkhammer und Zelal Tunc (Foto: Annika Cornelissen)

Wir, das ist ein Team aus fünf Kölner Studentinnen, die in Zusammenarbeit mit FEMNET e.V dieser Frage auf den Grund gehen wollten. Die Untersuchung fand im Rahmen der Veranstaltung Service Learning des ProfessionalCenters in der Universität zu Köln statt. An mehreren Nachmittagen haben wir auf der Schildergasse, einer der meistfrequentierten Einkaufsmeilen Deutschlands, eine Paper-Pencil-Befragung durchgeführt. Und das bei jedem Wetter.

Mit knapp 100 Konsument_innen konnten wir sprechen, die sich Zeit für unsere etwa fünfminütige Befragung nahmen.

Zunächst haben wir das Einkaufsverhalten generell beleuchtet. Dabei stellten wir fest, dass die befragten Konsument_innen durchschnittlich pro Einkauf zwischen drei und fünf Kleidungsstücke einkaufen. Zusammen mit der angegebenen Häufigkeit der Einkäufe innerhalb eines Jahres konnten wir errechnen, dass eine Person im Durch-

schnitt für sich bis zu 60 Kleidungsstücke im Jahr einkauft. Da kommen eine ganze Menge neu gekaufter Kleidungsstücke zusammen.

Warum kaufen wir Kleidung?

Unsere Umfrage ergab, dass bei der Kaufentscheidung vor allem das Design der Kleidungsstücke (89,3 %), die Qualität und die Haltbarkeit der Produkte (80 %), das Preis-Leistungs-Verhältnis (79 %) und zuletzt der konkrete Bedarf (77,8 %) eine Rolle spielen.

Die Modemarke stellt für 62,3 % der Befragten ein bedeutendes Kaufargument dar. Für die meisten scheinen Vorbilder aus Zeitschriften und der Stil von Prominenten jedoch keine Rolle bei der Kaufentscheidung zu spielen.

Als weniger relevant gelten ein günstiger Preis, ausgewiesene Siegel, das Herstellungsland und die Empfehlungen von Freund_innen. Die angeblich untergeordnete Bedeutung des günstigen Preises überrascht, wenn man bedenkt, wie viele Kund_innen schwer bepackt mit Taschen von Billig- und Fast-Fashion-Modeketten auf der Einkaufsmeile herumlaufen.

Auf unsere Bitte, bis zu drei Gründe zu nennen, warum sie ökologisch und fair produzierte Kleidung kaufen (würden), antworteten die meisten: „Gerechte Arbeitsbedingungen“, „Qualität“ und „Nachhaltigkeit“. Die Antworten zeigen, dass den Kund_innen der Unterschied zu konventionell hergestellter Kleidung offensichtlich schon bewusst ist. Außerdem wurde noch der Tragekomfort angegeben sowie die Tatsache, dass es einfach schöne Sachen sind.

”

75 % der Teilnehmer_innen würden sich gerne mit Hilfe des Einkaufsführers informieren.

Warum sie trotzdem KEINE ökologisch und fair produzierte Kleidung kaufen, begründeten die Befragten mit ihrer Unkenntnis darüber, wo sie die entsprechenden Läden finden können.

Daraus kann man schließen, dass das Interesse für ökologisch nachhaltige und fair produzierte Kleidung durchaus vorhanden ist, aber viele nicht wissen, wo sie diese Kleidung kaufen können. So fragten wir die potentiellen Kund_innen direkt, ob sie denn auch Interesse an einem öko-fairen Modeeinkaufsratgeber für Köln haben.

Das Ergebnis: 75 % der Teilnehmer_innen würden sich gerne mithilfe eines Einkaufsführers informieren.

Schließlich ergab die Analyse unserer Umfrage: Je mehr sich die Kund_innen mit dem Thema beschäftigen, desto mehr achten sie beim Kauf auf nachhaltige Siegel, das Herstellungsland und die Produktqualität.

Damit können wir die diesjährige Studie der Hochschule Reutlingen bestätigen, die ebenso feststellte, dass Kund_innen umso kritischer beim Einkauf sind, je mehr sie über die Kriterien von Nachhaltigkeit wissen. Allerdings erwarten die Kund_innen gleichzeitig auch eine gute Produktqualität, ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis und ein gutes Design.

BUY GOOD STUFF, der Einkaufsführer zur ökofairen Mode in Köln, erfüllt diese Wünsche. Er klärt auf und zeigt, wo es nachhaltige und aktuelle Mode in Köln zu kaufen gibt.

Wir wünschen hiermit allen Leser_innen viel Spaß beim nachhaltigen Shoppen!

MOVEMENT

SLOW FASHION

Langsame Mode? „Slow Fashion“ steht für Entschleunigung der Mode. Ziel ist es, das Tempo der Produktion zu verlangsamen, die katastrophalen Arbeitsbedingungen vieler Textilarbeiter_innen zu verbessern und ein nachhaltiges Konsumverhalten zu fördern.

TEXT Miriam Barbro Wolf

DIE SCHATTENSEITEN DER MODE

DNicht zuletzt durch die rasante Entwicklung der Fast Fashion und des billigen Massenkonsums seit den 1990er-Jahren bringt die Produktion von Mode und Textilien gravierende Probleme mit sich. Der ökologische Fußabdruck ist in Deutschland mit 4,6 gha (globaler Hektar) pro Person weit höher als im weltweiten Vergleich. Jede_r Deutsche konsumiert durchschnittlich allein 15 kg Kleidung pro Jahr. Um den Massenkonsum zu befriedigen, wird immer mehr produziert. Im 14-tägigen Rhythmus hängen neue Kollektionen in den Läden zu stetig sinkenden Preisen. Die Textilien verlieren dabei an Qualität und landen schneller im Müll. Die rund 9 kg Kleidungsmüll pro Jahr bestehen nicht nur aus kaputten Stücken, sondern auch aus Fehlkäufen oder Teilen, die schnell „aus dem Trend“ kommen. Auch hier liegen wir Deutschen über dem Durchschnitt.

SLOW FASHION MOVEMENT

Nachhaltigkeit in Mode und Textil ist ein wichtiges Thema, das viele Initiativen, Kampagnen und Institutionen mit verschiedenen Aktionen vorantreiben. So will auch die Wanderausstellung „Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode“, die das Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg 2015 eröffnete, zu einer erkennbaren Wende beitragen. Die Schau vermittelt mit klärenden Inhalten und ernüchternden Bildern die sozialen und politischen Auswirkungen der

Modeindustrie, die auf billige Massenware setzt. Im Zusammenhang der Ausstellung zeigt das Slow Fashion Labor Alternativen auf, die von nachhaltigen Materialien und zukunftsfähigen Technologien bis hin zu neuen Designansätzen und Konzepten reichen. Sie sollen ein reflektiertes Konsumverhalten anregen.

Angelehnt an andere Langsam-Bewegungen (z.B. Slow Food) steht hier Genuss gepaart mit Achtsamkeit und Verantwortung im Fokus. Slow Fashion ist ein ganzheitlicher Bewusstseinswandel, es geht um Qualität, kulturelle Vielfalt, Identität, Wertschätzung, Umdenken und Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt. Geprägt wurde der Begriff 2007 durch Kate Fletcher, britische Design-Aktivistin und Professorin am Centre for Sustainable Fashion des London College of Fashion. Slow Fashion liefert ihrer Meinung nach einen individuell anwendbaren Ansatz mit vielen Facetten und sie sieht Nachhaltigkeit als ein offenes Konzept. Sie etablierte die Begriffe „reuse“, „reduce“, „recycle“ als Grundgedanken des nachhaltigen Konsums. Denn neben nachhaltig hergestellten Stoffen und Fasern wie TENCEL® und SeaCell® sowie zeitlosen, multifunktionalen Designs und neuen Schnitttechniken wie Zero Waste bietet gerade die kreative Wiederverwendung von gebrauchter Kleidung alternative Konsumpraktiken.



SEE THE BIG PICTURE

Slow Fashion ist ein ganzheitliches Konzept mit vielen ethisch vertretbaren Alternativen. Ziel ist ein bewusstes, ressourcenschonendes Verhalten und die Reflektion des eigenen Konsumverhaltens. Dabei gibt es natürlich noch viele Widersprüche. Schließlich steigen durch den wachsenden Kauf von Eco Fashion Produktion und damit auch der Konsum an, wenn auch bei Eco Fashion in geringerem Ausmaß als bei konventioneller Kleidung. Bio-Baumwolle verbraucht immer noch viel Wasser, zudem wäre das Ein-

kleiden aller Menschen mit 100%iger Bio-Baumwolle gar nicht möglich. Viele neue nachhaltig produzierte Materialien sind Nischenprodukte und viele alternative Systeme sind nicht auf den Massenkonsum anwendbar. Slow Fashion bedeutet Balance und verantwortungsvolles Leben. Gleichzeitig bietet es die Chance, wieder mehr zu sich selbst und einem eigenen Stil zu finden. Schon Coco Chanel fand, dass es mehr auf den eigenen Stil ankommt und nicht auf den ständigen Modewechsel.

SLOW FASHION_{ABC}

Die folgende Liste erläutert die wichtigsten Begriffe der Slow-Fashion-Bewegung. Weitere Informationen zu Slow Fashion bietet der Slowfashionblog.de der Autorin.

ECO-FASHION Alle Kleidungsstücke werden umweltfreundlich, sozialverträglich und fair hergestellt. Weltweit entstehen immer mehr modisch anspruchsvolle grüne Modemessen.

SUPPORT YOUR LOCALS Die Mode wird regional aus vorhandenen und nachhaltigen Materialien hergestellt. Die Produktionskette ist kurz, die einzelnen Schritte von der Faser bis zur Verarbeitung sichtbar.

HANDMADE Durch die textile Massenproduktion in fernen Ländern droht unsere eigene textile Kultur zu verschwinden. Eine Rückbesinnung auf handwerkliche Traditionen und die Nutzung von kleinen Manufakturen gehört ebenso zur Slow Fashion wie die Do-it-yourself-Bewegung (DIY).

REUSE Vintage- und Secondhand-Mode verlängern den Lebenszyklus von Kleidung und sind somit besonders nachhaltig. Im Sinne der Sharing Economy können Kleider getauscht, geteilt,

verschenkt oder geliehen werden, wie etwa bei der Kleiderlei in Köln und Hamburg oder auf den zunehmend beliebten Kleidertausch-Partys.

REPAIR Fast jedes Teil kann repariert werden. Dazu gibt es Repair-Cafés in vielen Städten, die die Reparatur-Kultur wiederbeleben und den Konsumgütern eine längere Lebensdauer bescheren wollen.

REDUCE Der achtsame Umgang mit dem eigenen Konsum- und Wegwerfverhalten kann ebenfalls zur Verkleinerung des ökologischen Fußabdrucks beitragen. Und nicht zu vergessen der kritische Blick in den eigenen Kleiderschrank: Weniger ist mehr!

RE- & UPCYCLE Anstatt Altkleidung zu entsorgen, kann man sie an spezielle Upcycling-Designer_innen geben oder selber kreativ werden mithilfe von DIY-Magazinen und Online-Tutorials.

LOHAS-Trend?

ein neuer Lifestyle-

„Lasst uns diesen Planeten nicht für selbstverständlich nehmen“, so endete Leonardo DiCaprio seine Dankesrede für die Überreichung seines ersten Oscars im Februar 2016. In diesem entscheidenden Augenblick seiner Karriere nutzte er die öffentliche Aufmerksamkeit, um an ein Millionenpublikum zu appellieren, dass wir mehr Verantwortung für die Erhaltung der Umwelt und der Natur übernehmen sollten.

TEXT Selina Ohneseit

NACHHALTIGKEIT AUF DEM VORMARSCH

Leonardo DiCaprio zählt zu den sogenannten „LOHAS“. Immer mehr Menschen schließen sich dem Konsument_innentrend „Lifestyles of Health und Sustainability“ an. In der „Otto Group Trendstudie 2013“ zum ethischen Konsum gaben 56 % der Befragten an, häufig Bio- bzw. öko-faire Produkte zu kaufen, was eine deutliche Steigerung gegenüber 29 % aus der Studie von 2009 bedeutet.

Weitere Statistiken zeigen, dass der Anteil der LOHAS von 22 % der Konsument_innen seit 2007 auf 27,8 % im Jahr 2015 gestiegen ist. Das Zukunftsinstitut aus Frankfurt stellt fest, dass LOHAS mehr als eine Zielgruppe sind. Sie bilden inzwischen eine wachsende neue gesellschaftliche Mehrheit und dementsprechend prognostiziert das Institut, dass die Märkte in Zukunft grün sein werden.



EMMA WATSON bei der Met Gala 2016 in einem Abendkleid aus recycelten PET-Flaschen © D. Kambouris /Getty Images

WER SIND DIESE LOHAS UND WAS WOLLEN SIE?

LOHAS verfolgen einen gesunden, nachhaltigen und verantwortungsvollen Lebensstil. Anders als die sogenannten Ökos der 1970er- und 1980er-Jahre und die heutigen LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity) predigen sie keinen Konsumverzicht, sondern sie wollen bewusst und mit gutem Gefühl konsumieren. Der größte Anteil der LOHAS ist zwischen 30 und 59 Jahre alt. Sie verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2000 Euro und 3000 Euro im Monat und haben in der Regel eine gute Ausbildung. LOHAS suchen gezielt nach zertifizierten Bio-Produkten und fair produzierten Waren. Sie wollen mit ihrem Konsum Unternehmen zu mehr Umweltbewusstsein, verantwortungsvolleren Produktionsweisen, Fairness und zu mehr Transparenz bewegen.

BIO-LEBENSMITTEL – EIN STARK WACHSENDER MARKT

Der Verzehr von gesunden, biologisch produzierten Lebensmitteln steht an erster Stelle. So entstehen immer mehr Bio-Läden in unseren Städten. Marken wie Alnatura bieten eine riesige Palette mit rund 1200 Bio-Produkten an. Sogar Discounters reagieren auf die Erwartungen der LOHAS. Das Angebot von zertifizierten Bio-Lebensmitteln steigt bei Aldi ständig. Der Markt an Bio-Lebensmitteln konnte im Jahr 2013 eine Wachstumsrate von 7 % vorweisen, fair gehandelte Produkte sogar von 21 % gegenüber dem Vorjahr.

GREEN GLAMOUR AUF DEM ROTEN TEPPICH

Auch im Modebereich verlangen die LOHAS nach hochmodisch-aktueller Kleidung. Gleichzeitig soll ihre Kleidung Umwelt, Ressourcen und Gesundheit schonen sowie unter fairen Bedingungen hergestellt werden. Die Stars unter den LOHAS machen es vor. Livia Firth, Gründerin der Nachhaltigkeitsberatungsfirma Eco-Age und Ehefrau des Oscar-Preisträgers Colin Firth, rief den Green Carpet Challenge ins Leben. Sie wird dabei unterstützt von prominenten Personen und Marken der Modebranche. Ihr Ziel ist es, dass Stars bei großen Events in „grünen“ nachhaltigen

Roben auf dem roten Teppich erscheinen und damit weltweit öko-faire Kleidung propagieren. Als Colin Firth 2011 den Oscar als Hauptdarsteller in „The King’s Speech“ erhielt, erregte Livia Firth mit einem eleganten Abendkleid viel Aufmerksamkeit. Es bestand komplett aus elf gebrauchten Kleidern der 1930-er Jahre. Nur der Nähfaden war neu. Emma Watson trug bei der jährlichen Met Gala 2016 in New York passend zum diesjährigen Thema „Manus x Machina. Fashion in an Age of Technology“ ein extravagantes futuristisches schwarz-weißes Abendkleid. Calvin Klein hatte das Kleid nach ihren Vorstellungen und in Zusammenarbeit mit Eco-Age komplett aus Textilien und Garnen gefertigt, die aus PET-Flaschen recycelt waren. Eco-Age kommentierte: „Die perfekte Hochzeit von Ethik und Ästhetik.“

LOHAS - SICHER KEIN KURZER TREND

Das Phänomen LOHAS wird zukünftig immer mehr in den Mittelpunkt der Gesellschaft rücken und neue Möglichkeiten für einen reflektierten Konsum hervorbringen. Jede_r kann durch eine bewusste Lebensweise Verantwortung für die Umwelt übernehmen. Dabei geht es um eine gesunde Umwelt, eine faire Gesellschaft und globale Gerechtigkeit. Der Lebensstil ist mehr als nur ein Lifestyle-Trend, sondern der Beginn eines neuen Verantwortungsbewusstseins und könnte ein Beitrag für die Zukunftsfähigkeit der ganzen Menschheit bedeuten.

Lassen Sie uns den Planeten also nicht für selbstverständlich nehmen. Einen bewussten und nachhaltigen Lebensstil zu führen, bedeutet keine Einschränkungen, sondern vielmehr eine Bereicherung für die Welt.

Trippen Köln
Flandrische Strasse 10a
50674 Köln
T 0221 45318645
Mo-Sa 11-19 Uhr
www.trippen.com





EINE SAUBERE SACHE!

Spätestens seit den schockierenden Enthüllungen der Detox-Kampagne von Greenpeace wissen wir, dass unsere Kleidung gefährliche Gifte enthalten kann, die für Mensch und Umwelt sogar tödlich sein können. Was sind die Probleme und was sind die Alternativen?

TEXT Yasmin Kramer

Die Probleme betreffen die gesamte konventionelle textile Produktionskette. Sie beginnen schon mit dem Anbau und der Gewinnung textiler Fasern. Hier werden bereits zahlreiche Pestizide, Insektizide und Kunstdünger eingesetzt, die unsere Umwelt vergiften und die Gesundheit der Menschen schädigen können. Dies zeigen schockierende Zahlen der WHO (World Health Organization). Schätzungsweise 77 Feldarbeiter_innen sterben täglich weltweit an den Folgen der Insektizid- und Pestizideinsätze im konventionellen Faseranbau.

Auch die nächste Stufe der textilen Produktionskette, die Faservorbehandlung, kann sehr gefährlich sein. Hier kommen häufig chemische Hilfsmittel wie die gesundheitsschädliche Chlorbleiche und optische Aufheller zum Einsatz. Im nachfolgenden Spinn- und Webvorgang werden extrem giftige schwermetallhaltige Öle oder Schlichtemittel verwendet, um abstehende Fasern zu verkleben. Im Prozess der Konfektionierung

spüren vor allem die Näher_innen in den Niedriglohnländern die Auswirkungen der Schadstoffe, denn sie müssen mit den in Chemikalien getränkten Textilien und dazu überwiegend ohne entsprechenden Arbeitsschutz arbeiten.

In den abschließenden Veredelungs-, Färbe- und Druckprozessen kommen weitere chemische Schadstoffe in die Textilien. Es werden oftmals schwermetallhaltige Farbstoffe sowie Druckverfahren mit umweltbelastenden Weichmachern angewandt. Die wohl gefährlichsten Farbstoffe sind die Azofarbstoffe, die in der europäischen Produktion verboten sind, nicht aber bei Importware. Einige von ihnen stehen im Verdacht, Hautkrebs auszulösen. In der Regel bleiben bei der konventionellen Textilverarbeitung bis zu 15 % der verwendeten chemischen Mittel in der Kleidung zurück, was bei empfindlichen Menschen zu Allergien oder Reizungen führen kann. So lassen sich ca. 4000 der in deutschen Hautkliniken pro Jahr registrierten Fälle von Kontaktallergien auf

Bekleidung zurückführen. Zudem sind diese Färb- und Druckverfahren stark umweltbelastend. In China kann man teilweise die Modefarbe der Saison an der Farbe der Flüsse erkennen, die durch die Zentren der Textilproduktion fließen. Die schädlichen Chemikalien verunreinigen auch die Flüsse unserer westlichen Länder, denn durch das Waschen der mit gesundheitsgefährdenden Chemikalien versuchten Textilien gelangen die Rückstände in unsere eigenen Abwässer. Sie schädigen nachweislich unsere Umwelt und gefährden das Leben und die Gesundheit von Natur und Mensch.

DIE SAUBERE ALTERNATIVE

Die ökologisch nachhaltige Produktion von Kleidung ist die saubere Alternative. Das Ziel ist die langfristige Erhaltung der Gesundheit von Umwelt und Menschen. Dies kann man vor allem durch den Verzicht von gefährlichen Chemikalien während der Textilproduktion erreichen. Deshalb prägen strenge Auflagen jeden Schritt der ökologischen textilen Produktionskette. Hier wird darauf geachtet, dass bereits das Saatgut aus kontrolliert biologischem Anbau stammt. Im Gegensatz zum konventionellen Faseranbau verzichtet man auf gefährliche Pestizide und Kunstdünger sowie auf genmanipuliertes Saatgut. Stattdessen kommen natürliche Düngemittel zum Einsatz. Dies schont vor allem die Gesundheit der Feldarbeiter_innen und es wird nicht in den natürlichen Wachstumszyklus der Natur eingegriffen. Ebenso verzichtet man bei der Faservorbehandlung auf Chlorbleiche und optische Aufheller und nutzt stattdessen Bleichverfahren auf Sauerstoffbasis. Das Färben und Drucken geschieht ausschließlich mit schwermetallfreien und schadstoffgeprüften Farbstoffen, z.T. auf Wasserbasis und ohne Weichmacher. Sie sind allesamt umweltfreundlich und so gelangen

keine gesundheitsschädlichen Chemikalien in die Abwässer. Letztlich führt eine umweltfreundliche Verpackung, die frei von PVC ist, und ein umweltschonender Transport, der so kurz wie möglich ist, zur Abrundung der ökologisch nachhaltigen textilen Produktionskette.

DIE SAUBERE ENTSORGUNG: RECYCLING UND UPCYCLING VON ALTKLEIDUNG

Entsorgung heißt nicht immer gleich Wegwerfen. Auch beim Umgang mit Altkleidung kann man auf Nachhaltigkeit achten. Genau wie beim Recycling steht beim Upcycling von Mode die Müllvermeidung im Vordergrund. Hier werden Altkleider für die Schaffung neuer Produkte verwendet. Dieser Prozess spart Energie, Ressourcen und Abfall. Und das Beste ist: Die Qualität sowie die Wertigkeit der Produkte sind keinesfalls schlechter, sondern besser. Ganz nach dem Motto: „Nicht neu, aber einzigartig!“

Neben traditionellen Secondhandläden sowie Flohmärkten findet man mittlerweile weitere interessante Optionen zum Recyceln von Altkleidung. Derzeit gewinnt vor allem Kleidertausch, -verkauf und -leihen im Internet stark an Beliebtheit. Im Jahr 2009 wurde die Plattform Kleiderkreis gegründet und seitdem tauschen oder verkaufen dort knapp 1,5 Millionen Nutzer_innen Kleidung, Accessoires und Schuhe. Etwas anders funktioniert die Kleiderlei: Im Sinne eines „never-ending-Kleiderschranks“ steht hier im Mittelpunkt: „Leihen statt Kaufen“. Es ist nur ein Monatsbeitrag zu zahlen und los geht's mit dem Kleiderleihen oder -tauschen.

Es gibt also viele Alternativen zu konventionell hergestellter und ökologisch bedenklicher Mode!

”
Es gibt also viele Alternativen zu konventionell hergestellter und ökologisch bedenklicher Mode!



KLEIDUNG AUS BRENNESSELFASERN von Gesine Jost (Fotos: Gesine Jost)

NEUE ÖKOLOGISCHE CHEMIEFASERN

Bei nachhaltiger ökologischer Kleidung denkt man zuerst an Kleidung aus Naturfasern. Inzwischen werden innovative umweltfreundliche Chemiefasern entwickelt, die ökologisch unbedenklicherer Mode ein neues Gesicht geben!

TEXT Clara Wörsdörfer

Kleidung aus Baumwolle, Leinen, Wolle oder Seide assoziieren unwissende Käufer_innen mit „ökologisch nachhaltig“. Aber tatsächlich kann auch Kleidung aus natürlichen Fasern heute schwer belastet sein mit schädlichen Chemikalien, die zu Hautirritationen und Allergien führen. Gerade der Anbau von konventioneller Baumwolle ist oft lebensgefährlich. Geschundene Hände und verätzte Lungen sind die Folgen, wenn chemische Pflanzenschutzmittel oft unsachgemäß beim Anbau von Baumwolle eingesetzt werden. Nicht zu vergessen ist der extrem hohe Wasserverbrauch, der für die Baumwollgewinnung erforderlich ist und zur Verödung ganzer Landschaften führt. Doch was tun, wenn der weltweite Bedarf an Kleidung immer größer und der intensive Anbau von Baumwolle immer problematischer wird? Es gibt inzwischen Alternativen zu der beliebten Baumwolle: die Chemiefasern. Doch gerade bei Chemiefasern denkt man nicht in erster Linie an ökologische Textilien! Oder geht das doch?

ÖKOLOGISCHE CHEMIEFASERN AUS NATÜRLICHER ZELLULOSE

Bereits 1892 patentiert, sind halbsynthetische Regeneratfasern aus Zellulose schon lange als Kunstseide oder Viskose bekannt und gelten als preiswerte Alternative zur echten Seide. Auch

wenn der Rohstoff aus nachwachsendem Holz besteht, so ist der herkömmliche Herstellungsprozess durch die Verwendung von Kohlenstoff und Kohlenwasserstoff umweltschädlich und ungesund. Wenn sogar billiges Altholz als Quelle für die Zellulose verwendet wird, können auch giftige und heute verbotene Holzschutzmittel in die Textilien gelangen. Um diese Probleme zu lösen, entwickelte die Firma Lenzing aus Österreich ein umweltfreundliches Verfahren. Bekannt unter dem generischen Namen Lyocell wird diese neue ökologische Regeneratfaser aus Zellulose von Lenzing unter den Markennamen TENCEL® und Modal® vertrieben. Für TENCEL® dient europäisches Buchen- oder FSC-zertifiziertes Eukalyptusholz als Rohstoff. Diese Fasern werden in einem geschlossenen technischen Kreislauf unter Verwendung von ungiftigen organischen Lösungsmitteln hergestellt, die anschließend wieder verwendbar bzw. zu 100 % kompostierbar sind. Diese preiswerte und umweltschonende Zellulosefaser ist eine gute Alternative zu Baumwolle. Denn die Hektarerträge für Holz als Rohstoff sind bis zu viermal höher als die von Baumwolle. Außerdem kann der Holzanbau in der Regel auf künstliche Bewässerung und Pflanzenschutzmittel verzichten. Allerdings ist der extensive Plantagenanbau von Eukalyptus sozial und ökologisch umstritten.

Eine weitere innovative Zellulosefaser stammt aus dem Meer und wird von der Firma Smartfiber AG unter dem Markennamen SeaCell® vertrieben. Die Basis dieser Faser sind Braunalgen aus nachhaltigem Anbau in Island. Die getrockneten Algen werden als Pulver weiteren Rohstoffen aus Zellulose beigemischt und im Lyocell-Verfahren zu hautfreundlichen Fasern verarbeitet. SeaCell® wird für ihre heilende Wirkung gepriesen. Durch ihren hohen Anteil an Mineralien, Antioxidantien und Spurenelementen beschleunigen Textilien aus SeaCell® die Heilung von Hautentzündungen und schützen die Haut vor freien Radikalen. Deshalb wird SeaCell®-Kleidung im medizinischen Bereich angewendet und auch als Anti-Aging-Kleidung vermarktet.

WEICH WIE SEIDE – EINE NEUE FASER AUS ENTSORGTER MILCH

Noch ganz jung ist die Produktion von der Faser QMILK®, die Anke Domaske im Jahr 2014 in ihrer Firma Qmilch begann. Nach dem Konzept der weißen Biotechnologie entwickelte sie aus Milch kostengünstig und ökologisch eine Biopolymerfaser. Um den Rohstoff braucht sich die junge Unternehmerin aus Hannover keine Sorgen zu machen. Denn jedes Jahr entsorgt Deutschland zwei Millionen Liter Milch. Damit könnte man laut Qmilch etwa 240 Millionen T-Shirts herstellen. Die Eigenschaften von Textilien aus QMILK® ähneln sehr der natürlichen Seide: Sie haben einen seidigen weichen Griff und nehmen Farbe leicht auf. QMILK® kann auch für Funktionskleidung verwendet werden, denn sie ist antibakteriell und bietet natürlichen UV-Schutz. Die Produktion von QMILK® ist sehr umweltfreundlich, weil sie kaum Energie und sehr wenig Wasser verbraucht sowie komplett kompostierbar ist. Für die Herstellung von einem Kilogramm Faser benötigt man nur fünf Minuten und zwei Liter Wasser. Ein Vergleich: Für den Anbau von nur einem Kilogramm Baumwolle werden im Durchschnitt 11.000 Liter Wasser eingesetzt, in Indien sogar über 23.000 Liter.

FLEECEJACKEN AUS PLASTIKFLASCHEN

Selbst synthetische Chemiestoffe können zu nachhaltigen Fasern werden, wenn man sie recycelt. Die japanische Firma Teijin hat ein Verfahren entwickelt, das Stoffe aus Polyesterfasern wiederholt recyceln kann, ohne dass sie dabei an Qualität verlieren. PET-Plastikflaschen, die sonst im Müll landen oder unsere Meere verschmutzen, können heute zu Polyesterfasern umgewandelt werden. Dadurch kann man auf den endlichen Rohstoff Erdöl verzichten, der sonst unter sehr großem Energieaufwand für die Herstellung von Polyester verwendet wird. Polyester benötigt 25-mal weniger Wasser als der Anbau von Baumwolle. Aus etwa 25 PET-Flaschen kann eine neue Fleecejacke entstehen. Allerdings verliert Fleece aus Polyester beim Waschen noch zu viele kleine Fasern, die wiederum durch Abwässer in die Weltmeere gelangen. Ein Problem, das noch gelöst werden muss. Nicht alle Chemie ist gefährlich. Auch hier gibt es immer mehr Verfahren, die die Umwelt schützen und unsere Gesundheit erhalten können. Vielleicht finden wir schon bald Kleidung aus umweltfreundlichen Chemiefasern in unseren Kleiderschränken! Es wäre auf alle Fälle ein Weg in die richtige Richtung!



TEXTILFASERN AUS ENTSORGTER MILCH:
Anke Domaske von Qmilch (Foto: Qmilch)

JEANS IM USED-LOOK

Neue Jeans verkaufen sich am besten, wenn sie verwaschen, alt und verschlissen aussehen. Für diesen Look wird großer Aufwand betrieben.

TEXT Victoria Bädorf

Alternativen ohne Gefahr für Umwelt und Gesundheit

Seit Levi Strauss die Jeans im 19. Jahrhundert für Goldgräber entwickelte, ist sie nicht mehr aus unserem Kleiderschrank wegzudenken. Galt sie noch bis in die 1950er-Jahre hinein als Arbeiterhose, so avancierte sie in den 1970er-Jahren zum hoch modischen Bekleidungsstück. Auch heute gilt für fast alle Lebenslagen: „Jeans geht immer!“ Um cool zu wirken, muss eine Jeans getragen aussehen. Je mehr gelebtes Leben sie zeigt, desto begehrter wird sie. So behauptet die Firma Levi Strauss & Co. von ihren Jeans: „It doesn't look old – it looks lived-in.“ Aber wie wird der Vintage Look erzeugt? Wie macht man aus einer Raw Denim eine Hose, die authentisch und individuell getragen aussieht?

DIE GEFÄHRLICHEN METHODEN DES VINTAGE LOOKS VON JEANS

Eine der effektivsten, aber auch gefährlichsten Methoden ist das Sandstrahlen. Dabei werden die Jeans mit quarzhaltigem Sand bestrahlt, der die Farbe an der Oberfläche abreibt. Allerdings dringt bei diesem Verfahren der feine Staub in die Lungen der Arbeiter_innen und führt zu der unheilbaren und tödlichen Staublungenkrankheit (Silikose). Auch wenn das Sandstrahlen von Jeans inzwischen in vielen Ländern verboten ist, so tauchen immer wieder Werkstätten auf, die diese Methode der Jeans-Veredlung heimlich und illegal anwenden. Als Alternative gilt das Bleichen der Jeans durch Aufsprühen mit den stark oxidierenden Chemikalien wie Chlor oder Kaliumpermanganat. Aber dies verursacht häufig schwere Verätzungen bei den Arbeiter_innen. Harmloser erscheinen mechanische Methoden, z.B. das Waschen mit Bimssteinen. Das verschwendet jedoch große Mengen an Wasser, verursacht einen Bimssteinabrieb von bis zu 600 g pro Jeans und belastet die Maschinen stark. Modemarken wie H&M setzen auf Hand

Scraping und Machine Scraping. Dabei werden die Jeans mit Schleifpapier abgerieben, entweder mit der Hand oder mit Maschinen. Aber auch hier entsteht ein gefährlicher feiner Faserstaub.

ÖKOLOGISCHE ALTERNATIVEN IN DER JEANS-VEREDLUNG

Inzwischen haben einige nachhaltige Modefirmen umweltfreundliche und weniger gesundheits-schädliche Methoden der Jeans-Bearbeitung entwickelt. Der Einsatz von Enzymen etwa belastet die Faser weniger als das Sandstrahlen. Das Enzym Zellulase zersetzt die äußere gefärbte Schicht des Stoffes, was einen verwaschenen Effekt erzeugt. Der Stoff bleibt besser erhalten und der Wasserverbrauch ist gering. Auch mit dem Einsatz von Lasern kann man den beliebten Destroyed Look erreichen und sogar Muster einbrennen. Die Firma hessnatur nutzt für ihr „Bio-Denim“ Sauerstoffbleiche und Laser. Auch die Jeans-Firma Good Society setzt moderne Lasertechnologie ein,

wie man hier auf dem Foto sehen kann. Beides spart Wasser. Andere Firmen gehen den umgekehrten Weg, wie z.B. die Firma wunderwerk. Für ihre GOTS-zertifizierten Jeans färbt sie die fertigen Jeans u.a. in der Batik-Methode ein, was einen überzeugenden Used Look schafft und ebenfalls weniger Wasser benötigt.

Aber die beste Methode für die Anfertigung einer Jeans im Vintage Look ist die DIY-Methode. Wenn man eine ungewaschene Jeans lange genug selber trägt, bekommt man automatisch einen ganz individuellen und wirklich authentischen Used Look. Gleichzeitig hat man lange Freude an seiner Lieblingsjeans, ganz im Sinne von Slow Fashion!

USED LOOK DURCH LASER-TECHNOLOGIE Jeans von Good Society (Fotos: Good Society)



laser technology

PELZ – ja oder nein?

Bommelmützen, Kragen, Taschenaccessoires aus Nerz-, Fuchs- oder Kaninchenfell – wer sich auf den Einkaufsmeilen umsieht, wird feststellen: Pelz ist in der Mode wieder stark vertreten. Sind Mäntel aus Echtfell bei vielen seit Jahren verpönt, feiert Fell als Accessoire sein modisches Comeback.

TEXT Melina Dämmer

Ob Chanel oder Prada, für viele bekannte Designer_innenmarken ist Pelz ein fester Bestandteil ihrer Kollektionen geworden. Auch die Chefredakteurin der amerikanischen „Vogue“, Anna Wintour, macht kein Geheimnis daraus, dass sie ein Fan von Echtpelz ist. Zwischen 2000 und 2012 ist der Umsatz der Pelzbranche um mehr als 70 % angestiegen – und das, obwohl laut Umfragen die Mehrheit der Deutschen Echtpelz ablehnt. Auf der anderen Seite entscheiden sich einflussreiche Marken wie zum Beispiel Giorgio Armani bewusst gegen die Verwendung tierischer Felle und nutzen textile Alternativen, die dem Fell immer ähnlicher sehen.

DIE BRUTALITÄT DER PELZGEWINNUNG

Weltweit sterben jährlich mehr als 100 Millionen Tiere für ihr Fell. Allein in China werden dafür jedes Jahr 70 Millionen Tiere getötet. Marderhund, Nerz, Kaninchen und Fuchs stehen hier ganz oben auf der Liste, aber auch Hund und Katze liefern Felle für die Modebranche. Die meisten Pelztiere stammen von Farmen, wo die Tiere nicht artgerecht gehalten werden. Stattdessen müssen sie ein Leben lang in kleinen Gitterkäfigen leiden, damit der Pelz vor ihren Exkrementen geschützt ist. Die Tötung erfolgt in der Regel durch Erschlagen. Aufgrund des immensen Zeitdrucks – die Arbeiter_innen verdienen pro Stück 70 Cent – gelingt die Tötung nicht immer und dem schwerverletzten Tier wird bei lebendigem Leib das Fell abgezogen. Den Herstellern droht jedoch keine Strafe, da es in China keine wirksamen Tierschutzregeln für die Pelztierhaltung gibt. Wer denkt, dass Deutsch-

land nichts mit den Zuständen in China zu tun hat, irrt. Denn diese flauschigen Felle gelangen als preiswerte Ware in unsere Geschäfte.

FALSCHES UND ECHTES ALTERNATIVEN

Das Siegel „Origin Assured“ („gesicherte Herkunft“) soll Konsument_innen Transparenz über die Herkunft des Fells gewährleisten. „Origin Assured Farmed Fur“ will die Herkunft aus Tierfarmen in Ländern mit Tierschutzbestimmungen und „Origin Assured Wild Fur“ die Herkunft aus Wildfang versichern. Untersuchungen der internationalen Tierschutzorganisation PETA zeigen aber, dass diese freiwilligen Siegel der Pelzindustrie keinerlei Sicherheit dafür bieten, dass die Tiere tatsächlich artgerecht gehalten werden.

Eine ganz andere Alternative stellt das sogenannte Fake Fur oder Faux Fur dar, welches in der Mode zunehmend beliebt wird. Hierbei handelt es sich um künstliches, aus textilen Fasern hergestelltes Fell. Durch die ständige Verbesserung der Technologie gleicht Fake Fur immer mehr dem echten Pelz. Das Kölner Newcomer-Label Anstatt beschreibt seine Mode so: „Durch neuartige Technologien ist der verarbeitete Webpelz unglaublich weich und mit einer tollen Optik kaum noch vom Echtpelz zu unterscheiden.“ Natürlich hat die Qualität auch ihren Preis und kann zum Teil teurer sein als die aus der grausamen Massentierhaltung stammenden Echtpelze.

Was kann die Verbraucher_innen tun? Wenn Sie unsicher sind und dem Fell nicht trauen, können Sie jederzeit auf niedrigpreisigen Pelz verzichten!



VEGANE PELZE vom Kölner Label Anstatt (Fotos: Anstatt)





ZWISCHEN UND NOT NOTWENDIGKEIT

Die schwere Arbeit der Frauen in den Textilfabriken

Wer bezahlt eigentlich den Preis für unsere billige Kleidung? Viele Frauen schuften in den Billiglohnländern für unseren Massen- und Luxuskonsum. Wie kann man ihnen helfen? Ein Boykott ist wenig sinnvoll, weil die Näherinnen dann ihre Arbeit verlieren. Aber es gibt schon gute Initiativen, die ihre Arbeitsbedingungen wesentlich verbessern helfen.

TEXT Adina Strüwer

„Ich bin gerade 19 Jahre alt. Aber ich habe schon drei Jahre Erfahrung in einer Bekleidungsfabrik. Ich komme aus einem Dorf im Süden. Ich bin die Älteste von sechs Geschwistern. Als mein Vater krank wurde und nicht mehr arbeiten konnte, musste ich die Schule verlassen und eine Arbeit aufnehmen. Auf dem Land aufgewachsen, 16 Jahre alt, sieben Jahre Schulbildung, da hatte ich nicht viele Möglichkeiten. Alles, was ich finden konnte, war eine Stelle in der Textilfabrik.

In der Fabrik arbeite ich täglich so lange, wie angeordnet wird. Es ist unmöglich, nach acht Stunden den Arbeitsplatz zu verlassen. Jede Arbeiterin hat eine festgelegte Arbeitsmenge zu erledigen, bevor sie geht. In der letzten Woche habe ich sieben Tage gearbeitet, auch am Freitag, unserem Feiertag. Um die Arbeit zu behalten, muss ich zu jeder Zeit bereit sein zu arbeiten und mit jeder Arbeitszeit einverstanden sein. Oft arbeite ich die ganze Nacht. Bei der Bezahlung werden wir auf verschiedene

Weise betrogen. Unregelmäßige Lohnauszahlung, falsche Lohnabrechnung, kein Urlaub, das ist meine Erfahrung in meiner Arbeit. Der Lohn wird aufgrund der sogenannten Anwesenheitskarte berechnet. Die Karte muss am Monatsende dem Aufseher ausgehändigt werden. Bei der Lohnauszahlung, auch wenn die Arbeiterin nicht einen Tag fehlte, werden Abwesenheitstage berechnet und der Lohn entsprechend gekürzt. Wer protestiert, wird als Lügnerin beschimpft und die Entlassung wird angedroht.“

Das berichtet die Näherin Rekha aus Bangladesch in einer Publikation der Kampagne für Saubere Kleidung 2008.

An was denken Sie, wenn Sie sich ein neues preiswertes T-Shirt kaufen? Sehen Sie nur das T-Shirt als neues Kleidungsstück? Oder denken Sie auch an die Geschichte dahinter? Ähnlich wie Rekha geht es tausenden anderen Frauen, die wie Sklavinnen in den Textilfabriken dieser Welt billige Mode für uns anfertigen. Nach China ist Bangladesch der zweitgrößte Textilexporteur der Welt. Mehr als drei Viertel der Arbeitskräfte in den Textilfabriken sind Frauen.

Armut, geringe Bildung und mangelnde Alternativen sind die Hauptgründe dafür, warum viele junge Frauen einen Arbeitsplatz in der Textilindustrie suchen. Ihnen werden attraktive und vielversprechende Jobs angeboten. Neben einer guten Bezahlung werden ihnen oft sogar drei Mahlzeiten am Tag versprochen oder Wohnmöglichkeiten in Wohnheimen sowie weitere Sozialleistungen. Überwiegend junge Frauen aus dem ländlichen Bereich willigen ein und glauben an eine vielversprechende Zukunft in der Textilbranche. Ihre Hoffnungen und Wünsche sind jedoch nur von kurzer Dauer.

ARBEITSRECHTSVERLETZUNGEN SIND DIE REGEL

Kaum eine der Frauen besitzt einen Arbeitsvertrag oder hat je eine Gehaltsabrechnung gesehen. Aufgrund dieser fehlenden Unterlagen können

die Frauen keinen Nachweis über ihre Anstellung erbringen. Sie können sich deshalb nicht über zu geringen Lohn oder gar keinen Lohnerhalt beschweren oder gar ihre Rechte und Ansprüche vor Gericht einklagen. Laut einer Untersuchung der Nichtregierungsorganisation SAVE erhalten nur 9 % der Textilarbeiterinnen in Indien die vom Arbeitgeber versprochene Summe ausgezahlt.

Während ihrer nicht selten 12-stündigen Arbeitsschicht darf die Mehrheit der Arbeiterinnen kaum eine Pause einlegen. Die Frauen arbeiten oft bis zu 100 Stunden die Woche, wobei eine Woche je nach Auftragslage manchmal sogar volle sieben Arbeitstage hat. Vom Recht auf Urlaub haben diese Frauen vermutlich noch nicht einmal gehört. Krankenversicherung oder Mutterschutz gibt es hier nicht. Wird eine Frau schwanger, wird sie entlassen oder muss gleich nach der Entbindung wieder arbeiten. Das Kind bleibt oft weit weg bei den Großeltern und die Mutter sieht es nur selten im Jahr. Diskriminierung, Beschimpfungen und Demütigungen, sogar sexuelle Nötigungen sind an der Tagesordnung. Frauen sind ihren Arbeitgebern schutzlos ausgeliefert, denn sie brauchen das wenige Geld, um ihre Familien zu ernähren. Gleichzeitig können sich diese Frauen nicht wehren. Die meisten Arbeiterinnen sind aufgrund mangelnder Kenntnisse über ihre Rechte, ungenügender finanzieller Mittel und aus Zeitmangel nicht in der Lage, ihre Rechte einzuklagen. Die Gründung von Arbeitnehmervertretungen oder Gewerkschaften wird massiv verhindert, die Mitglieder teilweise sogar bedroht. Neben erschöpfungsbedingten Krankheiten sehen etliche junge Frauen nach einiger Zeit in der Fabrik keinen Ausweg mehr und begehen Selbstmord.

MANGELNDE SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

Frauen sind besonders von der schlechten Sicherheit am Arbeitsplatz betroffen. Als am 24. April 2013 in der Nähe von der Hauptstadt Dhaka in Bangladesch das riesige Fabrikgebäude Rana Plaza einstürzte, war der Großteil der Opfer Textilarbeiterinnen. 1142 Menschen wurden getötet und



SCHLAFENDE NÄHERINNEN IN BANGLADESCH
(Foto: FEMNET e.V.)

2438 zum Teil schwer verletzt. Namhafte westliche Modeketten ließen hier produzieren, obwohl die mangelnde Sicherheit bekannt war. Die Polizei hatte vorher den Zutritt zum einsturzgefährdeten Gebäude verboten, dennoch zwangen viele Fabrikbetreiber die Arbeiterinnen in ihre Fabriken. Inzwischen hört man auch im Westen von den tragischen Schicksalen der Opfer. Schwer verletzte Frauen, die nicht mehr arbeiten können, werden von ihren Männern verlassen oder aus der Familie vertrieben, da sie nicht mehr zum Familienunterhalt beitragen können. Organisationen und Kampagnen wie die Clean Clothes Campaign, Terre des Femmes e.V. oder FEMNET fordern z.B. einen angemessenen Entschädigungsfonds für die Opfer der Katastrophe.

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Welche Verantwortung haben wir als Kund_innen? Wichtig ist es, sich genau zu informieren. Es gibt bereits einige Siegel, die zusichern, dass Textilunternehmen auch in den Billiglohnländern für gute Arbeitsbedingungen und fairen Lohn sorgen. So setzt sich z.B. die Fair Wear Foundation für einen sicheren Arbeitsplatz, für einen gerechten Arbeitslohn und gegen die Diskriminierung von Frauen ein. Auch das GOTS-Siegel zertifiziert Unternehmen mit menschenwürdigen Arbeitsbedingungen. Mutige Frauen in den Produktionsländern versuchen durch die Gründung von Gewerkschaften, ihre Rechte einzufordern und ihre Situation zu verbessern, und werden durch Organisationen wie Terre des Femmes oder FEMNET dabei unterstützt. So hilft FEMNET z.B. durch Spenden für den Solidaritätsfonds, Anwaltskosten zu bezahlen, wenn Frauen Arbeitsrechtsverletzungen anzeigen möchten. Zudem führt FEMNET ein Projekt in einigen Textilfabriken in Indien durch, das die Kleinkindbetreuung in den Fabriken sicherstellen soll – eine enorme Hilfe für junge Mütter und für die Kinder eine Chance, den Teufelskreis aus Armut und Ausbeutung durchbrechen zu können.

ES IST AN DER ZEIT, KLEIDUNG VERANTWORTUNGSVOLL ZU KAUFEN!



GLU FRAUENGEWERKSCHAFT IN INDIEN (Foto: FEMNET e.V.)

MEIN LIEBLINGS STÜCK...

...ICH WILL'S FAIR!

Foto: Stefan Braunbarth

MIT DEM FAIRTRADE-TEXTILSTANDARD KANN JETZT DIE GESAMTE TEXTILLIEFERKETTE ZERTIFIZIERT WERDEN. FÜR MEHR GERECHTIGKEIT IN DER TEXTILPRODUKTION.

FORDERT MEHR FAIRE TEXTILIEN!

ALICE FRANCIS, SÄNGERIN

WWW.FAIRTRADE-DEUTSCHLAND.DE/TEXTILIEN



FAIRTRADE DEUTSCHLAND

WEAR FAIR DANK FAIR WEAR

Eine der bekanntesten Organisationen, die sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilproduktion einsetzt, ist die 1999 in den Niederlanden gegründete Fair Wear Foundation (FWF). Mittlerweile verpflichten sich mehr als 80 Mitgliedsunternehmen aus 10 europäischen Ländern, hohe soziale Standards umzusetzen. Der Fokus der FWF liegt auf der Anfertigung von Kleidung. Ein wichtiges Ziel ist die Zahlung existenzsichernder Löhne. Wir befragten Vera Köppen, FWF-Repräsentantin in Deutschland, über Ziele und Aktivitäten der FWF.

INTERVIEW Maxi Juliana Höckesfeld

DIE FAIR WEAR FOUNDATION

WAS IST EIGENTLICH DIE FAIR WEAR FOUNDATION?

Die Fair Wear Foundation ist eine gemeinnützige Organisation mit Sitz in Amsterdam. Wir sind eine sogenannte Multistakeholder-Initiative. In unserem Vorstand sind Vertreter_innen von Gewerkschaften, Unternehmensverbänden und Nichtregierungsorganisationen vertreten. Dies gewährleistet Unabhängigkeit und die Zusammenarbeit der verschiedenen Interessengruppen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern arbeiten wir an der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie. Die Arbeit der Fair Wear Foundation wird sowohl aus Mitgliedsbeiträgen von Unternehmen als auch über Projektgelder z.B. von Regierungen, der EU oder der UN finanziert.

WIE WIRD MAN MITGLIED DER FAIR WEAR FOUNDATION?

Es gibt verschiedene Voraussetzungen, um als Unternehmen Mitglied der Fair Wear Foundation zu werden. Die Mitglieder verpflichten sich u.a., unsere Arbeitsrichtlinien in ihren Zulieferketten

umzusetzen. Dazu müssen sie eine Liste mit all ihren Produktionsstätten einreichen und jährlich einen konkreten Arbeitsplan für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen erstellen. Wir kontrollieren, bewerten und berichten dann öffentlich über die Fortschritte.

WIE SIEHT DIESE KONTROLLE AUS?

Die Kontrolle wird auf verschiedenen Ebenen durchgeführt. Einerseits führen wir jährlich bei den Mitgliedern den Brand Performance Check durch. Das bedeutet, dass wir uns die Geschäftsstruktur und die internen Prozesse und Systeme der Unternehmen genau anschauen. Wir hinterfragen, wie sich die Geschäftsprozesse und -praktiken auf die Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten auswirken. Was passiert beispielsweise, wenn kurzfristig eine Bestellung geändert wird oder zu kurze Lieferzeiten vereinbart werden?

Wir führen aber auch Kontrollen direkt in den Produktionsstätten durch und erarbeiten Maßnahmenpläne, um vorhandene Probleme zu beheben. Wegen der komplizierten Lieferketten in der Bekleidungsindustrie arbeitet die Fair Wear Foundation mit einem Prozessansatz. Die Mitgliedsunternehmen müssen jedes Jahr Verbesserungen nachweisen. Nach Beginn der Mitgliedschaft haben die Unternehmen drei Jahre Zeit, um schrittweise alle Produktionsstätten in das Monitoringsystem zu integrieren.

WARUM GEBEN SIE IHREN MITGLIEDERN SO VIEL ZEIT?

Durch die Vielzahl an Produktionsstätten, mit denen jede Marke zusammenarbeitet, ist es in den meisten Fällen nicht möglich, innerhalb eines Jahres überall Kontrollen durchzuführen. Ziel jedes Unternehmens sollte es sein, 100 % der eigenen Lieferkette kontrollieren zu lassen. Wenn aber neue Lieferanten dazukommen oder Lieferanten wechseln, können diese nicht sofort kontrolliert werden. Daher geben wir ab dem dritten Jahr der Mitgliedschaft 90 % als Mindestwert an. Unser Ansatz beruht auf schrittweisen Verbesserungen.

GLAUBEN SIE, DASS DIE PROBLEME NICHT ZU 100 % GELÖST WERDEN KÖNNTEN?

In so komplizierten Lieferketten wie in der Bekleidungsindustrie ist es nahezu unmöglich, die Einhaltung aller Arbeitsstandards für alle Arbeiter_innen und zu jedem Zeitpunkt zu garantieren. Es geht darum, Probleme zu identifizieren sowie langfristige und nachhaltige Lösungen zu erarbeiten. Es ist ein kontinuierlicher Prozess, der nie ganz abgeschlossen sein wird. Eine Mitgliedschaft in der Fair Wear Foundation ist jedoch nachhaltiger, da die Unternehmen kontinuierlich an sich arbeiten.

WAS SAGEN SIE ZU DEM VORWURF, DASS FAIRE KLEIDUNG ZU TEUER SEI?

Wenn ich ein sehr billiges Kleidungsstück sehe, frage ich mich immer: Wie kann das sein – wenn ich allein an die Arbeitskraft, an Material und Transport denke, die nötig sind, damit das fertige Kleidungsstück bei uns in den Läden liegt? Wir sind an sehr niedrige Preise gewöhnt und dadurch kommt uns nachhaltige Kleidung heute häufig teuer vor. Jedoch erkennt man Nachhaltigkeit auch nicht immer am Preis. Es gibt auch sehr teure

Kleidung, die nicht nachhaltig produziert wird. Dabei machen die Lohnkosten der Arbeiter_innen meist nur einen minimalen Anteil an den Produktionskosten aus.

WIE WIRD SICH FAIRE MODE IHRER MEINUNG NACH IN DEN NÄCHSTEN JAHREN ENTWICKELN?

Insgesamt ist ein steigendes Interesse der Konsument_innen an dem Thema Nachhaltigkeit zu erkennen. Zudem sollen mehr gesetzliche Regelungen die Unternehmen verpflichten, Verantwortung in ihren Lieferketten zu übernehmen. So entwickeln gerade viele Staaten nationale Aktionspläne für die Durchsetzung von Menschenrechten in der Wirtschaft und für die Wahrnehmung von Sorgfaltspflichten durch die Unternehmen. Damit wird die Arbeit der Unternehmen transparenter. Uns ist es wichtig, dass die Konsument_innen sich nicht nur auf Siegel verlassen, sondern sich mit den Marken und Unternehmen auseinandersetzen. Um verantwortungsvoll zu kaufen, sollten sie sich fragen: Was macht die Marke genau und welche Werte stehen dahinter?

”

Unser Ziel ist nicht, einzelne Produkte zu zertifizieren, sondern das ganze Unternehmen in den Blick zu nehmen.



VERA KÖPPEN

FWF-Repräsentantin in Deutschland

Es grünt so grün ... GREENWASHING in der Modeindustrie

„Organic Cotton“, „Recycling Week“, „Spenden für den Regenwald“ – in der Modewerbung leuchten immer öfter öko-faire Botschaften. Sie lassen Mode in einem grünen Licht erstrahlen. Doch was für die einen eine grundsätzliche Philosophie und wichtige Frage der Ethik ist, ist für die anderen eine gezielte PR-Strategie. Wir haben nachgeforscht und sind dem Greenwashing in der Modebranche auf die Schliche gekommen!

TEXT Vanessa Bonus

WAS IST GREENWASHING?
Laut dem „Gabler Wirtschaftslexikon“ bezeichnet Greenwashing „den Versuch von Unternehmen, durch Marketing- und PR-Maßnahmen ein ‚grünes Image‘ zu erlangen, ohne allerdings entsprechende Maßnahmen im Rahmen der Wertschöpfung zu implementieren“. Mario Dziamski, Gründer von Rank a Brand, hat im Zuge des „FeelGoodFashion Report 2014“ bei einer Vielzahl von Herstellern Greenwashing festgestellt. Demnach liegt bei 30 % der Modemarken, die in irgendeiner Form Nachhaltigkeit beanspruchen, der Verdacht nahe, dass Nachhaltigkeit nicht substantiell, sondern vorrangig kommunikativ gemeint ist.

GRÜNE AKTION ALS FAST-FASHION-RABATT

„Bringe einen Sack voll alter Kleidung und erhalte einen Gutschein mit 15 % Rabatt für einen neuen Artikel deiner Wahl.“ So warb H&M zur World Recycling Week im April 2016. Mit der Aktion sammelte H&M alte Kleidung und verteilte im Gegenzug Gutscheine für den Kauf neuer H&M-Kleidung. Allerdings ist diese weder ökologisch zertifiziert noch nachweislich fair produziert! H&M will damit ein grünes Image erreichen und gleichzeitig den Umsatz kräftig ankurbeln, also zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen – clever, aber nicht überzeugend nachhaltig!

EIGENE BIO-LABELS ALS GREENWASHING-STRATEGIE

Manche Modefirmen bieten eigene Linien aus sogenannter Bio-Baumwolle an. Aber die Echtheit der vermeintlichen Bio-Ware lässt sich oft nicht prüfen. So besitzt H&M keinerlei Zertifikate für seine jährliche „Conscious Collection“, die einen hohen Anteil an Bio-Baumwolle verspricht. G-Star will mit der „Raw-for-the-Ocean“-Kollektion grüne Punkte sammeln. Die Jeans bestehen teilweise aus Polyestergera, das aus PET-Flaschen und Strandmüll gewonnen wird. Man mag diese Aktion loben, weil sie auf das Vermüllen unserer Meere aufmerksam macht. Aber ein Label wird noch lange nicht nachhaltig, nur weil ein kleiner Teil der Kollektion globale Umweltprobleme thematisiert.

KLEINE VERBESSERUNGEN SIND IN SICHT

Trotz alledem ist eine positive Veränderung sichtbar. H&M sowie C&A wollen beide in der nahen Zukunft hauptsächlich auf Bio-Baumwolle setzen. Dennoch müssen sie noch vieles verbessern. Ihre Kampagnen zeigen deutlich, dass der öffentliche Druck auf die Unternehmen wächst, ihre Produktion auf Nachhaltigkeit umzustellen. Ökologisch nachhaltig und fair produzierte Kleidung sowie Transparenz in der Produktionskette sollten wirklich und selbstverständlich sein und die Modefirmen sollten keine falschen Tatsachen vortäuschen.

Wir als Kund_innen haben dabei die Verantwortung, aufmerksam zu sein und uns zu informieren, um zukünftig nicht auf die Marketing-Tricks des Greenwashings hereinzufallen.

Damit dies auch gelingt, zum Abschluss die größten Sünden des Greenwashings nach Deborah Fleischer von Green Impact:
(Quelle: blaue-elefanten.de/news/greenwashing/)

Die 10 häufigsten Zeichen von GREENWASHING:

1. **AUFGEPLUSTERTE SPRACHE** (FLUFFY LANGUAGE)

Wörter oder Ausdrücke, die keine klare Definition erhalten, z.B. „umweltfreundlich“.

2. **ÖKO-PRODUKTE VS. SCHMUTZIGES UNTERNEHMEN** (GREEN PRODUCTS VS DIRTY COMPANY)

Beispiel: Ein Bio-Produkt wird in einer Fabrik hergestellt, die aber giftige Abwässer in Flüsse leitet.

3. **IRREFÜHRENDE BILDER** (SUGGESTIVE PICTURES)

Bilder von intakter Natur, die einen ungerechtfertigten ökologisch korrekten Eindruck vermitteln, z.B. Blumen, die aus rauchenden Schloten blühen.

4. **IRRELEVANTE CLAIMS** (IRRELEVANT CLAIMS)

Das Herausheben einer winzigen nachhaltigen Produkteigenschaft, obwohl alles andere an dem Produkt nicht nachhaltig ist.

5. **DER EINÄUGIGE UNTER BLINDEN?** (BEST IN CLASS?)

Sich selbst als besonders umweltfreundlich im Vergleich zur Konkurrenz darzustellen, auch wenn die Konkurrenz insgesamt ziemlich schlecht ist.

6. **UNGLAUBWÜRDIGKEIT** (JUST NOT CREDIBLE)

Einem gefährlichen Produkt einen grünen Anstrich zu verpassen, macht es noch lange nicht sicher oder nachhaltig, z.B. umweltfreundliche Zigaretten.

7. **KAUDERWELSCH** (GOBBLEDYGOOK)

Unverständlicher Fachjargon und Informationen, die nur Wissenschaftler_innen verstehen und nachprüfen können.

8. **AUSGEDACHTE FREUNDE** (IMAGINARY FRIENDS)

Ein Label, das aussieht, als ob es von unabhängiger Seite vergeben wurde, aber nur vom Unternehmen selbst entworfen wurde.

9. **FEHLENDE BEWEISE** (NO PROOF)

Aussagen, die nicht durch Beweise und Fakten belegt werden.

10. **OFFENE LÜGEN** (OUTRIGHT LYING)

Ausgedachte Claims und erfundene Daten.



VEGANE SCHUHE von Beyond Skin
(Foto: Beyond Skin)

ECO FASHION GOES INTERNATIONAL

Die letzten Celebrities nehmen ihre VIP-Plätze ein. Die Spannung steigt und alle Augen sind auf den Runway gerichtet, als die Musik endlich einsetzt. Starke Silhouetten aus festem Baumwollstoff mit All-over-Prints und großen Knöpfen mit Applikationen bewegen sich im fließenden Gang der Models auf dem Catwalk der Spring Studios. Seit 2010 präsentiert das nachhaltige Luxuslabel EDUN seine Mode auf der New Yorker Fashion Week und erntet dafür viel Begeisterung.

TEXT Bianca Gerlach

Mit ökologischen Stoffen sowie fairen Arbeitsbedingungen bei der Produktion und im Handel gehört das New Yorker Label zu einer der erfolgreichsten nachhaltigen Marken im High-Fashion-Bereich. Auch die bekannte Designerin Stella McCartney setzt auf vegane Stoffe und Fair Trade. Im internationalen Raum wird die Bedeutung von grüner Mode immer deutlicher spürbar. Von Europa über Amerika bis nach Australien verbreiten sich die Eco Fashion Weeks. Inzwischen zeigen 166 Firmen ihre nachhaltige Mode bei der Ethical Fashion Show und im Green Showroom in Berlin während der Berliner Fashion Week 2016. Tendenz steigend. Eine ste-

tig wachsende Anzahl nachhaltiger Brands und Netzwerke verbindet Ökologie, Schonung von Umwelt und Gesundheit, faire, menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Tierschutz mit topaktueller Mode in bunten Farben und modernen Schnitten nach den neusten Trends. In Rekordzeit promoten Designer_innen und Blogger_innen die schon längst globale Strömung, in der man Mode nicht nur mit viel Freude, sondern auch mit gutem Gefühl genießen will.

„Auch wenn immer noch diskutiert wird, was ‚grün‘ oder ‚vegan‘ letzten Endes bedeutet, ändert sich die Branche rasend schnell. Es gibt mittlerweile ein hohes Spektrum an zukunftsweisenden neuen Unternehmen, die diesen neuen

Markt erobern. Viele talentierte Newcomer-Designer_innen verlassen die Universitäten mit einem verstärkten Bewusstsein für unsere Umwelt. Jede_r Einzelne von ihnen zeigt dabei auf, dass die Stereotypen und Erwartungen an unsere ursprüngliche demografische Sichtweise nicht mehr zeitgemäß sind und dass Mode und Ethik nicht unbedingt Exklusivität verkörpern müssen“, erklärt auch Natalie Dean, Gründerin des veganen Luxus-Schuhlabels Beyond Skin mit Hauptsitz in England. Das Label lässt seine modische Schuhmode für Frauen zu 100 % „cruelty-free“ in Spanien herstellen.



Auch immer mehr Onlineshops schließen sich dem Trend an und vertreiben grüne Mode weltweit. Der US-Onlineshop HELPSY verkaufte als einer der Ersten im Jahr 2012 coole öko-faire Accessoires, Modeartikel, Schuhe und Beauty Items von einer Vielzahl von Designer_innen mit einer hohen Dosis an Spaß, Girl Power und Style. Viele internationale Onlineshops folgten der Idee! Der öko-faire Trend ist inzwischen der am stärksten wachsende Bereich der internationalen Modewelt. Ob grüne Modemessen, Brands, Netzwerke oder Onlineshops – sie erhalten stetig neuen Zuwachs. All dies zeigt, dass nachhaltige Kleidung längst im internationalen Mainstream der Mode angekommen ist.

Auch im deutschen Raum entstehen ständig neue internationale Plattformen. Neben dem Fair Fashion Network GET CHANGED! verfolgt auch das globale Sustainable Fashion Network das Ziel, Nachhaltigkeit beim Modedesign voranzutreiben und im Bewusstsein von Student_innen, Journalist_innen und Kund_innen zu verankern. Modejournalistin Nina Schmidt gründete dieses Netzwerk während ihres Studiums an der AMD Akademie Mode & Design in Berlin und wurde bereits mit dem Social Responsibility Award der Hochschule Fresenius ausgezeichnet.



ÖKO- FAIRES ONLINE-SHOPPING bei HELPSY (sämtliche Fotos auf dieser Seite von HELPSY)

ERSTE SCHRITTE IN DIE RICHTIGE RICHTUNG

Immer mehr nationale und internationale Initiativen versuchen, einen wichtigen Wandel in der Modebranche herbeizuführen. Verschiedene an der Herstellung von Mode beteiligte Interessengruppen engagieren sich in Multistakeholder-Initiativen, um die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Auch die Politik hat erkannt, dass sie Verantwortung übernehmen muss.

TEXT Annika Cornelissen

MULTISTAKEHOLDER-INITIATIVEN UND POLITISCHE ENTWICKLUNGEN

Seit 2007 entstanden in verschiedenen Ländern Europas wie z.B. Großbritannien, Frankreich, Niederlande und Deutschland verschiedene hoffungsvolle Initiativen. Hier wollen Vertreter_innen der Politik, Unternehmen, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) erreichen, dass unsere Kleidung ökologisch nachhaltig und sozial fair produziert wird. Das komplexe Problem der globalen Textilherstellung kann aber nicht alleine eine Interessengruppe lösen. Hier sind Kooperation und Potential an Know-how von allen Beteiligten gefragt.

EINE DEUTSCHE INITIATIVE

Nach Einsturz des großen Fabrikgebäudes Rana Plaza in Bangladesch, das die Welt schockierte, entstand am 16. Oktober 2014 das deutsche Bündnis für nachhaltige Textilien auf Initiative des deutschen Bundesministers Gerd Müller (CSU) für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Zurzeit zählt das Bündnis 185 Mitglieder.

Dazu gehören die deutschen Textil- und Handelsverbände und viele ihrer Mitgliedsunternehmen, der Deutsche Gewerkschaftsbund, Global Organic Textile Standard vom Internationalen Verband Naturtextilwirtschaft e.V. (IVN), sowie Vereine wie FEMNET e.V. und viele andere Organisationen. In einem Multistakeholder-Prozess will man gemeinsam folgende Ziele erreichen:

1. In der gesamten textilen Wertschöpfungskette deutscher Unternehmen „vom Baumwollfeld bis zum Bügel“ sollen hohe soziale und ökologische Standards erreicht werden.

2. Alle an der textilen Kette beteiligten Unternehmen beachten die von der Internationalen Arbeitsorganisation ILO (eine UN-Organisation) als Kernarbeitsnormen festgelegten Standards. Und es werden darüber hinausgehende ILO-Normen wie Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz und existenzsichernde Löhne bei ihren Lieferanten und Produzenten umgesetzt.

3. In einem progressiven langfristigen Prozess soll die Einkaufspolitik von Unternehmen verändert werden, da z.B. kurze Lieferfristen oder kurzfristige Auftragsveränderungen meistens zu Lasten der Näher_innen gehen, die dann Überstunden machen müssen. Das fordern mehrere Organisationen.

4. Die 100 gefährlichsten Chemikalien werden schrittweise aus der Produktion eliminiert. Die schon vom Bündnis verabschiedete ZDHC-Liste (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) geht damit über die gesetzlichen Regulierungen der europäischen Chemikalienverordnung REACH hinaus.

5. Mehrere NGOs konnten gegenüber der Wirtschaft durchsetzen, dass es eine abgestufte Transparenz gibt, wonach alle Bündnismitglieder ihre selbst erstellten Roadmaps veröffentlichen, spätestens im Jahr 2017.

Das Bündnis für nachhaltige Textilien setzt zunächst auf die Selbstverpflichtung der Bündnismitglieder. Der Bundesminister Gerd Müller kündigte aber schon an: „Wenn das nicht auf freiwilliger Basis funktioniert, werden wir einen gesetzlichen Rahmen vorgeben!“

AUF DEM WEG ZU EUROPÄISCHEN WERTEN

Tatsächlich entstehen bereits auf internationaler und nationaler Ebene Gesetzesinitiativen, die Unternehmen streng in die Pflicht nehmen wollen. In Deutschland haben zwei Bundestagsfraktionen bereits Anträge für ein solches Gesetz vorgebracht. Am 16. Juni 2015 forderten Abgeordnete der Fraktion Die Linke: „Unternehmen in die Verantwortung nehmen – Menschenrechtsschutz gesetzlich regeln.“ Denn anders als 20 EU-Staaten, von Norwegen über Portugal bis nach Slowenien, hat Deutschland die Strafbarkeit von Unternehmen bei der Verletzung von Menschenrechten gesetzlich noch nicht festgesetzt. In ihrem Antrag an den Bundestag fordert Die Linke einen Gesetzesentwurf, der einen verpflichtenden „Menschenrechts-Check“ vorsieht und auch in Deutschland ein Unternehmensstrafrecht einführen will.

Die wichtige internationale Zusammenarbeit fordern sowohl die Linken als auch das Bündnis 90/Die Grünen. Am 14. April 2016 stellte die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen einen Antrag an den Deutschen Bundestag für eine „EU-Richtlinie für Transparenz- und Sorgfaltspflichten in der Textilproduktion“. Das CorA-Netzwerk für Unternehmensverantwortung verlangt außerdem von der Bundesregierung, dass sie auf EU-Ebene zusammen mit anderen Staaten eine an Menschenrechten orientierte Handelspolitik vorantreibt. Diese sollte mögliche Auswirkungen auf die Menschenrechte von EU-Handelsabkommen wie z.B. TTIP schon vor deren Unterzeichnung systematisch und kritisch untersuchen. Tatsächlich wurde am 25. April 2016 in Brüssel die erste EU Garment Initiative gelauncht.

”

*Wir können den Reichtum der Welt gerechter verteilen.
Die Zeit ist reif!*

Man darf also hoffen auf einen Bewusstseinswandel bei Konsument_innen, Wirtschaft und Politik. Denn wir können nicht länger auf Kosten der Umwelt und anderer Länder unserem luxuriösen und verantwortungslosen Konsum frönen. Die Probleme holen uns immer mehr ein, wie wir

z.B. an den großen Flüchtlingsströmen schon jetzt spüren können. Erst wenn es einen gesellschaftlichen Konsens dafür gibt, dass wir alle für faire Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern verantwortlich sind, kann der Reichtum der Welt gerechter verteilt werden. Die Menschen werden in ihren Ländern ein Auskommen haben und wir können die Lebensgrundlagen rund um den Globus für alle erhalten. Es ist noch ein langer Weg, aber er ist machbar. Die Zeit ist reif!

TEXTILE SIEGEL UND STANDARDS

Im Folgenden werden die wichtigsten Nachhaltigkeitsstandards und -siegel erörtert. Sie erfüllen hohe Ansprüche an Ökologie, menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Transparenz. Sie gehören bei unserer Umfrage in den Kölner Geschäften zu den Kriterien, nach denen wir unsere Empfehlungen auswählen.

TEXT Annika Cornelissen, Tatjana Krischik

NATURTEXTIL IVN ZERTIFIZIERT BEST Der Internationale Verband Naturtextilwirtschaft e.V. (IVN) vergibt das IVN-Siegel Best, das 100 % Naturfasern aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft (kbA oder kbT) garantiert. Strenge Umweltkriterien müssen während des gesamten Produktionsweges eingehalten werden. Als Siegel mit den höchsten ökologischen Standards ist es sehr empfehlenswert:



PRODUKTIONSPROZESS: Gesamte Produktionskette

ÖKOLOGISCHE KRITERIEN:

- 100 % Naturfasern aus 100 % kbA/kbT im Endprodukt
- Keine Verwendung von gesundheits- oder umweltschädlichen Substanzen wie Chrom, Nickel, PVC und schwermetallhaltige Farben
- Ausrüstung der Textilien nur durch mechanische, thermische und physikalische Prozesse, ohne z.B. silikonbasierte Mittel
- Prüfung durch unabhängige Zertifizierungsstellen
- Ressourcenschonende Produktion

SOZIALE KRITERIEN: ILO-Kernarbeitsnormen, existenzsichernde Löhne

TRANSPARENZ: Offenlegung aller Herstellungswege nach Anfrage

GOTS (GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD) Der IVN vergibt auch das weltweit führende GOTS-Siegel. Es garantiert den biologischen Anbau und die Einhaltung strenger Umweltkriterien während des gesamten Produktionsweges. Als ökologisches Produktsiegel mit einem hohem Verbreitungsgrad ist es sehr empfehlenswert:



PRODUKTIONSPROZESS: Gesamte Produktionskette

ÖKOLOGISCHE KRITERIEN:

- GOTS organic: mind. 95 % Naturfasern aus kbA/kbT
- GOTS made with: mind. 70 % Naturfasern aus kbA/kbT
- Keine Verwendung von gesundheits- oder umweltschädlichen Substanzen wie Chrom, Nickel und PVC
- Ausrüstung der Textilien nur durch mechanische, thermische und physikalische Prozesse
- Ressourcenschonende Produktion
- Prüfung durch unabhängige Zertifizierungsstellen

SOZIALE KRITERIEN: ILO-Kernarbeitsnormen

TRANSPARENZ: Ergebnisse der Fabrikaudits sowie Namen der Zulieferer werden veröffentlicht

OCS (ORGANIC CONTENT STANDARD) Der amerikanische Verband Textile Exchange garantiert mit dem OCS-Siegel die Verwendung von Naturfasern aus kontrolliert biologischem Anbau. Für die weitere Verarbeitung der Fasern gibt es keine Umweltauflagen. 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

GRUNDLEGENDE KRITERIEN Die Überprüfung und Offenlegung nachhaltiger Standards in der textilen Produktionskette wird auf zwei verschiedene Weisen umgesetzt: Entweder überprüfen staatliche Stellen, Nichtregierungsorganisationen oder Unternehmen die Produktionskette des Kleidungsstücks und verleihen ihm dann ein Produktsiegel, oder das gesamte Unternehmen folgt durch die Mitgliedschaft in einer Textilvereinigung wie z.B. einer Multistakeholder-Initiative bestimmten nachhaltigen Verhaltensregeln, die systematisch überprüft werden. Folgende ökologische und soziale Standards gelten anspruchsvollen Siegeln als Grundlage:

ÖKOLOGISCHE ZERTIFIZIERUNGEN betreffen meistens Naturfasern aus kontrolliert biologischem Anbau (kbA), z.B. sogenannte „Bio-Baumwolle“, oder aus kontrolliert biologischer Tierhaltung (kbT).

KBA (KONTROLLIERT BIOLOGISCHER ANBAU):

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

KB T (KONTROLLIERT BIOLOGISCHE TIERHALTUNG):

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

SOZIALE PRODUKTIONSBEDINGUNGEN werden anhand von Standards gemessen, die die Internationale Arbeitsorganisation (ILO), eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, in vielen Jahren internationaler Beratungen 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 der ILO-Kernnormen zählen ferner 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.

FAIRTRADE COTTON steht für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen für die Baumwollkleinbauern. Das Siegel wird von TransFair e. V. für Produkte, die nach dem Fairtrade-Standard von Fairtrade International produziert wurden, vergeben. Der Umstieg auf biologischen Anbau wird gefördert. Als soziales Produktsiegel für den Baumwollanbau empfehlenswert:



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

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. Mehr dazu auf Seite 30/31:



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 Arbeiter_innen

TRANSPARENZ:

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

MULTISTAKEHOLDER-INITIATIVE von Wirtschaftsverbänden, NGOs und Gewerkschaften aus den Niederlanden

WEITERE SIEGEL UND STANDARDS Bei unserer Umfrage in den Geschäften wurden häufig Siegel und Standards genannt, nach denen wir nicht gefragt hatten, weil sie einen deutlich geringeren Anspruch aufweisen. Dennoch wollen wir sie hier kurz erläutern.

OEKO-TEX® STANDARD 100 Das weit verbreitete Produktsiegel belegt nur, dass das textile Endprodukt bestimmte Grenzen an Schadstoffen nicht überschreitet. Als Siegel mit schwachen Standards ist es deshalb nicht empfehlenswert:



- Schadstoffgehalt im Endprodukt unterschreitet bestimmte Grenzen
- Schwache Grenzwerte für gesundheitlich bedenkliche Stoffe
- Schwache Umweltkriterien
- Öko-Tex Standard 1000® oder Öko-Tex Standard 100plus® belegen zwar bessere Standards, sind aber sehr selten.

BLUESIGN® Dieses Produktsiegel taucht hauptsächlich bei Outdoor-Kleidung auf. Es bezieht in seiner Beurteilung auch Chemiefasern mit ein. Die allerdings nur eingeschränkte Verwendung von Chemikalien steht im Vordergrund. Als Siegel ist es deshalb nur eingeschränkt empfehlenswert:



- Für Natur- und Chemiefasern
- Ressourcenschonende Produktion
- Eingeschränkte Verwendung von Chemikalien
- Konventionelle und genmanipulierte Baumwolle sind erlaubt

SA8000® Diese von der Multistakeholder-Initiative Social Accountability International (SAI) initiierte Industrienorm bescheinigt für Zulieferbetriebe die Einhaltung bestimmter sozialer Standards in der Konfektion. Es wird kritisiert, dass die Verantwortung für die Umsetzung den Produktionsbetrieben übergeben wird, nicht den einflussreichen und mächtigen Markenunternehmen:



- Hohe soziale Standards: ILO-Kernarbeitsnormen, existenzsichernde Löhne
- In Deutschland geprüft durch den TÜV
- Geringe Beteiligung von NGOs und lokalen Stakeholdern vor Ort
- Kein Siegel an den Kleidungsstücken

RDS (RESPONSIBLE DOWN STANDARD) 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.

NACHGEFRAGT: ÖKO-FAIRE MODE IN KÖLN

Wo kann man ökologisch nachhaltige und fair produzierte Mode in Köln kaufen? Dies wollten Studierende der AMD Akademie für Mode & Design und Expertinnen von FEMNET herausfinden. Das Ergebnis: In Köln gibt es ein reichhaltiges und vielfältiges Angebot alternativer Mode.

TEXT Tatjana Krischik

DIE UMFRAGE

Nach dem Vorbild des Bonner öko-fairen Einkaufsratgebers „Fair, fair, fair sind alle meine Kleider“ (2013) und von BUY GOOD STUFF für Düsseldorf (2014) befragten fast 60 Studierende des Studiengangs Mode- und Designmanagement der AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf und ein Team von unabhängigen Expert_innen und Ehrenamtlichen von FEMNET sämtliche 700 Modegeschäfte in 14 ausgewählten Stadtteilen Kölns.

Sie hatten im Vorfeld gemeinsam einen Fragebogen gestaltet und fragten nach Kleidung, die bestimmte Nachhaltigkeitskriterien erfüllt. Sie suchten nach Concept Stores, die hauptsächlich öko-faire Kleidung anbieten, aber auch nach konventionellen Geschäften, die nachhaltige Mode führen. Da Secondhandkleidung per se nachhaltig ist, wurden diese Geschäfte zwar nicht befragt, sie sind aber in diesem Ratgeber gelistet. Mit dem Fragebogen unterm Arm besuchten die Studierenden zunächst die Geschäfte des inhaber_innengeführten Einzelhandels, um dort persönliche Interviews durchzuführen. Dabei unterstützte FEMNET sie tatkräftig mit seiner Expertise. Des Weiteren fühlte das FEMNET-Team sämtlichen in Köln vertretenen Modeketten auf den Zahn.

Bei der Umfrage erkundigten wir uns nach Kleidung, die mit glaubwürdigen sozialen oder ökologischen Siegeln versehen ist (Seite 38–41), oder

deren Produzenten einer vertrauenswürdigen Multistakeholder-Initiative angehören. Ferner wurde auch nach Produktionsstätten in Europa und vor Ort in Köln gefragt, bei denen man davon ausgehen kann, dass die Arbeitsbedingungen anerkannte soziale Richtlinien erfüllen. Es sollten möglichst viele Geschäfte mit der Umfrage erreicht werden, denn mit der Fragebogenaktion wollten wir auch die konventionellen Geschäfte für das Thema sensibilisieren.

Von den 420 inhaber_innengeführten Modegeschäften beantworteten 154 (36,7 %) unsere Fragebögen. Von den 189 internationalen Ketten mit ihren 270 Filialen antworteten nur 18 Firmen (9,5 %), die aber insgesamt 32 Filialen in Köln führen. Besonders stark war die Beteiligung in Kölner Szenevierteln wie Ehrenfeld, Neuhrenfeld, Belgisches Viertel, wo fast 50 % der Geschäfte ökologische oder faire Ware anbieten. Bemerkenswert ist zudem, dass auf der rechten Rheinseite (Mülheim, Kalk und Deutz) zwar weniger Geschäfte mit einem öko-fairen Angebot aufwarten konnten, aber dennoch eine rege Beteiligung (35 %) zu verzeichnen war. Schlusslichter bei der Befragung waren hingegen die wohlhabenden Viertel Rodenkirchen, Bayenthal (10 % Beteiligung) und Lindenthal (22 % Beteiligung).

DAS ERGEBNIS

77 Kölner Modegeschäfte bieten sowohl ökologisch als auch fair produzierte Mode an. Hinzu

kommen noch 68 Ateliers, die in der eigenen Schneiderei in Köln oder der Umgebung fertigen, sowie Labels, die in einem Betrieb fertigen lassen und dort faire Produktionsbedingungen selber kontrollieren. Einige davon verwenden Bio- oder Upcycling-Materialien. Zusätzlich fanden sich 16 Geschäfte, die zumindest in Europa produzierte Ware führen oder bei ihren Lieferanten genau nach den Produktionsbedingungen fragen. Insgesamt fanden wir ökologische Produktionskriterien im Sortiment von 96 Geschäften und fair produzierte Kleidung in sogar 153 Läden und Ateliers vor.

Das am meisten verbreitete Siegel ist das GOTS-Siegel (in 78 Geschäften), gefolgt von der Mitgliedschaft in der Fair Wear Foundation (43) und von Fairtrade Certified Cotton (37). Weniger häufig sind IVN Best Naturtextil (13) und OSC 100 (10). Häufig kommen auch die von uns als zu schwach eingestuften Siegel OEKO-TEX® Standard 100 und bluesign®, die Multistakeholder-Initiativen BSCI, BCI und der Standard SA 8000® vor. 116 Geschäfte bieten öko-faire Kleidung an, die mit keinem Label zertifiziert ist, aber z.B. aus Bio-Baumwolle (kbA) oder Recycling-Materialien gefertigt ist. Viele kleine öko-faire Labels können sich eine teure Zertifizierung offensichtlich nicht leisten. Einige Ateliers, die ein hohes Bewusstsein für faire Produktionsbedingungen zeigten, gaben an, dass die Auswahl ökologischer Stoffe noch nicht ihren Ansprüchen entspricht.

13 Modeketten führen öko-faire Ware: Mehrere große Unternehmen setzen einen Anteil an zertifizierter Bio-Baumwolle ein, der im Gesamtsortiment teilweise gering ist, aber durch die großen Produktionsvolumen relevante Mengen darstellt. Die sozialen Standards schwanken hier zwischen selbst definierten Codes of Conduct und Mitgliedschaften in mehr oder minder glaubwürdigen Multistakeholder-Initiativen.

DIE ERFREULICHE NACHRICHT

Öko-faire Mode muss nicht teuer sein: ein Großteil des Angebots befindet sich im mittleren Preissegment. Aber auch im hochpreisigen Segment und bei luxuriöser Couture-Mode wird man fündig. Im niedrigpreisigen Bereich ist die Auswahl geringer.

Auch wenn Geschäfte mit öko-fairer Ware hauptsächlich Damenoberbekleidung anbieten (113) und nur halb so viele Herrenbekleidung (61) und noch weniger Kinderbekleidung (22), so ist das Angebot sehr breit und vielfältig: von Casual/Basics, über hochmodische Couture- und Designermode, schicke Maßanzüge, Abend- und Brautmode, über Yoga-, Sport- und Outdoor-Bekleidung bis zu Karnevalskostümen und Berufsbekleidung.

Eine weitere positive Nachricht: Nicht nur das Engagement der Geschäftsinhaber_innen, auch das Konsument_inneninteresse steigt. Zwei Drittel der Geschäfte gaben an, dass Kund_innen verstärkt nach fairen Arbeitsbedingungen in der Kleiderherstellung fragen.

Wie sieht es mit den Arbeitsbedingungen im Kölner Modehandel selber aus? 53 der Geschäfte zahlen nach Tarifvertrag oder darüber. Aber einen Betriebsrat hat keines der inhaber_innengeführten Geschäfte. Dies liegt daran, dass viele der Geschäfte zu klein für einen Betriebsrat sind, teilweise sogar nur die Inhaber_in selbst mit viel Idealismus dort arbeitet.

Ein wichtiger Hinweis zum Schluss: Es haben nicht alle Geschäfte an unserer Umfrage teilgenommen, die möglicherweise öko-faire Ware führen. Manche Ateliers und kleine Geschäfte haben nicht die Zeit gefunden. Andere Geschäfte wollen kein Öko-Image. Und manch eine Kette nimmt lieber nicht teil, bevor ihr zu genau auf die Finger geschaut wird. Daher: Fragen Sie nach in den Geschäften! Machen Sie ihre eigenen Entdeckungen!

„
*Kund_innen fragen
immer mehr nach fairer
Mode*“

A DAY IN COLOGNE

MODEL Lynn Fischer

FOTOGRAF Simon Leipelt

HAARE/MAKE-UP Celine Fitsch

STYLING/KONZEPT Maria Eisenberg, Charlotte Jasper, Lukas Hengste, Caroline Szczepanek, Miriam Rhazi

**EIN BESONDERER DANK AN FAIRFITTERS, LANIUS UND TRIPPEN
FÜR DIE GROSSARTIGE UNTERSTÜTZUNG!**





”

*“Ich bin stolz, dass ich die Outfits in
Köln präsentieren durfte.”*



KLEID: Haikure / **SCHUHE:** Veja

”

*Ich glaube an den
Erfolg von Fair Fashion.*



JUMPSUIT: Lanius





”

*Öko-faire Mode zu
tragen ist ein besonders
schönes Gefühl.*



LINKS - SHIRT: Jan'n June / **ROCK:** Hess Natur

RECHTS - SHIRT: L'Herbe Rouge / **JOGGINGHOSE:** Dedicated / **SCHUHE:** Veja

”

*Es ist schön zu sehen,
wie sich öko-faire Mode
mehr und mehr etabliert.*



SHIRT: Jan'n June / **KIMONO:** Jan'n June / **ROCK:** Jan'n June / **SCHUHE:** Veja / **CLUTCH:** Elektropulli





”

*Ich habe mich in den
Sachen sehr wohl gefühlt.*



JUMPSUIT People Tree / **SCHUHE** Trippen / **CLUTCH** Elektropulli



Jeans
39,90
99,90*

*Made by Humans
ARMEDANGELS



ARMEDANGELS

Angetrieben von den gravierenden Missständen in der Modebranche gründeten 2007 zwei junge Kölner Betriebswirtschaftler ein Modeunternehmen mit nachhaltigem Anspruch. **ARMEDANGELS** ist heute, mit Martin Höfeler als Geschäftsführer, eines der erfolgreichsten deutschen ökofairen Modelabels.

TEXT Johanna Redlin

Mit dem programmatischen Namen Social Fashion Company GmbH startete die Firma zunächst als reines T-Shirt Label. Heute ist **ARMEDANGELS** bekannt für seine große Auswahl an lässigen T-Shirts mit coolen Prints und für eine breite Produktpalette an bequemer Freizeitkleidung für junge Männer und Frauen.

Zertifizierungen belegen die ökofaire Nachhaltigkeit der Kleidung von **ARMEDANGELS**. Das Siegel Fairtrade Certified Cotton garantiert fairen Baumwollanbau, während die GOTS-Zertifizierung versichert, dass hohe soziale und ökologische Ziele entlang der gesamten textilen Produktionskette eingehalten werden. Seit 2015 ist das Mode-Label zudem Mitglied der Fair Wear Foundation. Der Produktionsort wird stets nach Qualität und Standards der jeweiligen Produktionsstätten gewählt. Die Hauptimporte stammen aus Portugal, Marokko und der Türkei. Jedoch wird kein Land kategorisch ausgeschlossen, solange es den auferlegten Standards entspricht.

Aber wie rechnet sich das Konzept? Immerhin gründeten zwei Betriebswirte das Unternehmen. Die Antwort ist einfach: Der Verzicht auf einen Teil der Marge, höhere Stückzahlen und keine Unsummen fürs Marketing ermöglichen einen mit konventionellen Markenprodukten vergleich-

baren Preis. Ferner ist **ARMEDANGELS** mit einer prägnanten Marketingstrategie unterwegs. Die Bilder einer ihrer Kampagnen orientieren sich stark an der von H&M, jedoch mit einem kleinen, aber feinen Unterschied – über dem Firmennamen steht: „Made by humans“. Damit verweist die Firma darauf, dass ihre Kleidung von Menschen unter humanen Bedingungen hergestellt wird und auch der Preis human ist.

”

We love beautiful products. We think organic and we believe fairness is never out of fashion.

„We love beautiful products. We think organic, and we believe fairness is never out of fashion.“ Dieses Zitat der Firmenphilosophie veranschaulicht den Anspruch der Firma. Faire Mode steht nicht im Widerspruch zu modernem und schönem Design. Prominente

Unterstützer wie Eva Padberg, Thomas D, Cosma Shiva Hagen und Jessica Schwarz stellen sich dafür gerne als Testimonials zur Verfügung.

Vier Kollektionen jährlich werden zum großen Teil über den Onlinehandel vertrieben. Man findet sie auch in fast jedem Green Concept Store, von Köln bis zu den Kanarischen Inseln. Mittlerweile bieten aber auch konventionelle Stores wie Peek & Cloppenburg oder das Carsch-Haus **ARMEDANGELS**-Kollektionen in ihren Abteilungen für junge Mode an. Die Styles sind hiermit erfolgreich im Mainstream der Mode angekommen.

www.armedangels.de



AVANTGARDEGREEN

*Was für eine Powerfrau. Olcay Krafft, die kleine, zierliche Frau mit der braunroten Lockenmähne und den leuchtenden großen Augen ist die Modeschöpferin hinter dem erfolgreichen Kölner Couture-Label **AvantgardeGreen**.*

TEXT Shannon-Laura Aiello und Charlotte Diels

Beim Betreten des Showrooms von **AvantgardeGreen** auf der Pfeilstraße fühlt man sich sofort von Exklusivität und Schönheit umgeben. Der Gang zu den traumhaften Roben führt auf einem roten Teppich vorbei an meterhohen Spiegeln. Hier findet man das richtige Kleid für den besonderen Anlass, vom maßgefertigten Abiballkleid übers individuelle Hochzeitskleid bis hin zu sehr außergewöhnlichen Einzelstücken, die auf jedem roten Teppich Aufsehen erregen. Olcay Kraffts Design verbindet Luxus und Weiblichkeit. Ja, die Kreationen sind teuer. Aber das bloße Streicheln der Stoffe lässt einen schweben, man fühlt das Herzblut und die Leidenschaft, die Emotionalität und Begeisterung der Designerin. Man sieht die Farben und Stoffe, die vielen wunderbaren Details und Effekte. Besonders berührt hat die Designerin jedoch, als eine Kundin darauf bestand, dass sie das für sie maßgeschneiderte Lieblingskleid mit ins Grab nehmen wird.

Aber Schönheit ist nicht alles für Olcay Krafft. Sie möchte mit ihren modischen Schöpfungen begeistern und zugleich das Bewusstsein der Konsument_innen schärfen. Sie schneidert exklusive Roben nur aus ökologisch nachhaltigen und fair produzierten Stoffen. Sie beschäftigt sich schon lange mit

dem Thema. Das Label **OlcayKrafft Fashion** gibt es schon seit 1989. Aber 2009 ging sie mit **AvantgardeGreen** konsequent in die grüne Offensive im Luxusbereich. Man kann sie hier ruhig als Vorreiterin bezeichnen, denn Nachhaltigkeit findet man bisher kaum im Luxus-Segment. Olcay Krafft kann somit zu Recht stolz auf ihre

”

*Luxus für Kund_in
und Umwelt*

GOTS-Zertifizierung sein. Sie ist überzeugt: „Ökologisch produzierte Kleidung ist mehr als ein Trend. Wer beim Essen und im täglichen Leben auf Sozialverträglichkeit und Umwelt achtet, möchte es bei Mode auch tun.“ Gleichzeitig sieht sich Olcay Krafft als Kämpferin für das nach-

haltige Bewusstsein: „Man muss etwas dafür tun, wenn man etwas erreichen will.“

Der Erfolg gibt ihr recht. Der Umzug 2009 in die direkte Nachbarschaft zu einem renommierten Hotel ermöglichte neue Kontakte und viele internationale Kund_innen. Somit ließ auch der wirtschaftliche Erfolg nicht lange auf sich warten. Ein internationales Magazin hat sogar das von ihr selbst gestaltete Schaufenster als das Schönste gewählt und 2011 wurde **AvantgardeGreen** für den Utopia Award nominiert.



Pfeilstraße 44, 50672 Köln-Altstadt-Nord
www.olcaykrafft.com/AvantgardeGreen



DAILY'S – NOTHING'S BETTER

Ökologie und Fairness sind die Leitmotive des 2012 in Köln gegründeten Unternehmens **DAILY'S – NOTHING'S BETTER**. Im Premiumbereich bietet es mit der Marke „Daily's“ nachhaltige und fair produzierte Casual-Kleidung für modisch orientierte Frauen. Die Herrenlinie heißt „Trevor's Choice“ und ist inspiriert von den lässigen Styles Kaliforniens. In unserem Interview mit Gründer und Inhaber Markus Leicher erfahren wir mehr über die Marke.

INTERVIEW Lisa Trilling und Marie Lambert-Schell

WAS BEDEUTET DER NAME „DAILY'S – NOTHING'S BETTER“?

Wir wollten eine Kollektion mit Lieblingsteilen machen. Unkomplizierte, modische Styles für jeden Tag, die alles andere als langweilig sind. „Better“ steht in erster Linie für „for a better future“. Denn wir wollen mit unserer öko-fairen Mode etwas verändern. Nachdem ich jahrelang in der Modebranche tätig war, wollte ich endlich ein Produkt schaffen, bei dem ich voll dahinterstehen kann.

sehr partnerschaftliches Verhältnis zu Ihnen. Wir wollen genauestens wissen, wo unsere Produkte herkommen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt werden. Denn nur so können wir auch die Einhaltung hoher Standards garantieren.

”

*Smart Casual im
wahrsten Sinne des
Wortes*

Außerdem kooperieren wir mit der Hilfsorganisation Water.org und fördern auch an unseren Betriebsstandorten gezielt Projekte für Kinder, Jugendliche sowie Senioren.

WELCHE ZIELGRUPPE SPRECHEN SIE AN?

Hauptsächlich 20- bis 50-Jährige, die im Premiumbereich einkaufen. Das sind gut angezogene Frauen und Männer, denen ihre Mitmenschen und die Umwelt wichtig sind.

WO KANN MAN IHRE MODE IN KÖLN KAUFEN?

Momentan sind wir mit „Daily's“ und „Trevor's Choice“ schon in etlichen Shops zu finden: Anders, AppelrathCüpper, Bogen Classic, Herzblut Fashion, Mingshou, Modehaus elscheidt, NICAMÉ, Schulte Textil, Va bene und Weingarten. Gerade expandieren wir in die Niederlande und nach Österreich. Man findet unsere Ware auch im CONLEYS-Katalog und über unseren Onlineshop.

www.dailysnothingsbetter.com



FUNKTION SCHNITT

*Fast Fashion? Nicht bei **FUNKTION SCHNITT**. Hier geht es um das perfekt geschnittene Shirt, das wichtige Funktionen erfüllt. Zweckgerechte Materialien von sehr hoher Qualität, die gleichzeitig ökologisch nachhaltig sind sowie fair produziert wurden, garantieren lange Freude am Tragen der Shirts.*

TEXT Alina Stockhausen

Das Kölner Start-up-Unternehmen **FUNKTION SCHNITT** setzt auf T-Shirts. Der Gründer Peter Dirski ist ein ehemaliger Unternehmensberater und sein Partner Simon Hariman war Designer in der konventionellen Mode. Beide beschlossen 2014, mit der Idee des perfekten T-Shirts auf den Markt zu gehen. Die Motivation entstand aus Peters Suche nach dem perfekten Shirt für jede Gelegenheit. Zunächst entstand ein Pop-up Store im Belgischen Viertel und schon 2016 dann der eigene Laden auf der beliebten Ehrenstraße in der Innenstadt.

Was macht das Label **FUNKTION SCHNITT** so interessant? Es sind zunächst die Materialien aus natürlichen Rohstoffen wie TENCEL®, feine Merinowolle oder SeaCell®. Sie sind sehr funktionstüchtig und angenehm auf der Haut. Shirts aus feiner Wolle z.B. sind geruchsneutral, temperaturregulierend, knitterarm und transportieren Feuchtigkeit leicht nach außen. Weder schwitzt noch friert man in solch einem Shirt. SeaCell® aus Algen fühlt sich besonders sanft an, schützt und pflegt die Haut. Deshalb freut sich Peter jeden Abend auf sein Algenshirt. Er findet es ideal zum Schlafen. Die Langlebigkeit der Produkte steht bei

FUNKTION SCHNITT im Mittelpunkt. Als das meistgekauftete Modeobjekt ist das T-Shirt eigentlich ein typisches Wegwerfprodukt. Genau das will das Label verändern. Ihr T-Shirt soll seine Träger_innen lange in ihrem Alltag unterstützen! Aber auch zeitlos soll sein Design sein. Deshalb verzichtet das Label auf Prints und ausgefallene Farben im schnellen modischen Wechsel. Stattdessen achten die beiden Unternehmer auf ökologisch nachhaltige Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen. Stoffe aus Bio-Baumwolle sind nach GOTS zertifiziert.

”

*Peter freut sich
jeden Abend auf sein
Algenshirt!*

Transparenz ist ein weiteres wesentliches Kriterium für

FUNKTION SCHNITT. Die Firma informiert auf der Homepage und an den Produkten, wo das Teil produziert wurde. Peter und Simon lassen ihre Shirts überwiegend in Portugal fertigen, damit sie die Produktionsstätten alle zwei bis drei Monate besuchen und überprüfen können. Das Label ist noch sehr jung, doch durch Social Media wie Instagram, Facebook, aber auch durch Blogger_innen werden immer mehr potenzielle Kunden_innen aufmerksam. Die Vision ist, in den nächsten Jahren noch weitere Filialen in deutschen Großstädten zu eröffnen. Dieser Schritt ist den beiden selbstbewussten und zielsicheren Unternehmern durchaus zuzutrauen!



Ehrenstraße 84 · 50672 Köln-Alstadt-Nord
www.funktionschnitt.de



JOAH KRAUS

„Gut Ding will Weile haben.“ Aus diesem Motto heraus entsteht mitten in Köln handgefertigte Herrenbekleidung mit authentischem Stil und kosmopolitischem Anspruch.

TEXT Annika Cornelissen

Joachim Kern entdeckte schon als Kind seine Faszination für Bekleidung und Mode. Heute betreibt er sein eigenes Modelabel **Joah Kraus** in Köln-Neustadt-Süd. In einem höchst individuellen Stil kombiniert er sportive Herrenbekleidung mit femininen Elementen und moderner Lässigkeit. Er entwirft und fertigt selber seine kleinen Kollektionen im Workshop, wie er sein Atelier und Ladenlokal nennt. Beim Betreten wird direkt klar: Hier wird handwerklich gearbeitet. Im Shop steht zwischen den Kleiderstangen zentral ein großer Schreibtisch mit Entwurfsskizzen. Im hinteren Raum surren Nähmaschinen, die den Jazzsender übertönen.

Der Designer legt großen Wert auf eine nachhaltige Produktion. Deshalb versucht er, mit ungewöhnlichen Zuschnitten den Verschnitt so minimal wie möglich zu halten. Die Stoffe bezieht er aus deutschen Webereien, die mit dem GOTS- oder sogar IVN-Best-Siegel zertifiziert sind. Dies ergab sich aus den Richtlinien der Firma Manufaktum, die Teile seiner Kollektion verkauft. Die nachhaltigen Konzepte beider Unternehmen passen gut zusammen. Denn auch Manufaktum bevorzugt Kleidungsstücke, die mehrere Saisons stilistisch wie auch qualitativ überdauern. Slow Fashion könnte sein Motto heißen. „Es ist

ein Trugschluss, dass wir jeden Monat neue Kleidung kaufen müssen“, so Kern. Denn die Grundformen der Bekleidung bleiben eigentlich bestehen und die modischen Veränderungen passieren nur oberflächlich. So kann Joachim Kern dank der Übersichtlichkeit seiner Grundmodelle und hochwertigen Gewebe mehr Zeit in die optimale Passform investieren. Er verliert sich nicht in einem Überangebot an Modellen, das die Kund_innen nur verwirren würde. Selbst für den internationalen Erfolg ist es seiner Meinung nach nicht zwingend notwendig, schnell wechselnde Moden zu kreieren.

”

*Modern styles,
advanced sillhouettes,
handmade in
Germany*

Regelmäßige Präsentationen seiner aktuellen Kollektionen finden in Kooperation mit befreundeten Designer_innen statt. So werde ich auch direkt eingeladen ins Hotel The Qvest Hotel Hideaway, das zum Modemagazin „Qvest“ gehört. Hier werden sich zum wiederholten Male **Joah-Kraus**-Modelle und Trippen-Schuhe zu avantgardistischen Outfits vereinen. Drei regionale Marken aus dem Bereich Mode mit internationalem Anspruch und mit eigenem, markantem Design bilden dann eine ungewöhnliche stilistische Symbiose.



Lützelerstraße 1 · 50674 Köln - Rathenauviertel
www.joahkraus.de



LANIUS

*Schlichte Silhouetten aus hochwertigen Materialien mit stilsicherer Schnittführung. Das ist das Geheimnis viel begehrter Lieblingsteile. Das wissen nicht nur gut informierte Modedfans, sondern auch Claudia Lanius, die mit ihrem nachhaltigen Label **LANIUS** die Modewelt von Köln aus europaweit auffrischt.*

TEXT Martina Karrasch

Ihre modische Kleidung soll Auge und Herz ansprechen. „Meine Vision war es, eine vollumfängliche nachhaltige DOB-Kollektion zu kreieren, die drei wesentliche Elemente in Einklang bringt: ökologische Rohstoffe, faire Arbeitsbedingungen und ein klares Design.“

Aus dieser Idee heraus gründete Claudia Lanius 1999 ihr eigenes nachhaltiges Label. Es ist GOTS-zertifiziert und kann somit eine öko-faire Produktionskette nachweisen. Mit den meisten Produzenten arbeitet sie seit den Anfängen ihres Unternehmens zusammen. Nach langer Kooperation ist das gegenseitige Vertrauen sehr groß und die Arbeitsabläufe funktionieren reibungslos. Da hat sich die akribische Recherche nach guten Lieferanten zu Beginn der Firmengründung inzwischen sehr gelohnt. Claudia Lanius engagiert sich mit ihrer Mode auch für die Menschen, die für sie in Indien arbeiten. Im Onlineshop bietet sie coole Charity-Printshirts an. Mit drei Euro pro Shirt fördert Claudia so den Ausbau und Erhalt der Schulen in den Dörfern der bioRe®-Baumwollbauer_innen in Indien.

Charity und Nachhaltigkeit für ein Shirt, das 49,90 Euro kostet, lohnen sich da gleich dreifach: für ein tolles neues Sommershirt, für eine lange Haltbarkeit und für eine gute Tat. Wenn man auf Qualität statt Masse setzt, dann sind die Preise von **LANIUS** definitiv fair und können mit anderen

”

*Love Fashion /
Think Organic /
Be Responsible*

konventionellen Markenkleidern mithalten.

Seit einigen Jahren steigt die Nachfrage nach öko-fairer Kleidung ebenso stark wie der Anspruch an den Modegrad. Dennoch setzt die kluge Geschäftsfrau Claudia Lanius auf vorsichtiges Wachstum. Gleichzeitig behält sie die aktuellen Trends genau im

Auge. Ihre Mode ist weiblich, aber dennoch sachlich und schlicht in schmeichelnden Farben und Formen. Eine sehr tragbare Mode für die erwachsene Frau und durchaus bürotauglich.

Der Erfolg gibt ihr recht. Zum Glück, denn ihre Kund_innen wollen, dass nachhaltige Mode auch stilistisch der Fast Fashion etwas entgegensetzen kann. Und das können sie definitiv mit Mode von **LANIUS**. Ich bin schon jetzt ein bisschen verliebt in das Label ...

Stores: Merowingerstr. 7, 50677 Köln-Südstadt
Apostelnstr. 6, 50667 Köln-Innenstadt
Neusser Str. 61, 50670 Köln-Agnesviertel
Berrenrather Str. 203, 50937 Köln-Sülz
www.lanius-koeln.de



MILCH BASICS

*Nina Lorkovich gründete **milch Basics** im September 2007 als eines der ersten fairen Labels für Shirts und Accessoires in Köln. Ihre zahlreichen Reisen nach Indien, Afrika und in das Westjordanland inspirierten sie, fair gehandelte Mode zu unterstützen und den Gedanken des fairen Handels auch in Deutschland zu verbreiten.*

TEXT Isabel vom Bruch und Natalia Serbenko

Nach der Geburt ihres Sohnes empfand Nina Lorkovic Muttermilch als natürlich stärkend und rein. Die Mode von **milch Basics** verfolgt ein ähnliches Prinzip: Sie soll sowohl für die Verbraucher_innen, als auch für die Produzent_innen für konsequente Nachhaltigkeit stehen. Die gesamte textile Kette soll transparent mit klar definierten Prozessen sein. Passend zu ihrem Namen umfasst ihr Angebot schlichte Basics für Frauen und Männer: Shirts, Taschen und Heimtextilien.

Nina Lorkovic geht es um die Menschen in der Textilproduktion hinter den Kulissen der funkelnden Modefassade. Der Einsatz für humane Arbeitsbedingungen, soziale Mindeststandards, gerechte Löhne und Preise in der Textil- und Bekleidungsindustrie stehen für das Label **milch Basics** im Fokus. Baumwollbauer_innen bekommen in den Anbauländern wie Indien einen fairen und stabilen Preis für ihre Baumwolle, um einen menschenwürdigen Lebensstandard zu sichern.

Die dort angebaute Bio-Baumwolle kommt nicht mit Pestiziden oder anderen gefährlichen Chemikalien in Berührung. Für die Düngung der

Bio-Baumwolle wird ausschließlich natürlicher Dünger verwendet. Dies macht die Tierhaltung zu einem wichtigen Bestandteil des Anbaus von Bio-Baumwolle und schont auch die Umwelt.

Die **milch-Basics**-Kollektion wird von einem durch GOTS zertifizierten Produzenten gefertigt. Mindestens 70 % der Fasern müssen aus biologisch angebauten Naturfasern bestehen. Es dürfen nur Farbstoffe und Hilfsmittel verwendet werden, deren toxikologische und ökologische Wirkung geprüft ist. Das GOTS-Siegel gibt den Kund_innen von **milch Basics** die Sicherheit, mit wohltuend reinen Textilien in Berührung zu kommen.

milch Basics gibt es nur im Onlineshop zu kaufen.

„
*Fashion Basics &
Living Basics für jeden
Tag*“

www.milch-basics.de



SHIPSHEIP

„Es war eine ganz spontane Entscheidung und wir sind überglücklich, diesen Schritt gewagt zu haben.“ Und ganz ehrlich? Die Spontaneität der beiden Gründerinnen wird sofort klar, sobald man **Shipsheip** betritt. Nicht nur das große Schaufenster, auch die kreativen Designs der Mode und die gekonnt provisorisch wirkende Inneneinrichtung ziehen einen sofort magisch an.

TEXT Ilka Plum

Joana Ganser, Absolventin der AMD Akademie für Mode und Design Düsseldorf, und die studierte Theologin Daniela Wawrzyniak eröffneten im April 2016 gemeinsam einen Concept Store für nachhaltige Mode im jungen und lässigen Stil. Man findet hier Mode und Accessoires von jungen Labels wie MINGA BERLIN, pikefine und Rote Lachse Wattenscheid. Zusätzlich zu der Neuware kann man hier auch Kleidungsstücke von Kleiderrebell leihen.

„*It's all shipshape and Bristol fashion!*“

geht es Joana und Daniela darum, ihren Kundinnen Mode mit einem besonderen Charakter zu bieten. Urbane Schlichtheit, natürliche Eleganz und kleine liebevolle Details machen die Eigenmarke individuell und zu richtigen Lieblingstücken. Ihre Modelle passen sich jedem Look

an. Egal ob alt oder jung, jede_r kann sie tragen. Die Designerin Joana berichtet begeistert: „Es ist unglaublich. Ein Kleidungsstück, das wir eigentlich für die jüngere Zielgruppe gedacht hatten, sah bei einer älteren Dame atemberaubend schön und elegant aus.“ Das nennt

man gute Schnittkunst. Und genau diese kann man neben Trendklassikern wie Cardigans und Pullovern auch in Form von Schals, Fliegen sowie modernem Schmuck und Taschen bei **Shipsheip** finden.

Alles ist tipptopp und tadellos – genau das, was **Shipsheip** bedeuten soll. Denn der Name ist eine Ableitung aus der nautischen Phrase „It's all shipshape and Bristol fashion!“, die britische Seeleute benutzen, wenn ihr Schiff in ordentlichem Zustand ist. Aufgrund ihres frischen und modernen Charakters passt diese nachhaltige Modedeboutique genau in das hippe, alternative Kölner Szeneviertel Ehrenfeld. Überzeugen Sie sich doch einfach selbst. Ich kann Ihnen sagen, es lohnt sich.

Fernab von Mainstream und billiger Massenware



Körnerstr. 76 · 50823 Köln-Ehrenfeld
www.shipsheip.de



TRINKHALLEN SCHICKERIA

*Lena Schröder ist die Designerin des Labels **Trinkhallen Schickeria**. In ihrem Atelier entstehen individuelle Einzelstücke aus gebrauchten Kleidern oder Restware. In einem Interview konnten wir sie nach ihrem Konzept und nach ihren Erfahrungen befragen.*

INTERVIEW Marie Priggert, Lisa Schmidl, Sandhia Thelen

Was STECKT HINTER TRINKHALLEN SCHICKERIA?

Das Label **Trinkhallen Schickeria** habe ich schon vor zehn Jahren, noch vor meinem Modedesign-Studium gegründet. Die Idee hat sich gehalten, weil mir diese Arbeit Spaß macht mit ihrer Abwechslung zwischen Nähen, Kund_innenkontakt und Veranstaltungen. Nachhaltigkeit hat von Anfang an eine große Rolle gespielt. In erster Linie will ich aus Bestehendem Neues schaffen.

Wir produzieren in unserer eigenen Werkstatt in Köln. Eine Handvoll Läden verkaufen unsere Kollektion und mindestens zweimal im Jahr stelle ich auf Designermärkten wie dem „Super Markt“ in Köln aus. Seit 2016 verleihe ich auch Teile in der Kleiderlei.

WAS IST DAS BESONDERE AN IHREM DESIGN?

Unsere Streetwear ist individuell, aber nicht zu extravagant. Der Designprozess beginnt damit, dass ich Stoffe sammle, die mich inspirieren: hochwertige alte Wollstoffe oder filigran gemusterte Vintage-Schätze. In meinem großen Lager treffen dann irgendwann zwei Stoffe aufeinander und die Idee für einen Style entsteht. Fast alle unsere Stücke sind Unikate. Denn von Vintage-Stoffen haben wir meist nur ein bis vier Meter. Aber meine Schnitte verwende ich immer wieder.

WIE WICHTIG IST IHNEN NACHHALTIGKEIT?

Das ist die Hauptidee, die mich antreibt! Mir sind sehr wichtig: Regionalität, Ressourcenschonung, Handarbeit, sinnvolle Kooperationen, die Synergien schaffen, sowie Teilen, Leihen und Reparieren. Deshalb verwende ich überwiegend gebrauchte Materialien oder Stoffreste, auch Überproduktionen und Fehlerware aus der Textilindustrie. Zu Beginn habe ich meine Stoffe hauptsächlich auf Flohmärkten gesammelt. Heute pflege ich z.B. eine Kooperation mit Vintage Emde. Einzelteile, die sich dort nicht so gut verkaufen, landen bei mir. Eine Win-win-win-Situation auch für die Umwelt.

WELCHE ROLLE SPIELEN TRENDS BEI IHRER SLOW FASHION?

Kollektionen von **Trinkhallen Schickeria** sind unabhängig von Trends. Ich habe momentan zwar einige der Blusen etwas gekürzt, weil man gerade Cropped Shirts trägt. Aber es ist nicht mein Anliegen, ein kurzlebiges Design zu machen. Wir machen Lieblingsstücke! Außerdem kann man jedes Teil, das bei uns gekauft wurde, hier lebenslang reparieren lassen. Geflickt, gekürzt, mit neuen Knöpfen angenäht sind sie ausgefertigt für die zweite, dritte, vierte Runde. „Live slow, die old!“ So steht es auch draußen über dem Schaufenster von **Trinkhallen Schickeria**.

Atelier:

Venloer Straße 459 · 50825 Köln-Neu Ehrenfeld
www.trinkhallen-schickeria.de



BGREEN

Seit Anfang 2016 bietet Andrea Jeschewski in Köln-Ehrenfeld nachhaltige Mode und Lifestyle-Produkte an. Listen to her message – denn hier steckt Wissen drin!

INTERVIEW Lisa Klasen und Sarah Wiese

SEIT WANN WOLLTEN SIE EIN GESCHÄFT ERÖFFNEN?

Das ist schon ziemlich lange her. Es war eigentlich als Alternative zur konventionellen Fertigung gedacht. Seit 2005/2006 spielte ich mit dem Gedanken, einen Laden zu eröffnen. Vorher war ich in der konventionellen Modebranche tätig. Dabei wird man eigentlich zwangsläufig darauf aufmerksam, dass der gesamte Herstellungsprozess nicht mit fairen Mitteln arbeitet. Wirft man einen Blick hinter die Kulissen, bekommt man mit, dass von Unternehmensseite aus um jeden Cent gefeilscht wird und dabei nur ein schwindend geringer Lohnkostenanteil einkalkuliert wird. Als Produzent_in wird man stark unter Druck gesetzt, den Preis zu minimieren. Ich habe hautnah miterlebt, dass Betriebe schließen mussten, weil sie dem harten Konkurrenzkampf nicht standhalten konnten. Deswegen habe ich für mich entschieden, es anders zu machen.

WODURCH ZEICHNET IHRE MODE SICH AUS?

Der Stil meiner Mode ist am ehesten mit sportlich-elegant, funktional und minimalistisch zu beschreiben. Selbstverständlich wird dabei auch der Zeitgeist berücksichtigt. Bei **bgreen** findet man Hosen, Tops, T-Shirts, Pullover, Kleider, Blusen, Schuhe und Accessoires. Darunter sind viele Basics mit dem Print „What's your message?“ bedruckt, der öko-fair in Köln erstellt wird. Die heutige Modewelt macht es uns einfach, Botschaften in die Welt hinauszutragen. Nicht nur durch

aufgedruckte Motive, auch Material und Herstellung geben ein Statement ab. Die Frage „What's your message?“ fordert auf, die eigene Position zu überdenken. Hinterfragen wir, was uns angeboten wird? Was ist eigentlich unsere eigene Botschaft? Können wir etwas ändern?

Zusätzlich biete ich zu der Mode, die ich selber entworfen habe, eine vielfältige Auswahl an Lifestyle-Produkten an, die von anderen lokalen Designer_innen ökologisch hergestellt werden. Zielgruppe des Ladensortiments sind Männer und Frauen, die abseits der großen Einkaufsstrassen auf der Suche nach individuellen Produkten sind und Nachhaltigkeit schätzen. Dabei spielt das Alter keine Rolle. Vielmehr begrüßen sie die fair produzierte Kleidung und die Möglichkeit, im Gespräch mit mir mehr über die Herkunft oder Produktion zu erfahren.

WAS SIND IHRE ZUKUNFTSPÄNE?

In Zukunft möchte ich den Anteil an Upcycling-Produkten sowohl bei der Mode als auch im übrigen Sortiment steigern. Die Sinnhaftigkeit der Verwendung steht bei der Auswahl der Materialien genauso im Fokus wie Design, Langlebigkeit, Ressourcenschonung und Recyclingfähigkeit. Meiner Ansicht nach bietet der Markt in diesem Bereich noch enormes Wachstumspotenzial. Natürlich impliziert dies auch, sich als Endverbraucher_in aktiv mit dem Thema der Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen und bereit zu sein, Dinge zu hinterfragen.



Geisselstr. 29 · 50823 Köln-Ehrenfeld
www.bgreen.de



COTOPAXI

Mitten in der Kölner Innenstadt leuchten in der kleinen Boutique von Henriette Volz bunte Produkte aus Nord- und Südamerika. Silberschmuck, Mokassins, Ponchos und Tücher kommen auf direktem Wege nach Köln und unterstützen die zumeist indigenen Produzenten.

TEXT Henriette Volz

Die Produktpalette von **COTOPAXI** Moccasins & Ponchos reicht von hochwertigen Mokassins aus Kuh-, Hirsch- und Elchleder bis zu Ponchos, Schultertüchern und Pullovern aus Alpakawolle, teilweise von der World Fair Trade Organization (WFTO) zertifiziert. Außerdem gibt es Accessoires wie Navajo-Silberschmuck, Samenschmuck aus dem Amazonasgebiet Ecuadors und Kolumbiens oder gewebten Schmuck und Gürtel sowie echte Panama- und Anden-Filzhüte. Die Sneaker von Mipacha und Wanderlust werden aus traditionellen Stoffen der Quechua und der Maya jeweils in Peru und Guatemala hergestellt und sind herrlich bunt. Leggings, Kleider und Pullover sind aus edler Alpakawolle oder aus feiner Pimabaumwolle – alles wird fair und ökologisch nachhaltig hergestellt.

Die Idee des Ladens ist es, durch den direkten Kauf bei den Kunsthandwerker_innen, Familienunternehmen und Cooperativas sowie Asociaciones überwiegend in Lateinamerika Arbeit für ihre Mitglieder zu generieren. Der Weg des Direktkaufs erschien der Gründerin von **COTOPAXI**, Henriette Volz, als der schnellste, sicherste und beste Weg, die Lebensverhältnisse indigener Bevölkerungen zu verbessern. Wichtig ist ihr

außerdem, dass die Produzenten darin bestärkt werden, ihre traditionellen Produktionstechniken weiterzuführen, weil ihre Produkte auch an einem anderen Ende der Welt geschätzt werden!

Inspiriert wurde Henriette Volz von Knud Rasmussen. Der Sohn einer Inuk und eines Dänen gründete 1910 zusammen mit einem Freund im Norden Grönlands eine Handelsstation, um den Handel zwischen Dänen und Inuit fair zu gestalten. Die Inuit bekamen einen fairen Preis für ihre Produkte, in erster Linie Felle, und konnten so europäische Produkte kaufen. Es war sozusagen ein erster, vielleicht

überhaupt der erste Fair Trade Shop – und das im ewigen Polareis! Die Handelsstation erwirtschaftete einen Überschuss, mit dem Rasmussen sieben Expeditionen zu Inuit-Siedlungen in den arktischen Gebieten Grönlands und Nordamerikas durchführte und dabei ausführliches Wissen über die Kultur der Inuit zusammentrug. Ob jung oder alt, das Sortiment bei Henriette Volz spricht alle Altersgruppen an, da die Produkte keinen Modetrends folgen, sondern alle echte, authentische Klassiker sind. Fair-Trade-Produkte sind immer etwas teurer, aber dennoch ist die Preisgestaltung bei **COTOPAXI** Moccasins & Ponchos angemessen und fair.

„
*Der Handel kommt
den Kleinproduzenten
direkt zugute.*“



Auf dem Berlich 7 · 50667 Köln-Altstadt-Nord
www.cotopaxi.koeln



DOKAN – DER LADEN

„Ich habe ausschließlich Produkte im Sortiment, hinter denen ich auch stehe“, sagt Ali Meschkinfam, der seit 2006 seinen individuellen Weltladen mit einer vielseitigen Palette ausschließlich fair gehandelter Produkte betreibt. Ali Meschkinfam kam als junger Mann nach seinem Abitur aus dem Iran nach Deutschland und nannte folgerichtig seinen Laden „Dokan“, was auf Persisch „Der Laden“ bedeutet.

TEXT Nadine Hortscht

Ali Meschkinfams kunterbunter Laden bietet ein abwechslungsreiches Sortiment, angefangen von Schokolade, Tee und Kaffee über Deko- und Geschenkartikel bis hin zu Schulbedarf und Kleidung.

Das Sortiment an Kleidung und Modeaccessoires macht ca. 30 % seiner Produktpalette aus. Hauptsächlich sind Basics wie T-Shirts, Tops und Pullover erhältlich, die überwiegend unisex getragen werden können. Vereinzelt findet man auch Kleider, Hosen und Röcke.

Aber nicht nur für „drüber“ hat Meschkinfam etwas zu bieten, sondern auch für „drunter“. Bequem, gut sitzend und hautfreundlich ist die Wäsche aus Bio-Baumwolle aus dem **Dokan** ein gern gekaufter Geschenkartikel für die Partnerin oder den Partner. Für gewöhnlich sind alle Basic-Modelle in den sechs Standardfarben und zwei bis drei Größen je Modell erhältlich. Sollten mal die richtige Farbe, Größe oder Schnitt fehlen, hält Ali Meschkinfam immer die Kataloge der Firmen bereit, von denen er seine Kleidung innerhalb von drei Wochen direkt bezieht.

Für Meschkinfam ist es sehr wichtig, dass seine Kund_innen zufrieden sind mit seiner Beratung und mit der Auswahl an fairen Produkten. Deshalb sucht er seine Marken sorgfältig aus und kauft diese vorwiegend in England, Holland, Belgien, aber auch in Nepal ein. Im Bereich der Kleidung sind es z.B. die Marken Continental, Stanley & Stella und Nepalaya. An Accessoires kauft er Schals und Taschen der Marken GLOBO, GEPA, Madat Nepal und Earth Squared ein. Er setzt bei seinem Kleidungsangebot weniger auf Masse sondern auf ausgewählte Teile aus 100%ig nachhaltiger und fairer Herstellung.

„
*Trendige Must-haves
im Weltladen*“

Wer nach trendigen Must-haves für das Jahr 2016 sucht, wird ebenfalls im **Dokan – Der Laden** fündig. Bunte Socken der englischen Fair-Fashion-Firma Braintree in verrückten Farb- und Musterkombinationen sind ein absoluter Hingucker und machen schon beim Kauf gute Laune. Der absolute Hit für Fashionistas dieses Jahr: Sie tragen kunterbunte ausgefallene Socken in offenen Sandalen oder über den Knöchel gezogen in Sneakers!



Subbelrather Str. 297 · 50825 Köln-Neu Ehrenfeld



DUE LUNE

Ein leises Glöckchen klingelt etwas schüchtern, sobald man die Tür aufdrückt. Sofort wird man mit einem freundlichen Lächeln von der Inhaberin Christiane Wojtera begrüßt. Due Lune scheint eine Boutique zu sein, wie sie jeder kennt - zumindest auf den ersten Blick. Doch hier steckt mehr dahinter.

TEXT Kathrin Krings

Die sympathische Geschäftsinhaberin Christiane Wojtera arbeitete viele Jahre in einem wissenschaftlichen Pflanzenforschungsinstitut als Direktionsassistentin. Das Institut hatte einen Schaugarten und organisierte dort Wissenschaftsausstellungen. Hier entdeckte Christiane Wojtera zum ersten Mal Bekleidung aus ökologischer Pflanzenproduktion. Von nun an faszinierte sie Mode aus Naturfasern. Anfang des Jahres übernahm sie dann die kleine Boutique **Due Lune** von ihrer Freundin und steckte ihr ganzes Herzblut in die Beschaffung nachhaltiger Mode.

Christiane Wojtera ist es sehr wichtig, dass ihre Ware aus natürlichen Fasern und kontrolliert biologischen Ursprungs gefertigt ist. So sind viele ihrer Kleider mit dem GOTS-Siegel versehen. Ferner legt Christiane Wojtera großen Wert auf Transparenz und faire Arbeitsbedingungen bei der Herstellung der Bekleidung. Sie besucht die Produktionsstätten der Hersteller, um sicherzustellen, dass dort unter fairen Arbeitsbedingungen produziert wird. Sie will eben Mode zum Rundherum-Wohlfühlen.

Das Interesse und Bewusstsein für ökologisch nachhaltig und fair produzierte Ware ist gestiegen und wird weiter zunehmen, da ist sich Christiane

Wojtera sicher. Bevor sie die Boutique übernahm, hatte die Kölnerin regelmäßig bei ihrer Freundin im Laden ausgeholfen und konnte so über die Jahre hinweg eine deutliche Entwicklung feststellen. „Der Trend schreitet voran, daher habe ich auch ein gutes Gefühl, auf dem richtigen Weg zu sein.“ Denn die Kund_innen hinterfragen mehr und mehr die schlechten Arbeitsbedingungen konventionell hergestellter Kleidung und suchen nach Alternativen.

”

zeitlose Naturmode
mit
Wohlfühlcharakter

Due Lune bietet zeitlose und elegante Damenmode mit ausgefallenen Accessoires an. In das Sortiment kommen ausschließlich ökologisch und fair produzierte Ware aus Deutschland, Österreich und Irland. Das gut kombinierbare Sortiment richtet sich an Frauen jeder Altersstufe. Liebevoll stellt die Inhaberin ihr Angebot zusammen und ist immer auf der Suche nach etwas Neuem. Momentan umfasst das qualitativ hochwertige Sortiment die Labels cocon commerc PRIVATSACHEN, Finesse, Yoko Strickwaren, LANA, rosalie organic und nook-fashion. Ebenso werden Accessoires und Schmuck aus Natursteinen, Perlen, Seide und Filz passend zur Kleidung angeboten. Seit Neuestem kann man bei **Due Lune** auch Naturkosmetik von RINGANA kaufen.



Landmannstr. 8 · 50825 Köln-Neu Ehrenfeld



FAIRFITTERS

„Wir können die Welt alleine nicht retten, aber einen Beitrag dazu leisten schon.“ So lautet das Motto von Philipp Rodemann, der seit 2015 den öko-fairen Concept Store Fairfitters im Belgischen Viertel führt.

TEXT Anna Pauline Windfeder

Im Jahr 2014 kündigte Rodemann seinen Managerposten in der Finanzdienstleistungsbranche und begab sich mit seiner Frau auf eine viermonatige Reise durch Südamerika. „Ich wollte etwas finden, das ich wirklich machen möchte und bei dem ich zu 100 % dahinterstehen kann.“ Doch welche grünen Oasen waren noch unentdeckt? „Wie fast jede Frau steht meine Frau natürlich auch auf Fashion, sodass die Idee, ein öko-faires Bekleidungsgeschäft zu eröffnen, nahezu auf der Hand lag“, erinnert sich der sympathische Unternehmer.

Im August 2015 eröffneten die beiden schließlich **Fairfitters**. Die Stilrichtung in dem Store ist wie das Viertel, in dem er liegt: jung, stylish und hip. Nichtsdestotrotz spricht das Angebot an Kleidung eine sehr breite Zielgruppe an: „Bei uns kann sich jede Frau und jeder Mann von Kopf bis Fuß einkleiden“, so Philipp Rodemann. **Fairfitters** bietet neben Ober- und Unterbekleidung für Männer und Frauen auch Schuhe, Naturkosmetik, handgefertigten Schmuck, Taschen und Geschenkartikel. Eines haben alle Produkte gemeinsam: Sie sind ausnahmslos fair und nachhaltig produziert. Der Erfolg des Concept Stores liegt darin, dass die Inhaber immer wieder neue und besondere

Produkte entdecken. „Unsere öko-fair produzierte Mode soll cool, bezahlbar und modisch sein.“ Es gibt eine breite Auswahl von angesagten Marken: Miss Green, Skunkfunk, JAN 'N JUNE, KUYICHI, MUD Jeans, People Tree, Lovjoi, GLIMPSE, Haikure, Noble Project, ARMED-ANGELS, DEDICATED, studio JUX, ROT-HOLZ und VEJA. Die verschiedenen Marken überzeugen nicht nur durch ihr hoch modisches Design, sondern sind größtenteils GOTS-zertifiziert und oftmals Mitglied der Fair Wear Foundation.

Auch kleine lokale Labels, die aus Kostengründen keine Zertifizierung tragen, bekommen von Philipp Rodemann eine Chance. „Bei unseren lokalen Partner_innen aus Köln überzeugen wir uns

ganz persönlich von den ökologischen und fairen Standards.“

„Nachhaltiger Lebensstil ist bewusster Konsum in Verbindung mit Respekt gegenüber der Natur und dem Menschen“, so fassen Geschäftsinhaberin und Geschäftsinhaber ihre Philosophie zusammen. Die liebevoll ausgesuchten gebrauchten Möbel geben dem Geschäft **Fairfitters** ein ganz besonders einladendes Flair.

„*Nachhaltiger Lebensstil ist bewusster Konsum in Verbindung mit Respekt gegenüber der Natur und dem Menschen.*“



Brüsseler Str. 77 · 50672 Köln-Belgisches Viertel
www.fairfitters.de



GREEN GUERILLAS

*Aussagekräftig und spürbar das Motto des Unternehmens ist der Name von **green guerillas**. Dahinter steckt das persönliche Interesse von Marlies Binder und Kai Tettenborn. Sie setzen sich beide begeistert für konsequent nachhaltige Mode ein und möchten damit auch ihre Kund_innen überzeugen.*

TEXT Franziska Ueberschär

Im April 2011 eröffnete das Gründer_innenpaar seinen ersten Concept Store für ökologisch nachhaltig und fair produzierte Bekleidung im Kölner Rathenauviertel. Sie betraten damit Neuland in Köln, eine Herausforderung, die beide gerne annahmen und die mit Erfolg gekrönt war. Denn schon im Oktober 2013 kam der zweite Laden in der Kölner Südstadt hinzu.

green guerillas bietet eine breite Palette von Mode an, von Streetwear bis Officewear. Rund 25 deutsche und internationale ökofaire Marken sind in ihrem Laden vertreten. Neben den bekannten Labels wie Nudie Jeans, ARMEDANGELS, Knowledge Cotton Apparel, People Tree oder Kings of Indigo findet man hier auch spannende Newcomer-Labels für Männer und Frauen.

Das sorgfältig ausgesuchte Sortiment besteht überwiegend aus Naturfasern, umweltfreundlichen Regeneratfasern aus nachwachsendem Rohstoff oder recycelten Materialien. Alle angebotenen Produkte sind mit dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert, das hohe ökologische und soziale Anforderungen an die gesamte textile Produktionskette stellt. So gibt es

zum Beispiel das Label GLIMPSE, das in Indien Zwangsprostituierte zu Näherinnen ausbildet und mit ihnen wunderschöne Casual Wear produziert.

Die Inhaber_innen und ihr Team stehen mit voller Überzeugung und Herzblut hinter dem Ladenkonzept und beraten die Kund_innen freundlich und kenntnisreich. Die Liebe zum Detail und der hohe Qualitätsanspruch zeigt sich auch in der Ladeneinrichtung. Gemeinsam mit lokalen Schreibern konnten Geschäftsinhaber und Geschäftsinhaberin ihre ökologischen Forderungen umsetzen und die Läden mit ihrer persönlichen

Handschrift versehen.

Für alle, die keine Lust mehr auf fragwürdig produzierte billige Mode und riesige Kaufhäuser haben, ist **green guerillas** ideal, um an einem gemütlichen Shoppingnachmittag auf Entdeckungstour zu gehen. Es lohnt sich!

”
*Be part of the
green revolution!*



Roonstraße 82–84 · 50674 Köln,
Merowingerstraße 6 · 50677 Köln
www.green-guerillas.de



JUNGE HÜPFER

*Ist man erst einmal eingetreten in die Welt von **junge hüpf**, so fühlt man sich wie in der Villa Kunterbunt. Fröhliche, bunte Kinderbekleidung, die einen geradezu anlacht. Ebenso freundlich wird man begrüßt von Kathrein Günther, stolze Inhaberin des Geschäfts für nachhaltige Kinderbekleidung in Köln-Nippes.*

TEXT Alessa Wensing

Die kleinen Kund_innen von **junge hüpf** und deren Eltern können hier alles von Kinderbekleidung bis hin zu einem Sortiment von ökologischen Spielzeugwaren finden. Kleidung aus vorzugsweise natürlichen biologischen Materialien wie Baumwolle (kbA), Wolle und Seide (kbT) sorgen für einen angenehmen Komfort. Das Ganze gibt es in einem lässigen und zugleich fröhlich-bunten Stil.

”

*Grün ist hier nicht
nur der Frosch.*

Die sympathische Inhaberin stellt fest, dass junge Eltern mit dem Einkauf von verantwortungsvoller Kinderbekleidung oft überfordert sind. Denn die Kinder wachsen schnell aus der Kleidung heraus und junge Familien können in der Regel nicht viel Geld ausgeben. Die Inhaberin sorgt sich deshalb um die marktbeherrschende Rolle von Billigmarken und Fast Fashion bei der Kinderbekleidung: „Eine schwierige Situation für unsere Gesellschaft. Es herrscht noch nicht genügend Wille zum Kauf fairer und nachhaltiger Bekleidung. Die sehr günstigen Preise der Billigmarken sind eben sehr verlockend.“

Der Kinderladen **junge hüpf** bietet hier eine gute Alternative. Die Preise der ökologisch nachhaltigen und fair produzierten Produkte sind vergleichbar mit den Preisen von beliebten Marken

wie der Kinderkleidung von s.Oliver oder ESPRIT und damit in den Augen von Kathrein Günther „eindeutig erschwänglich“. Zu ihren Marken gehören BATATA, maxomorra, Ducksday Outdoor, Frugi, loud + proud und Naturkind-Kinderwagen. Die Kleidung ist mit den Siegeln von GOTS, Fairtrade oder OEKO-TEX® Standard 100 zertifiziert. Auch bei der Ladeneinrichtung denkt die Ladenbesitzerin nachhaltig. Denn „sowohl in meinem beruflichen als auch privaten Umfeld versuche ich, möglichst nachhaltig und umweltbewusst zu handeln“. Die

Philosophie ihres eigenen Unternehmens wird dadurch noch glaubwürdiger.

Sie und ihre beiden Mitarbeiter_innen sehen optimistisch in die Zukunft. Während die billige Kleidung der großen Discounter immer mehr in die öffentliche Kritik gerät, wachsen gleichzeitig Nachfrage und Angebot von nachhaltiger, ökologischer Bekleidung für Kinder und Erwachsene. Kathrein Günther ist davon überzeugt, dass in Zukunft die Gesellschaft immer mehr Wert legen wird auf hochwertige und gleichzeitig schöne Bekleidung mit Siegeln der Nachhaltigkeit. Das wird mit Sicherheit immer wichtiger auch für Kinderkleidung werden.



Blücherstr. 2 · 50825 Köln-Nippes
www.jungehuepfer.de



KISS THE INUIT

„Nachhaltig zu leben sollte keine modische Idee sein, sondern eine Selbstverständlichkeit.“ Dieser Satz der Inhaberin Katharina Partyka von **kiss the inuit** bleibt in unseren Köpfen hängen, als wir uns im Laden umschauen und die bunte, charmante Atmosphäre wahrnehmen. Ein warmherziges Lächeln strahlt uns entgegen.

TEXT Jennifer Schachteli

Herzlich willkommen in der kleinen Boutique **kiss the inuit** im Kölner Agnesviertel! Wie der Name entstanden ist? Ganz einfach: Der Gedanke an den berühmten Eskimokuss und die Verbundenheit des Volkes mit der Natur.

kiss the inuit steckt voller Überraschungen. Katharina Partyka bietet sowohl Damen- als auch Herrenbekleidung an, darüber hinaus Taschen, Schuhe und unzählige kunterbunte Accessoires. Wir entdecken die Liebe zum Detail und die sorgfältig ausgewählten Kleidungsstücke. Stiltechnisch beschreibt Katharina Partyka das Sortiment in ihrer Boutique als individuell, feminin und erwachsen. Ihre Zielgruppe reicht von jungen Leuten bis hin zu modisch interessierten Silver-Agern. Im Shop findet man Labels wie ARMEDANGELS, People Tree, Green Bomb, Blutsgeschwister und viele andere. Die Kleidung ist z. B. GOTS-zertifiziert oder hat die Siegel der Fair Wear Foundation oder von Fairtrade. Ein guter Mix aus Marken mit Qualität und innovativen Konzepten. Auch Upcyclingmode gibt es bei **kiss the inuit**, die langfristig immer wichtiger werden wird: TAUKE und Reet Aus sind zwei der geführten Marken.

„
Wir wollen der
nächsten Generation
etwas Gutes
hinterlassen.“

Ihr Lebensstil in einem Wort? Nachhaltig! Das steht für Katharina Partyka seit langer Zeit an erster Stelle. Mit dem Herzen am rechten Fleck hat sie einen Ort geschaffen, wo das Wohl der Menschen im Mittelpunkt steht, fernab von schlechten Arbeitsbedingungen und giftiger Chemie.

Was sie von billig produzierter Ware hält? Natürlich gar nichts! „Wir sollten mit den Ressourcen sorgsam umgehen, sodass wir den Generationen nach uns auch etwas Gutes hinterlassen können.“

Neben der angebotenen Mode überzeugt Katharina Partyka mit ihrem umfangreichen Wissen über Fair Fashion. **kiss the inuit** ist seit mehreren Jahren Mitglied von FEMNET und so sind auch ihre Mitarbeiter_innen sehr gut geschult und geben ihre Kenntnisse gerne an ihre Kund_innen weiter. „Wir kooperieren mit Schulen und unterstützen faire Projekt-AGs. Die Schüler_innen kommen dann in den Laden, stellen Fragen und sind meistens überrascht, wie trendy faire Bio-Mode ist. Wenn die Kids dann mit unseren Sachen ihre eigene Modenschau organisieren, macht uns das richtig stolz!“

Wer schönes Design, gute Qualität sowie faire Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsproduktion wertschätzt, ist bei **kiss the inuit** genau richtig.



Schillingstr. 11 · 50670 Köln-Agnesviertel
kisstheinuit.de



KLEIDEREI

Das geniale Prinzip des Modetauschs ist in der Domstadt angekommen. Im Mai 2016 eröffnete Lena Schröder die erste Filiale von **Kleidererei** in Köln-Ehrenfeld. Wir haben sie zu dem neuen Sharing-Konzept befragt.

INTERVIEW Marie Priggert, Lisa Schmidl, Sandhia Thelen

WIE HABEN SIE IHR UNTERNEHMEN GEGRÜNDET?

Die **Kleidererei** gibt es schon seit vier Jahren. Angefangen in Hamburg als kleiner Laden und nun auch als Onlineversand. Die Entwicklung der **Kleidererei** habe ich von der ersten Sekunde an mitverfolgt und war begeistert. Die Gründerinnen Thekla Wilkening und Pola Fendel kommen ursprünglich aus Köln, daher kannten wir uns schon länger. Die Sharing Economy wächst und wir wollten einfach einmal ausprobieren, ob eine **Kleidererei**-Filiale in Köln-Ehrenfeld funktioniert. Die Vorbereitungen für die Ladeneröffnung waren für mich nicht neu. Ich habe schon zwei Vintage-Läden eröffnet und führe seit über zehn Jahren das Slow-Fashion-Label Trinkhallen Schickeria (siehe hier auch S. 74-75).

WIE FUNKTIONIERT DAS SHARING-KONZEPT VON KLEIDEREI?

Bei uns in Köln kann man für 25 Euro im Monat Mitglied werden. Alle Mitglieder können dann unser Geschäft wie einen zweiten, ausgelagerten Kleiderschrank nutzen. Sie können vier Teile auf einmal ausleihen und tauschen, wann immer sie wollen. Was sich zum Lieblingsteil entwickelt, darf auch gekauft werden. Wir wollen einen großen Kleiderschrank für alle zugänglich zu machen, Bestehendes bewahren und nutzen, so lange es

geht. Dadurch können unnötige Fehlkäufe vermieden werden. Wir bieten Abwechslung im Kleiderschrank und unsere Mitglieder sparen dabei Platz und Geld. **Kleidererei** gibt es übrigens auch online. Der Onlineversand ist aber aus logistischen Gründen nicht mit der Filiale der **Kleidererei** in Köln verbunden.

”

Besser leihen statt kaufen.

WELCHE MODE FINDET MAN BEI KLEIDEREI?

Wir haben ausschließlich Damenbekleidung, davon aber alles, was man sich vorstellen kann. Kleider, Blusen, Jacken, Röcke, Hosen, Pullover, Mäntel, Shirts und Accessoires wie Schuhe, Hüte und Taschen und auch Schmuck haben wir im Angebot. Stilmäßig kann das alles sein, zumindest wird erst einmal nichts ausgeschlossen. Wir haben aktuelle, trendige Teile und viele Vintage-Stücke, die teilweise von uns auch noch mal umgearbeitet sind. Außerdem Mode von nachhaltigen Labels, mit denen wir kooperieren.

WAS IST IHR LIEBLINGSLABEL?

Mein momentanes Lieblingslabel ist EDDA MÖR aus Wuppertal. Klare Schnitte und gute Verarbeitung. Alles wird in Wuppertal im eigenen Atelier gefertigt, auf die eigene Größe umgeändert oder repariert, wenn mal was kaputtgeht. Eine kleine Auswahl kann man bei uns im Laden leihen und kaufen.

Venloer Straße 459 · 50825 Köln-Ehrenfeld
www.kleidererei.com

KÖRPERKULT ...NATÜRLICH

In einer verwinkelten, gemütlichen Boutique verkauft Rebecca Diehl seit 2014 auf drei Etagen ein breites Sortiment an öko-fairer Mode. „Ich versuche, jeden Stil bedienen zu können – allerdings immer unter der Prämisse, dass ich ehrlich sagen kann, dass es mir gefällt!“

INTERVIEW Michaela Reithinger

WARUM HABEN SIE IHRE BOUTIQUE KÖRPERKULT ...NATÜRLICH GEGRÜNDET?

Ursprünglich bin ich gelernte Friseurin und Visagistin. So sehr mir der Beruf Freude brachte, merkte ich doch, dass er leider nicht zu mir passte. Ich habe lange überlegt und fand viele Parallelen vom Schopf zur Mode. Beispielsweise die Farb-Form-Stil-Beratung oder die Kund_innenbetreuung. Und nun, nach zwei Jahren, hat sich das Gefühl bestätigt und ich fühle mich sehr wohl mit meiner Entscheidung!

WELCHE MODE BIETEN SIE AN?

Grundsätzlich versuche ich, das Sortiment sehr breit zu halten. Ich möchte, dass meine Kund_innen vom Sport über die Unterwäsche bis hin zur Abendgarderobe fündig werden. Insgesamt würde ich die Stilrichtung im Laden als sportlich-chic, clean und leicht kombinierbar bezeichnen.

WAS IST DAS BESONDERE AN IHREM GESCHÄFT?

Es begann schon mit der Location: Ich wollte unbedingt einen verwinkelten Raum, damit der/die Kund_in möglichst weit von der Straße und dem alltäglichen Stress Abstand gewinnen kann. Ich möchte, dass in all dem Stress und der Hektik der heutigen Zeit eine Art Unterschlupf zur Besinnung und zum Atmen entsteht. Ich lasse entspannte Musik laufen oder schaffe eine leichte Atmosphäre durch fröhlich gestimmten 60er-Jahre-Flower-Power-Rock. Die Kund_innen nehmen

sich ihr Lieblingsstück wie ein schönes Geschenk mit, als Erinnerung an einen Moment Entspannung. Dieses Gefühl der Ruhe, bei vollem Bewusstsein und Wohlgefühl entschieden zu haben, sollen sie bewahren und auf andere Bereiche des Lebens ausweiten.

WELCHE KRITERIEN SETZEN SIE ALS MASSSTAB?

Für mich ist es wichtig, dass die Labels, die ich vertreibe, GOTS oder Fairtrade und KBA gekennzeichnet sind. Wolle soll bluesign® und kbT sein und synthetische Materialien, die ich größtmöglich meide, müssen recycelt oder upcycelt sein. Ich verkaufe keine Waren, in denen Leder oder Seide verarbeitet ist. Ich möchte keine Produkte verkaufen, die mit dem Tod in Verbindung stehen.

WIE WICHTIG IST IHNEN NACHHALTIGKEIT?

Ich lebe mit zwei sehr einfachen Regeln und wenn man diese umsetzt, kommt man am Thema Nachhaltigkeit gar nicht vorbei. Erstens: Behandle jede_n, wie du selbst gerne behandelt werden möchtest. Zweitens: Verlasse jeden Ort, wie du ihn vorfinden möchtest.

WELCHE ROLLE SPIELEN TRENDS BEI IHREM SORTIMENT?

Wenn man in der Modebranche arbeitet, kommt man am Thema Trend nicht vorbei. Wobei ich finde, dass wir uns heute nicht mehr so stark von Trends leiten lassen, wie es einmal war – gerade die bewusste Kundschaft hat in der Regel ihren ganz eigenen, persönlichen Stil schon gefunden.



Neusser Str. 280 · 50733 Köln-Nippes
www.koerperkult-boutique.de



MUNDO VERDE

In unmittelbarer Nähe der Haupteinkaufsstraßen von Köln findet man eine ganzheitlich „grüne“ Welt: Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik im Erdgeschoss, ökologisch nachhaltiges und fair produziertes Spielzeug im Obergeschoss und aktuelle öko-faire Mode im Mundo Verde Store im Untergeschoss.

TEXT Kevin Karwatzki

Schon beim Betreten von **Mundo Verde** wird deutlich: Hier wird Ökologie großgeschrieben! In der Einrichtung dominieren hohe, ungezimmerte Birkenstämme, die aus dem Boden und durch die Decke zu wachsen scheinen. Zwischen den Birken wartet ein breites Sortiment an ökologisch nachhaltig und fair produzierter Mode für stilbewusste Frauen und Männer. Seit 2015 gibt es den Store **Mundo Verde** im Souterrain des zentral in Köln gelegenen NATURATA City Markt. Auf 200 qm Verkaufsfläche präsentiert sich hochwertige nachhaltige Kleidung für Business, Freizeit und Outdoor.

Auf einer Modemesse fanden sich die Vertreter_innen des Labels Alma & Lovis und der Besitzer des Naturata City zusammen und entwickelten die Idee eines öko-fairen Concept Stores in Köln. Alma & Lovis ist ein deutsches, GOTS-zertifiziertes Label aus Bonn für ökologisch nachhaltige und sozial faire Damen-Mode. Außerdem bietet der Store Mode der Labels Brainshirt, HempAge und Recolution, die auch Bekleidung für Männer herstellen. Die Marke Brainshirt spezialisiert sich ganz auf Herrenmode und verwendet zur Herstellung von Hemden ausschließlich Baumwolle aus kontrolliert biologischem, US-amerikanischem Anbau, während HempAge

ganze Kollektionen aus Hanf fertigt. Recolution steht für angesagte ökologische Mode im Streetwear-Stil.

Das Store-Konzept in der Kölner Krebsgasse lädt nicht nur zum Kauf von Mode, sondern auch von Naturkosmetik und Lebensmitteln im Erdgeschoss des NATURATA City ein. Im Obergeschoss befindet sich zusätzlich noch eine Abteilung für Kindermode und öko-faires Kinderspielzeug. Dieses rundum ökologische Kaufhaus ist einmalig für die Kölner Innenstadt. Es deckt alle Bereiche des täglichen Lebens ab und lädt somit zu einem umfassend „grünen“ Shoppingausflug ein.

Zu bestimmten Zeiten im Jahr werden Musterverkäufe veranstaltet – das hat mir das Team vom **Mundo Verde** noch als Geheimtipp verraten. Außerdem plant **Mundo Verde** in Zukunft noch mehr Aufklärung in Sachen Textilherstellung und Zertifizierung. Dazu will man Vorträge organisieren, bei denen sich Kund_innen über alle Fragen zur öko-fairen Mode informieren können.

Ich finde, das Konzept vom **Mundo Verde** ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Dann werden die Birkenstämme rund um die grüne Mode vielleicht doch noch zu einem Wald heranwachsen!

„
Hier kann man
komplett in den
grünen Lifestyle
eintauchen.“



Krebsgasse 5 · 50667 Köln-Altstadt Nord
www.mundo-verde-fashion.de



POLYESTERSHOCK

Polyestershock, ein Name, der in Erinnerung bleibt. Im hippen Stadtteil Ehrenfeld bietet Anna Krus seit 2010 für modebewusste Kund_innen eine Kombination aus Vintage, Neuware und Unterhaltung.

INTERVIEW Catharina Dung

WIE KAMEN SIE AUF DEN NAMEN „POLYESTERSHOCK?“ Ich liebe den Klang des Begriffes „Polyester“, daher würde ich meine Töchter Polly und Esther nennen wollen. Außerdem assoziieren die meisten Menschen mit dem Begriff Polyester die 1960er- und 1970er-Jahre. Hinzu kommt noch das Wort „Shock“. Es ist inspiriert von Elsa Schiaparelli. Sie schuf Kunst zum Anziehen und liebte es zu schockieren. Auch ich will lieber schockieren als sympathisieren.

WARUM HABEN SIE POLYESTERSHOCK GEGRÜNDET?

Nachhaltigkeit ist mir sehr wichtig. Vorher habe ich vier Jahre bei H&M als Visual Merchandiser gearbeitet und hautnah mitbekommen, wie viel überproduziert wird. Rote Sale-Schilder so weit das Auge reicht. Ökonomisch gesehen verständlich, jedoch aus ökologischer Sicht die reinste Katastrophe. Jede_r Kund_in, der oder die bei mir Vintage-Kleidung kauft, kauft nachhaltig und bewusst. Da Vintage-Kleidung meist nicht viel teurer ist als die Bekleidung von Modeketten, können meine Kund_innen auch mit geringem Budget nachhaltig und stilvoll einkaufen. „Du hast mich inspiriert, wieder mehr Zeit für meine Outfits zu verwenden, ich liebe deinen Laden“, sagte neulich eine Kundin. Es freut mich sehr, wenn meine Kund_innen zufrieden sind, ich eine angenehme Einkaufsatmosphäre bieten und ihnen den Aspekt der Nachhaltigkeit näher bringen konnte.

WER KAUFT BEI IHNEN EIN? Modeinteressierte Frauen, die Mut haben Neues auszuprobieren und das

Exzentrische lieben. Meine Kund_innen sind zwischen 16 und 75 Jahre alt. Mein Warenangebot ist sehr unkonventionell, leicht „schräg“, doch gleichzeitig tragbar und vor allem bezahlbar.

WAS BIETET POLYESTERSHOCK AN? Bekleidung und Accessoires. Meine Vintage-Produkte müssen mindestens 20 Jahre alt sein, gut erhalten und gerne extravagant. Dennoch lasse ich nie die aktuellen Modetrends außer Acht. Zudem lege ich großen Wert darauf, dass meine Kleidungsstücke größentechnisch viele Kund_innen ansprechen. Sollte etwas mal nicht optimal passen, nähe ich die Kleidung nach Wunsch, ohne Aufpreis, entsprechend um.

Polyestershock führt keine bestimmten Labels, außer mein eigenes Label Anna Krus. Ich produziere in meinem eigenen Atelier vom Entwurf bis zur Fertigung. Die Materialien beziehe ich dafür meistens von Flohmärkten und alten Stoffbeständen. Außerdem entwerfe ich alte Kleidungsstücke neu, indem ich upcycle.

GEWÄHREN SIE IHREN KUND_INNEN EINEN BESONDEREN SERVICE?

Ich veranstalte zweimal im Jahr Modenschauen und biete Jungesellinnenabschiede in meinem Store. Dabei haben Gäste die Möglichkeit, verückte Kleider anzuziehen und sich von einem professionellen Fotografen ablichten zu lassen. Dies ist eine wunderbare Erinnerung für die Mädels und macht echt superviel Spaß. Die Bilder veröffentlichen wir im Internet.



Geisselstr. 15 · 50823 Köln-Ehrenfeld
www.polyestershock.de



VINTAGE EMDE

In der modischen Toplage der Stadt – dem Belgischen Viertel – befindet sich das Fachgeschäft für hochwertige gebrauchte Kleidung. Seine von bekannten Künstler_innen gestalteten Schaufenster machen der Kunstmetropole Köln alle Ehre.

TEXT Marc-Constantin Müller

Im März 2012 eröffnete Christian Emde seinen Laden für Vintage-Mode nach einer großräumigen Renovierung. Dabei wurden ausschließlich gebrauchte Materialien verwendet. Von den Regalen bis zum Boden besteht alles aus wiederverwerteten Materialien, welche die Retro-Atmosphäre von Vintage Emde unterstreichen.

Das Thema Nachhaltigkeit kann man aber natürlich auch an der Kleidung ausmachen. Die gesamte Ware stammt von ausgesuchten Altkleider-Händlern aus ganz Europa, vorwiegend aus Italien und Skandinavien. Denn Christian Emde legt großen Wert auf Qualität und hohen Modegrad der gebrauchten Kleidung, die er für Männer und Frauen anbietet. Das Sortiment umfasst eine große Auswahl an modisch aktueller Vintage-Kleidung für jeden Anlass sowie Schuhe und viele Accessoires. Vintage Emde ist auch bekannt für seine große Taschenauswahl. Die zeitlose Kulthose Levi's 501® ist in allen Größen verfügbar und somit Anziehungspunkt für die breit gefächerte Kundschaft, die von dem/der Handwerker_in bis zum modischen Teenager reicht.

Das besondere an **Vintage Emde** ist die Affinität zur Kunstmetropole Köln. Christian Emde beauftragt gerne junge Künstler, die sein Schaufenster kreativ gestalten. Zum vierjährigen Jubiläum 2016 schuf der Kölner Künstler Andreas Schulze eine Fantasiewelt aus Jeansstoffen, die von einer großen Anzahl an Steiff-Tieren besiedelt wurde. Auf künstlerische Weise und mit viel Humor kommentiert er die Allgegenwart von Jeans. Bedroht unser Massenkonsum die Tierwelt?

”

Vintage Emde verbindet auf geniale Weise Mode, Nachhaltigkeit und Kunst

In den Räumen des Geschäftes finden in regelmäßigen Abständen Kunst-Ausstellungen und kulturelle Veranstaltungen wie Vernissagen statt.

Vintage Emde verbindet auf geniale Weise moderne Kunst und Mode mit dem Widerstand gegen den Massenkonsum der Wegwerfgesellschaft.



Bismarckstr. 56 · Köln-Belgisches Viertel
www.vintage-emde.de

STORE-REGISTER

Im Store-Register finden Sie alle Geschäfte, die auf unsere Umfrage geantwortet haben und die glaubwürdig entweder fair produzierte und/oder ökologisch nachhaltige Mode anbieten. Entweder verleihen vertrauenswürdige Siegel oder die Mitgliedschaft in einer guten Multistakeholder-Initiative die Glaubwürdigkeit, oder die Unternehmen kontrollieren überzeugend selber die Produktionsbedingungen. Auch wenn wir alle Geschäfte sorgfältig recherchiert haben, so können wir dennoch nicht garantieren, dass auch in Zukunft alle Angaben stimmen werden.

Das Register ist nach Himmelsrichtungen und Stadtteilen sortiert. Ferner werden die Geschäfte folgenden Kategorien zugeordnet:

- **CONCEPT STORES** führen nur ökologisch nachhaltig und/oder fair produzierter Kleidung: mind. 90 % fair und mehr als 50 % ökologisch oder mind. 90 % ökologisch und mehr als 50 % fair
- **ÖKO-FAIRE MODE:** konventionelle Geschäfte mit einem Anteil öko-fairer Labels oder in der EU produzierter Waren
- **ATELIERS** produzieren ihre Mode oder ihr eigenes Label selbst in Köln oder in Produktionsstätten, wo sie faire Arbeitsbedingungen im Blick halten. Teilweise verwenden sie öko-faire Materialien.
- **SECONDHAND-STORES:** Verkauf von Vintage und Altkleidung

ÖKOLOGISCHE PRODUKTION



Die Prozentzahlen geben an, wie hoch das Geschäft seinen Anteil an ökologisch nachhaltiger Kleidung im Gesamtsortiment einschätzt. Je nach Zertifizierung kann damit die gesamte textile Kette gemeint sein oder nur das verwendete Material, z.B. Naturfasern aus kontrolliert biologischem Anbau oder recycelte Materialien. Bei Daunen haben wir RDS (Responsible Down

Standard) ebenfalls als ökologisch gewertet. Kleinere faire oder ökologische Labels können oft nicht die Kosten für eine Zertifizierung wie GOTS tragen. Einige scheuen noch den aufwendigen Zertifizierungsprozess oder erreichen noch nicht in jedem Produktionsschritt ökologische Standards. Zum Teil können kleine Labels aber durch den persönlichen Kontakt zu den Produzenten die ökologische Fasergewinnung und Weiterverarbeitung belegen. Schwache Öko-Labels wie OEKO-TEX® Standard 100 und bluesign® haben wir nicht akzeptiert.



GOTS
GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD

Das Geschäft führt Labels, die für ihre komplett ökologische Produktionskette als Unternehmen GOTS-zertifiziert sind oder GOTS-zertifizierte Textilien oder Baumwolle verwenden. Ist ein Modelabel dabei (noch) nicht als gesamtes Unternehmen zertifiziert, vermerken wir dies im Info-Text.



IVN BEST NATURTEXTIL

Das Geschäft führt Waren, die entweder für ihre gesamte textile Kette mit dem IVN-Best-Naturtextil-Siegel als ökologisch zertifiziert sind, oder bei denen nur die Stoffe dieses Siegel tragen. Ist ein Modelabel dabei (noch) nicht als gesamtes Unternehmen zertifiziert, vermerken wir dies im Info-Text.



OCS 100

Das Geschäft führt Kleidung aus OCS-100-zertifizierter Baumwolle.



KONTROLLIERT BIOLOGISCHER ANBAU / KONTROLLIERT BIOLOGISCHE TIERHALTUNG

Die Kleidung besteht aus Naturfasern aus kontrolliert biologischem Anbau (kBA) oder aus kontrolliert biologischer Tierhaltung (kbT).



RECYCLING-MATERIALIEN

Die Kleidung ist aus recycelten Materialien gemacht, z.B. aus Altkleidung, Resten oder aus Polyester, das aus PET-Flaschen hergestellt wird.

FAIRE PRODUKTION



Die Prozentzahlen geben an, wie hoch das Geschäft in seinem Sortiment den Anteil an fair produzierter Ware selber einschätzt. Oft bezieht sich die faire Produktion auf den Arbeitsschritt der Konfektion, beim Fairtrade-Siegel auf den Baumwollanbau. Als faire Arbeitsbedingungen gelten zunächst nur solche, die glaubwürdig zertifiziert oder durch die Mitgliedschaft in einer Multistakeholder-Initiative belegt sind. Darüber hinaus akzeptierten wir auch die Produktion in Europa, wo strenge Arbeitsschutzgesetze gelten. Ebenso nahmen wir kleine Ateliers auf, die hier vor Ort selber produzieren. Manche Geschäfte überprüfen glaubhaft selber die Produktionsbedingungen ihrer Ware. Auch diese

können wir empfehlen. Große Modeunternehmen gaben gerne eigene Maßnahmen an, die jedoch schwächere Standards haben oder schwer zu überprüfen sind. Davon konnten wir nur den Standard SA8000® akzeptieren.



FAIRTRADE CERTIFIED COTTON

Das Geschäft führt Labels, die Fairtrade-zertifizierte Baumwolle verwenden.



FAIR WEAR FOUNDATION

Das Geschäft führt Labels, die Mitglieder der Multistakeholder-Initiative Fair Wear Foundation sind. Sie verpflichten sich, schrittweise die Arbeitsbedingungen in der Konfektion ihrer Kleidung zu verbessern. Die Umsetzung der fairen Arbeitsbedingungen der einzelnen Labels lässt sich auf www.fairwear.org/36/brands nachlesen.



PRODUZIERT IM EIGENEN ATELIER/ SCHNEIDEREI IN KÖLN ODER UMGEBUNG

Mit dem Kauf unterstützt man eine eigenverantwortliche und vermutlich faire Produktion. Wir gehen davon aus, dass in den Ateliers und Schneidereien deutsche Arbeitsschutzgesetze eingehalten werden.



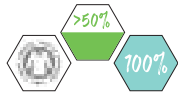
KONFEKTION IN DEUTSCHLAND ODER IN DER EU

Man kann davon ausgehen, dass in Deutschland und in den EU-Ländern die Arbeitsbedingungen sozial und gerecht sind. Denn hier gelten die strengen Arbeitsschutzregeln der EU. Allerdings fallen leider auch in der EU immer wieder einzelne Firmen mit ausbeuterischen Arbeitsverhältnissen auf.

COTOPAXI

Auf dem Berlich 7, Altstadt-Nord
www.cotopaxi.koeln

handgefertigte Mode von kleinen Kooperativen aus den Anden, z.B. aus Alpakawolle, für Frauen, Männer & Kinder



GRÜNE ERDE

Breite Str. 112, Altstadt-Nord
www.grueneerde.com

seit 1983 konsequent ökologisch & fair, von Wohnen bis Mode, mittlere bis hohe Preise, eigene Kollektion und andere öko-faire Labels



LANIUS

Apostelnstr. 6, Altstadt-Nord
www.lanius-koeln.de

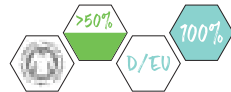
öko-faires Label aus Köln, feminine Damenmode für Beruf & Freizeit, ergänzt durch weitere teilweise öko-faire Labels



FUNKTION SCHNITT

Ehrenstr. 84, Altstadt-Nord
www.funktionschnitt.de

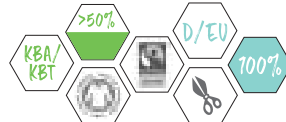
T-Shirts, Longsleeves & Tops für Damen & Herren aus natürlichen, ökologischen Materialien mit besonderen funktionalen Eigenschaften (z.B. TENCEL® & SeaCell®)



HOFIUS

Herzogstr. 38, Altstadt-Nord
www.hofius-mode.de

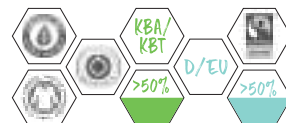
Hofius produziert 100%ig öko-faire Damenmode von festlich bis leger in Schneidereien in Deutschland & Polen, weitere faire Marken im Sortiment



MANUFACTUM

Brückenstr. 23, Altstadt-Nord
www.manufactum.de

Slow Fashion: klassische, langlebige & qualitätsvolle Kleidung, teilweise öko-faire Labels, für Frauen & Männer



MUNDO VERDE

Krebsgasse 5-11, Altstadt-Nord
www.mundo-verde-fashion.de

angesagte Eco-Fashion-Labels für Frauen & Männer, von Casual/Basics über hochmodisch zu Outdoor/Sport, in sämtlichen Preislagen



NATURATA – SPIEL UND KLEID

Krebsgasse 5-11, Altstadt-Nord
www.spielundkleid.de

ökologisch nachhaltiges Holzspielzeug & Kinder- & Babykleidung, Wäsche für Frau & Mann, alles im mittleren & hohen Preisniveau



Altstadt-Nord

Mitte

anteilig

AMERICAN APPAREL

Ehrenstr. 60-64, Altstadt-Nord
www.americanapparel.net

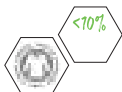
amerikanisches Label von Casual/Basics im lässigen kalifornischen Stil, „100 % designed, cut and sewn in Los Angeles“, Damen- & Herrenmode



ESPRIT

Hohe Str. 160, Schildergasse 31, Ehrenstr.11
Altstadt-Nord, www.esprit.com/company/sustainability

internationales Label, bemüht, die ökologische & soziale Nachhaltigkeit seiner Produktion zu verbessern, RDS-Daunen, GOTS vor allem bei Kinderkleidung



H&M

Hohe Str. 113-115, Schildergasse 24-30,
Ehrenstr.13, Altstadt-Nord
www.sustainability.hm.com

Fast-Fashion-Label, bemüht sich um eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen, „Conscious Collection“ mit ökologischem Anspruch



EBINGHAUS

Glockengasse 2 A, Altstadt-Nord
www.ebinghaus-koeln.de

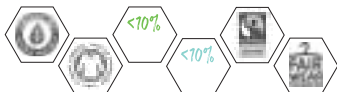
hochwertige italienische Herrenmode für Business, Freizeit oder Abendveranstaltungen, im Premium-/Luxussegment



GALERIA KAUFHOF

Hohe Str. 41-53, Altstadt-Nord
www.galeria-kaufhof.de

„Natürlich GALERIA“: öko-faire Artikel in der Eigenmarke des Kaufhauses, zusätzlich kleiner Anteil weiterer öko-fairer Marken, v.a. bei Outdoor-Kleidung



HERRENMODE VITO

Marzellenstr. 31-33, Altstadt-Nord

Casuals/Basics für Herren zu mittleren Preisen, führt u.a. die Marke Ragman mit dem Sozialstandard SA8000*



ICECREAM WINDSURFING

Obermarspforten 7-11, Altstadt-Nord
www.icecreamwindsurfing.de

Surfkleidung für Frauen & Männer zu mittleren Preisen, öko-faire Marken wie Bleed



JOHN CROCKET

Pfeilstr. 37, Altstadt-Nord
www.john-crocket.de

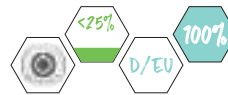
Damen- & Herrenmode im klassischen englischen Stil, hohe Preise, überwiegend fair in Deutschland & Europa produziert



KRIESEL AN DER OPER

Tunisstr. 3, Altstadt-Nord
www.kriesel-a-d-oper.de

für Männer auf der Suche nach hochmodischer festlicher Kleidung und Hochzeitsmode, vom mittlerem bis zum Luxuspreisniveau



JACK WOLFSKIN

Minoritenstr. 2, Richmodstr. 10, Altstadt-Nord
www.jack-wolfskin.de

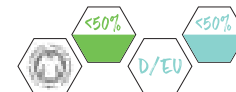
Outdoor-Kleidung für die ganze Familie, GOTS- & OCS100-Baumwolle, RDS-Daunen, synthetische Fasern mit bluesign®, Leader-Status der Fair Wear Foundation



KIDS HOUSE BY KIKI

Auf dem Berlich 24, Altstadt Nord
www.kiki-kindermode.de

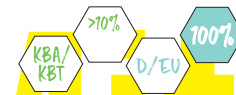
Kinder- & Babymode in allen Preislagen, einige öko-faire Marken



KENTAURUS

Albertusstr. 4, Altstadt-Nord
www.kentaurus.de

hochpreisige Damen- & Herrenkleidung von Marken, die in Deutschland, Europa, Kanada & Japan produzieren



Mitte

anteilig

LUXEFASHION

Friesenwall 5-7, Altstadt-Nord
www.luxefashion.de

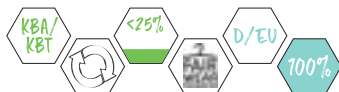
rockige Avantgarde- & Luxusmode für Damen & Herren,
überwiegend in Italien gefertigt



MAMMUT

Breite Str. 159, Altstadt-Nord
www.mammut.ch

hochpreisige Outdoor-Kleidung für Damen & Herren,
RDS-Daunen, synthetische Fasern bluesign®-zertifiziert,
Leader-Status der Fair Wear Foundation



ÖKO-FAIRE MODE

PEAK COLOGNE

Gertrudenstr. 35, Altstadt-Nord
www.peakcologne.com

Boutique mit modischer Damenbekleidung, Schuhen &
Accessoires zu mittleren & hohen Preisen



SCHÖFFEL-LOWA

Luxemburger Str. 41-43, Altstadt-Nord
www.greatlive.de

Outdoor- & Skikleidung für die ganze Familie,
RDS-Daunen, synthetische Fasern mit bluesign®,
Leader-Status der Fair Wear Foundation



MARINA RINALDI

Mittelstr. 40, Altstadt-Nord
de.marinarinaldi.com

italienische Modekette für große Damen, 100 % in Italien
gefertigt, mittlere bis hohe Preise



NATHALIE BERG

Pfeilstr. 37, Altstadt-Nord
www.nathaliebergmode.de

individuelle Mode für individuelle Frauen,
teilweise in Europa produziert



SEIDENSTICKER

Breite Str. 135, Altstadt-Nord
www.seidensticker.com

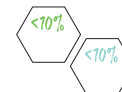
Hemden & Blusen für Damen & Herren, fertigen in
eigenen Werken in Indonesien & Vietnam unter fairen
Arbeitsbedingungen, SA8000®-zertifiziert



SOMEWEAR

Benesistr. 33, Altstadt-Nord
www.somewear.de

aktuelle Damen- & Herrenmode, führt das Label Friendly
Hunting mit fairer Manufaktur feiner Kaschmir-Mode
in Nepal



NIGGEMANN

Alter Markt 67-71, Altstadt-Nord
www.niggemann-berufsbekleidung.de

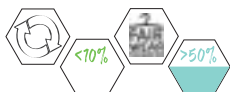
Berufsbekleidung (fast 90 % fair) sowie überwie-
gend konventionelle Damen- & Herrenkleidung,
mittlere bis hohe Preise



ODLO

Gürzenichstr. 21, Altstadt-Nord
www.odlo.com

funktionelle Sportbekleidung, synthetische Fasern mit
bluesign®, Fair Wear Foundation Leader-Status



TRIADE

Kettengasse 7, Altstadt-Nord
www.triade-cologne.de

junge, lässige Mode „for bad boys and bad girls“ im
amerikanischen Stil, einige in Europa und den USA
produziert, Upcycling-Taschen, mittlere Preise



Mitte

APÜNKTCHE

Albertusstr 3, Altstadt-Nord
www.apuenktchen.de

mitwachsende Kindermode, in Deutschland gefertigt, teils mit recycelten Stoffen, Alpakastrick aus Sozialprojekt für Frauen in Peru

**BLANC DE NOIR**

Palmstraße 43, Altstadt-Nord
www.blancdenoir-lingerie.de

Maßschneiderei für Wäsche, Produktion vor Ort

**GUIDO WILLSCH**

Albertusstr. 20, Altstadt-Nord

Couture-Mode aus eigener Herstellung & aus europäischen hochwertigen Materialien, Mitglied im Verein Handwerk mit Verantwortung

**GY'BELL**

Palmstraße 21, Altstadt-Nord
www.gy-bell.com

junges, sportliches Ready-to-Wear-Label aus Köln, handgefertigt in Deutschland, für die ganze Familie, Premium-Preise

**BORCHERT**

Beneisstr. 49, Altstadt-Nord
www.borchert-koeln.com

individuelle, trendunabhängige Mode aus Köln für Männer & Frauen, aus hochwertigen Materialien & handwerklicher Herstellung

**CARLO JÖSCH COUTURIER**

Mohrenstraße 12, Altstadt-Nord
www.carlo-josch.de

Maßschneider, spezialisiert auf britische Schneiderkunst, Mitglied der Scottish Kiltmaker Association, Qualitätsstoffe aus Europa

**ILSE STAMMBERGER**

Große Brinkgasse 31, Altstadt-Nord
www.ilse-stammbberger.de

seit 30 Jahren „designed and produced in Cologne“, Atelierbetrieb mit eigener Kollektion, verwendet ausschließlich europäische Stoffe

**JOHANNA LUTZ**

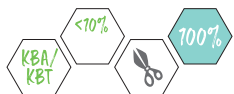
Gereonswall 13, Altstadt-Nord
www.kleidungjohannalutz.com

Atelier für Couture-Mode mit hochwertigen Stoffen, mittlere & hohe Preise

**FEINE STOFFE**

St.-Apern-Str. 56-62, Altstadt-Nord
www.feine-stoffe-koeln.de

Designer-geführter Stoffladen, drei Modedesigner_innen fertigen Couture-Mode für Damen nach Maß vor Ort an, außerdem werden Nähkurse angeboten

**GINTARE L.**

c/o Lisa's Atelier, Friesenwall 13-17, Altstadt-Nord
www.gintare-l.com

hochmodische Couture-Mode für Abendkleidung, Bühnenkostüme, Upcycling, hohe Preise

**KRAFFTSTOFF**

Gereonswall 114, Altstadt-Nord
www.krafftstoff.de

Atelier für Couture-Mode, Eventkleidung für private & Firmenanlässe, Corporate Fashion, mittlere & hohe Preise

**L – GABRIELLE**

Pfeilstraße 16, Altstadt-Nord
www.gabriele-koch.com

Couture-Mode für Damen, in Köln gefertigt, hohe Preise



MAHI DEGENRING COUTURE

Brückenstr. 17, Altstadt-Nord
www.degenring-couture.de

renommierte Couture-Marke für Damen aus eigener Herstellung in Nürmbrecht, Luxusstoffe aus Schottland, England, Frankreich & Italien, hohe Preise



MARION MUCK

Benesistr. 42, Altstadt-Nord
www.marion-muck.de

Atelierbetrieb für Tages-, Abend- & Brautmode, Stoffe von hoher Qualität & ohne schädliche Chemikalien, größtenteils aus Europa



SCHINKELWITZ MODEDESIGN

Auf dem Berlich 30, Altstadt-Nord
www.schinkelwitz.de

Maßschneiderei sowie Verkauf von einigen öko-fairen Labels aus Deutschland, für Damen, mittlere & hohe Preise



VANNILLA

Benesistr. 14, Altstadt-Nord
www.vannilla.de

Atelier für nachhaltige Brautmoden, arbeitet Modelle nach der Hochzeit in Alltagsmode um, mittlere Preise



MODEMANUFAKTUR

Palmstr. 45, Altstadt-Nord
www.modemanufaktur-ludwig.com

Atelier mit eigenem Modedesign, Maßanfertigung & Schneiderkursen, um die Wertschätzung für die Modeherstellung zu fördern, für Frauen, mittlere Preise



OLCAY KRAFFT FASHION

Pfeilstr. 44, Altstadt-Nord
www.olcaykrafft.com, avantgardegreen.com

Couture-Mode für Abendkleidung aus eigener Herstellung, eigene ökologische Kollektion: AvantgardeGreen



WONDROUS

Mittelstr. 38, Altstadt-Nord
www.sensounico.com

aus Alt mach Neu, coole, lässige Kleidung aus historischen Naturstoffen (größtenteils Restposten) für junge Kund_innen, unisex, 100 % in Köln genäht



PINSORF

St.-Aporn-Str. 13, Altstadt-Nord
www.pinsdorf.koeln

Maßschneiderei & Maßkonfektion für Herren, gefertigt in Deutschland & Portugal, Stoffe aus Italien & Großbritannien



SARAY BRAUTMODEN

Thürmchenswall 15, Altstadt-Nord
www.saray-brautmoden.de

Atelier für Hochzeitskleidung für Braut & Bräutigam, Produktion in Frankfurt



DA CAPO 1ST & 2ND HAND SELECTION

Benesisstr. 22, Altstadt-Nord

große Auswahl an eleganten Pelzen & Haute-Couture-Mode, daneben klassische Damenblazer oder eleganten Lackpumps

EXKLUSIV SECONDHAND SCHNIEDERS

Benesisstr. 54, Altstadt Nord

ein wahrlich exklusiver Secondhand-Laden mit Schätzen von Prada, Hermès, Jil Sander, Donna Karan oder Giorgio Armani

HUMANA SECONDHAND & VINTAGE SELECTION

Kalker Hauptstr. 181-183, Kalk

first class secondhand und Vintage-Mode zu kleinen Preisen, ideal für Karneval

GOLDER MODEN SECOND-HAND-COUTURE

Benesisstr. 3, Altstadt-Nord

ausgesuchte Secondhandmode für anspruchsvolle Damen

MODERN VINTAGE

Friesenstr. 16, Altstadt-Nord

kleiner, liebevoll eingerichteter Laden, an „Tauschtagen“ kann Vergleichbares für den eigentlichen Kommissionswert getauscht werden

FAIRSTORE KALK

Kalker Hauptstr. 177, Kalk

das soziale Kaufhaus der Diakonie Michaelsboven bietet gebrauchte Qualität für wenig Geld

BOUTIQUE 21

Gertrudenstr. 21, Altstadt-Nord

Boutique 21 bietet die exklusivste first & secondhand Mode & Accessoires für Damen an

DEINE SCHÄTZE

Pfeilstr. 21, Altstadt-Nord
www.deineschaetze.com

Luxusdesigner-Secondhand

SUBCOUTURE

Hahnenstr. 45, Altstadt-Nord

Riesenangebot von Kleidern und Schuhen - Fundgrube für Kostümbildner_innen

Deutz
Kalk
Mülheim

Mitte

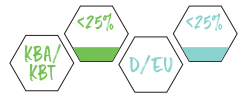
Ost

anteilia

ELKE LINDERMANN MODE

Frankfurter Str. 48, Mülheim

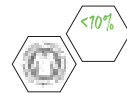
inhabergeführtes Modegeschäft mit Damenmode zu mittleren Preisen



ESPRIT

Köln Arcaden, Kalker Hauptstr. 55, Kalk
www.esprit.com/company/sustainability/report

internationales Label, bemüht, die ökologische und soziale Nachhaltigkeit seiner Produktion zu verbessern. RDS-Daunen, GOTS vor allem bei Kinderkleidung



H&M

Köln Arcaden, Kalker Hauptstraße 55, Kalk
www.sustainability.hm.com

Fast Fashion Label, bemüht sich um eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen, „Conscious Collection“ mit ökologischem Anspruch



RIKE-T

Deutzer Freiheit 91, Deutz
www.rike-t.de

junge, lässige Damenmode jenseits des Mainstreams, achtet auf Ware aus fairer Herstellung - ob aus europäischen oder globaler Produktionsstätten



ZEEMANN

Deutzer Freiheit 101, Deutz, Kalker Hauptstr. 111,
 Kalk, Frankfurter Str. 34, Mülheim
www.zeeman.com

preiswerte Alltagsmode für die ganze Familie, bemüht sich um faire Produktion, will den Anteil von Bio-Baumwolle zukünftig steigern



GOOD LOOK MODE

Kalker Hauptstr. 185, Kalk

Abendmode aus fairer Produktion in der Türkei, preiswerte Alltagskleidung für Frauen und Kinder, teilweise aus der gleichen Fabrik



LARA DESIGN

Berliner Str. 19, Mülheim

freundliches Atelier für Brautmoden, vor Ort in Köln und in einem Familienbetrieb in der Türkei fair produziert



ZADE COLLECTION

Breuerstr. 4, Kalk
www.zadecollection.de

Brautmode für die weiße Traumbhochzeit, maßgefertigt und fair produziert in der Türkei, Premiumpreise



DOKAN - DER LADEN

Subbelrather Str. 297, Neuhrenfeld

Fokus auf Fair Trade, Casual/Basics & Wäsche, witzige Socken, für Frau & Mann, öko-faire Labels, außer Mode noch vieles mehr



FAIRFITTERS

Brüsseler Str. 77, Belgisches Viertel
www.fairfitters.de

öko-fairer Concept Store für Frau & Mann mit großer Auswahl hochmodischer junger Kleidung, mittlere Preise



LANIUS

Berrenrather Str. 203, Sülz
www.lanius-koeln.de

öko-faires Label aus Köln, feminine Damenmode für Beruf und Freizeit, ergänzt durch weitere teilweise öko-faire Labels



DUE LUNE

Landmannstr. 6, Neuhrenfeld

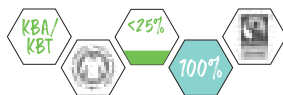
öko-fairer Concept Store für Damenmode zum Wohlfühlen, mittlere bis hohe Preise



HOSENMATZ

Dürener Str. 200, Lindenthal

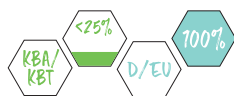
anspruchsvolle Kinder- & Babymode, mittlere & hohe Preise



L'ÉPHÉMÈRE

Maastrichter Str. 46, Belgisches Viertel
www.lephemere.de

hochmodische, ökologisch nachhaltige Damenmode aus Frankreich, fair produziert in Europa und China



NATURATA – SPIEL UND KLEID

Berrenrather Str. 234, Sülz
www.spielundkleid.de

ökologisch nachhaltiges Holzspielzeug, Kinder- & Babykleidung, Wäsche für Frau & Mann, mittlere & hohe Preise – weitere Filiale im Zentrum



ONKEL DOSE

Venloer Str. 420-422, Neuhrenfeld
www.onkel-dose.de

cooler Graffiti-Shop mit Fair-Trade-T-Shirts u.a. mit Motiven von Onkel Dose, mittlere Preise



VIELFACH

Itlisstr. 12, Neuhrenfeld
www.de-de.facebook.com/VielFACH

öko-fairer Concept Store mit Fächervermietung für junge Nachwuchsdesigner_innen: bunte Vielfalt an Mode & Accessoires, teilweise in Köln produziert



OM INSIDE

Limburger Straße 2 A, Belgisches Viertel
www.om-inside.de

öko-faire Yoga-Mode, teilweise vegan, für Frauen & Männer, mittlere Preise



SHIPSHEIP

Körnerstr. 76, Ehrenfeld
www.shipsheip.de

junges Kölner öko-faires Label, Fair Trade in Indien produziert, ergänzt mit weiteren öko-fairen Marken, hochmodische Casuals/Basics mit Accessoires für Frau & Mann



WELCOME KAUFEN & HELFEN

Bismarckstr. 35, Belgisches Viertel
www.shop-welcomekaufenundhelfen.de

öko-fairer Concept Store zum Wohlfühlen & Helfen, von Damenmode, Yogakleidung über Klangschalen bis zu Ayurveda, unterstützt Shelter108 e.V.

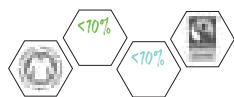


anteilig

BOGEN CLASSIC

Dürener Str. 182, Lindenthal

klassische Damenmode, führt das Kölner öko-faire Label Daily's, mittlere Preise



DE RIDDER

Lütticher Str. 6, Belgisches Viertel
www.deridder-cologne.com

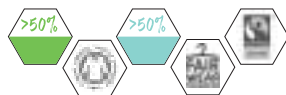
belgischer Lifestyle im Belgischen Viertel von Köln, Mode & Design, Schmuck, Spezialitäten & Schokolade aus Belgien



EHRENFELD APPAREL

Körnerstr. 73, Ehrenfeld
www.shop.ehrenfeld-apparel.net

cool bedruckte T-Shirts & Zippers aus Ehrenfeld für Frauen & Männer, teilweise öko-fair, niedrige Preise



ERDBEEREN IM WINTER

Dürener Str. 198, Lindenthal
Antwerpener Str. 18, Belgisches Viertel
www.erdbeeren-im-winter.com

junge Designerlabels für Damenmode aus Deutschland, verschiedene Stilrichtungen, mittlere bis hohe Preise



FRITTBOARDS

Venloer Str. 501, Ehrenfeld
www.frittboards.de

Surfshop, u.a. Neoprenanzüge aus recyceltem Material, Surfkleidung von HippyTree



HOMMAGE

Berrenrather Str. 297, Sülz

ausgefallene Mode für Frauen, Accessoires & schöne Dinge fürs Wohnen, teilweise aus der eigenen Fertigung von internationalen Jungdesigner_innen



ÖKO-FAIRE MODE

INFINITO

Dürener Str. 153-155, Lindenthal
www.infinito-cologne.de

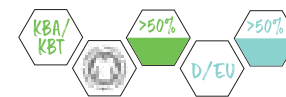
individuelle Damenmode & Accessoires im fröhlichen Ibiza-Look, von kleinen Labels in Europa oder fairen Manufakturen weltweit



JÄTTEFIND

Zülpicher Str. 296, Sülz
www.jaettefint.de

skandinavischer Lifestyle-Shop für Kinder & Erwachsene, öko-faire Kindermode, mittlere Preise



JENNY'S WÄSCHETRUHE

Venloer Str. 217, Ehrenfeld

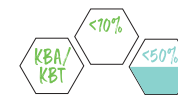
Wäsche für Damen & Herren, teilweise öko-fair, mittlere Preise



KNOCKNOK FASHION

Geibelstraße 33, Lindenthal
www.knocknok-fashion.com

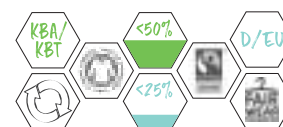
angesagte Mode & Accessoires von beliebten Designer_innen, für Frauen, mittlere & hohe Preise



LE POP LINGERIE

Geisselstr. 10, Ehrenfeld
www.lepoplingerie.de

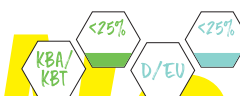
Dessousgeschäft mit französischem Charme der 50er-Jahre, teilweise öko-faires Angebot, für Frauen & Männer



LOOK! CONZEPT STORE

Brüsseler Str. 65, Belgisches Viertel
www.look-conzept.de

internationale & junge Designer_innenlabels aus Deutschland für Damen & Herren, Accessoires sowie Wohn- & Lifestyle-Artikel



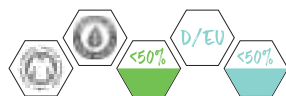
West

anteilig

PIPPA & FRITZ

Bismarckstr. 38, Belgisches Viertel
www.pippaundfritz.de

Spielzeug sowie Kinder- & Babykleidung, mittlere & hohe Preise



PIVOT

Brüsseler Platz 22, Belgisches Viertel
www.pivot-skatshop.de

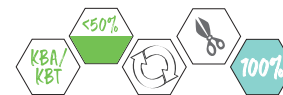
angesagter Skateshop, öko-faire Skatermode für Männer, mittlere Preise



ADIEU TRISTESSE

Moltkestr. 85, Belgisches Viertel
www.adieutristesse.eu

individuelle Kinderkleidung, bunte Unikate aus alten & neuen Stoffen, im Kölner Atelier handgefertigt, für festliche Anlässe bis zum Karnevals-kostüm, mittlere Preise



ANZIEHUNGSKRAFT

Hermeskeiler Str. 14 A, Sülz
www.anziehungskraft.net

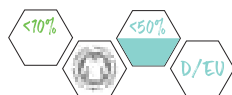
Atelier für individuelle Kleidung mit hohem Qualitätsanspruch, aus eigener Fertigung, auch Abendkleidung, führt das norwegische Stricklabel OLEANA



SIMON & RENOLDI

Maastrichter Str. 17, Belgisches Viertel
www.simonundrenoldi.com

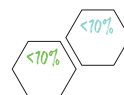
hochwertige Mode für anspruchsvolle Individualist_innen im Premiumbereich, mit sehr guter Beratung



SOMEWEAR

Dürener Str. 217, Lindenthal
www.somewear.de

aktuelle Damen- & Herrenmode, führt Label Friendly Hunting mit fairer Manufaktur feiner Kaschmir-Mode in Nepal



BGREEN

Geisselstr. 29, Ehrenfeld
www.bgreen.de

kleines Label für Bio- & Upcycling-Mode aus Eigenproduktion, gefertigt in Köln, modische Casuals/Basics, für Frau & Mann, mittlere Preise



BLAUER MONTAG

Limburger Str. 6, Belgisches Viertel
www.blauer-montag.com

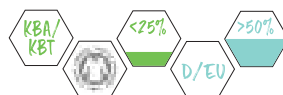
lässige Couture-Mode für Frau & Mann, gefertigt in Köln mit Stoffen aus der Region & Europa, Upcycling auf Anfrage möglich



VIVA MODA

Berrenrather Str. 256, Sülz

alltagstaugliche Damenmode & Accessoires, mit persönlicher Beratung, einige öko-faire Labels



ZEEMANN

Venloer Str. 227-231, Ehrenfeld
Venloer Str. 472, Neuhrenfeld
www.zeeman.com

preiswerte Alltagsmode für die ganze Familie, bemüht sich um faire Arbeitsbedingungen, will den Anteil an Bio-Baumwolle zukünftig steigern



BOUTIQUE KAHRLA

Venloer Str. 549, Neuhrenfeld
de-de.facebook.com/BoutiqueKahrLa

Kleinserien von Damenmode & Accessoires, mit Herzblut in Köln gefertigt, mittlere Preise



CAVA-CAVA

Zülpicher Str. 268 A, Sülz
www.cava-cava-koeln.de

Atelier für Alltags- sowie Abend- & Brautmode, faire Produktion des eigenen Labels in der Slowakei, mittlere Preise



CLAUDIA HELLER

Antwerpener Str. 50, Belgisches Viertel
www.claudiaheller.de

Atelier für Braut- & Abendmode, sowie eigenes Label, teilweise mit ökologisch nachhaltigen Stoffen, mittlere & hohe Preise



GALANT

Brüsseler Str. 49, Belgisches Viertel
www.zwodrei.com/galant

Vintage-Mode für den anspruchsvollen Gentleman, Upcycling & Secondhand mit Maßanpassung, Raritäten der 60er- und 70er-Jahre, hohe Preise



HERBOLD

Brüsseler Str. 51, Belgisches Viertel
www.herbold-mo.de

Couture-Mode für Damen & Herren mit individuellem Geschmack, aus eigener Herstellung, hohe Preise



ELSE FASHION

Else: Berrenrather Str. 225, Sülz
Else 2: Aachener Str. 569, Lindenthal

internationale hochmodische Labels & eigene Else-Kreationen aus fairer Produktion in Köln & Mazedonien, weitere öko-faire Labels für Frauen & Kinder



HACK LEDERWARE

Maastrichter Str. 22, Belgisches Viertel
www.lederware.de

robuste Lederkleidung, teilweise sämisch oder vegetabil gegerbt, Upcycling-Mode aus alten Geweben (Restbestände z.B. von der Schweizer Armee), für Frauen & Männer



HERRENBUDE

Rothehausstr. 4, Ehrenfeld
www.herrenbude.de

„zwischen rustikalem Charme und sportlicher Eleganz“, hauseigene Kollektion (in Köln gefertigt, mit teilweise ökologischen Stoffen) & weitere öko-faire Labels für Herren



#HOUSEOFCHANG/CHANG13

Brabanter Str. 49, Belgisches Viertel
www.chang13.de

Designer und Stylist Chang fertigt & verkauft witzige Alltags- & Abendmode aus schadstofffreien Materialien für Frauen, Männer & Kinder



N. SCHÖNEMANN

Berrenrather Str. 342, Sülz

Stoff- & Modeboutique, feine Stoffe aus Europa, Schneiderei für Alltags-, Abend- & Brautmode für Damen, phantasievolle Karnevalskostüme



SITA C.

Hermeskeiler Platz 14, Sülz
www.sita-c.de

Gute-Laune-Mode, Tuniken, Kleider & Blusen für Kinder & Frauen, aus Bio-Stoffen & fair in Deutschland hergestellt



KLEIDSAM NÄHWERKSTATT

Stammstr. 43, Ehrenfeld
www.kleidsam-koeln.de

abseits vom Modewahn, Upcycling & Reclothing für unabhängige Frauen, Maßanfertigung, Nähkurse



ROCK-IT-BABY

Rothehausstr. 4, Ehrenfeld
www.rock-it-baby.de

eigenes Label für Damenmode, klassische Schnitte mit ungewöhnlichen & schadstofffreien Stoffen in kleinen Auflagen, faire Produktion in der Slowakei, mittlere Preise



TAHA DAMENMODE

Atelier: Moltkestr. 151, Belgisches V.
Boutique: Venloer Str. 1-3, Belgisches V.
www.tahamode.de

erlesene Dessous & Bademoden aus eigener Werkstatt sowie hochwertige Wäschelabels, mit Maßanfertigung für Damenmode, auch aus Vintage-Stoffen



TAHA HERRENMODE

Boutique - Atelier: Bismarckstr. 34,
Belgisches Viertel
www.tahamode.de

*Kollektionen aus eigener Werkstatt & Maßanfertigung von
drei Designern, auch aus Vintage-Stoffen, sowie hochwertige
Wäschelabels für Herren*



WONDROUS

Senefelder Str. 3, Neuhrenfeld
www.sensounico.com

*aus Alt mach Neu, coole, lässige Kleidung aus historischen
Naturstoffen (größtenteils Restposten) für junge Kund_innen,
unisex, 100 % in Köln genäht*



ANZIEHEND ANDERS

Berrenrather Str. 332, Sülz
www.anziehendsecondhand.de

*Angebot reicht von edel-femininer Mode bis zum lässigen
Casual chic, große Auswahl an Accessoires.*

BELLE IM VEEDEL

Neue Maastrichter Str. 2
www.belle-im-veedel.de

*über die gut vorsortierte Secondhand-Auswahl hinaus gibt
es auch öko-faire neue Teile*

C. DAMM

Dürener Str. 66-67, Lindenthal

Secondhandkleidung für Kinder

COLOGNE COUTURE

Dürener Str. 142, Lindenthal
www.colognecouture.de

*Top-Adresse für Haute-Couture-Secondhand & neue
Abendmode für die anspruchsvolle Dame*

DER BLAUE KOFFER

Simarplatz 11, Neuhrenfeld
www.derblauekoffer.de

*Baby- & Kinderbekleidung & vieles mehr rund ums Kind
wird hier neben einer Spielecke geboten*

DIE GARDEROBE

Körnerstr. 29, Ehrenfeld

*neben Secondhandkleidung gibt's hier selbstgemachten
Schmuck und Taschen*

DREIKÄSEHOCH

Zülpicherstr. 316, Sülz

*gebrauchte Markenkleidung für Kinder sowie Spielzeug
und Kinderwagen*

FREE

Speestr. 14, Sülz

first and secondhand Clothes

Belgisches Viertel
Ehrenfeld
Neuhrenfeld
Lindenthal
Sülz

West

West

KATTAKATTA

Zülpicherstr. 239, Sülz
www.kattakatta.com

*von H&M bis Prada - hier gibt's tadelos erhaltene
Vintage-Mode für jeden Geschmack & Geldbeutel.*

KITSCH DELUXE

Körnerstr. 26, Ehrenfeld

*wahrlich exklusiver Secondhandladen mit Schätzen von
Prada, Hermès, Jil Sander, Donna Karan oder Giorgio
Armani*

TODD

Brüsseler Str. 72, Belgisches Viertel

*hippe Vintage-Klamotten für Männer & Frauen
liegen hier neben Designerwaren junger Labels &
Künstler_innen*

TWO HANDS FOR KIDS

Dürener Str. 103, Lindenthal

*Kinder-Secondhandkleidung: heller Laden mit großem
Sortiment & handgemachten Geschenkideen zu günstigen
Preisen*

LA SECONDA

Dürener Str. 156, Lindenthal

*ansprechend präsentierte Outfits südländischer Mode im
Boutique-Stil*

LIEBLINGSMODE

Landmannstraße 10, Neuhrenfeld
www.lieblingsmo.de

Damenkleidung secondhand und individuelle Neuware

VÁNEVÁNE HÜBSCHELEIEN

Venloer Str. 427, Neuhrenfeld

*hippe Auswahl an Vintage-Kleidern, 80er-gemuster-
ten Herrenhemden, aktuelle öko-faire Kleidung &
Selbstgenähtes*

VINTAGE EMDE

Bismarkstr. 56, Belgisches Viertel
www.vintage-emde.de

*interessanten Mix: Sortiment für Männer & Frauen im
Fachgeschäft für Gebrauchtmode mit Kulturveranstal-
tungen*

OXFAM

Friesenplatz. 15

*originelle Schnäppchen für Frauen, Männer & Kinder,
Erträge werden für Nothilfe- und Entwicklungsprojekte
gespendet*

POLYESTERSCHOCK

Geisselstraße 14, Ehrenfeld
www.polyestershock.de

*ausgesuchte Einzelstücken, von handverlesenen Kleidern
aus den 50ern bis zu den abgefahrensten Accessoires aus
den 80ern, Umnähservice*

VINTAGE & RAGS

Hohenzollernring 47, Belgisches Viertel
www.vintage-rags.de

*Vintage-Mode aus den 50er-, 60er-, 70er-, 80er- & 90er-
Jahren & lässige Sportswear*

ROTKREUZ-SHOP

Venloer Str. 349, Ehrenfeld

tolle Schnäppchen im wöchentlich wechselnden Angebot

SCHNEIDEREI VINTAGE

Siebengebirgssallee 1, Sülz
www.schneiderei-vintage.de

*hochwertige Vintage-Mode für Frauen & Kinder, von cool
und modern bis elegant und schick*

CONCEPT STORES

100%

JUNGE HÜPFER

Blücherstr. 2, Nippes
www.junge-huepfer.com

fröhlich-bunte Kinder- & Babymode von öko-fairen Labels, mittlere bis hohe Preise



KISS THE INUIT

Schillingstr. 11, Agnesviertel
www.kisstheinuit.de

100%ig öko-faire Concept Store für Damen- & Herrenmode, grüner Lifestyle für jedes Alter, mittlere Preise



KÖRPERKULT

Neusser Str. 280, Nippes
www.koerperkult-boutique.de

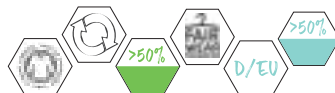
100%ig öko-faire Concept Store für „artgerechte Kleidung“, casual, individuell & klassische Abendmode für Frauen & Männer



LANIUS

Neusser Str. 61, Agnesviertel
www.lanius-agnesviertel.de

öko-faires Label aus Köln für feminine Damenmode für Beruf & Freizeit, ergänzt durch weitere teilweise öko-faire Labels



RE:COCO

Merheimer Str. 149 A, Nippes
re-coco.de

„zeitlos - unkompliziert - nachhaltig“, kleine, selbst produzierende Designer_innenlabels für Damenmode, hohe & Premiumpreise



VIELFACH

Mauenheimer Str. 19, Nippes
de-de.facebook.com/VielFACH/

öko-faire Concept Store mit Fächervermietung für junge Nachwuchsdesigner_innen, bunte Vielfalt an Mode & Accessoires, teilweise in Köln produziert



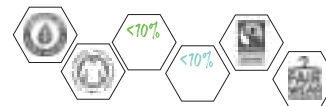
ÖKO-FAIRE MODE

anteilig

GALERIA KAUFHOF

Neusser Str. 242-244, Nippes
galeria-kaufhof.de

„Natürlich GALERIA“: öko-faire Artikel in der Eigenmarke des Kaufhauses, zusätzlich kleiner Anteil weiterer öko-faire Marken, v.a. bei Outdoor-Kleidung



STEPHAN MODEN

Neusser Str. 281, Nippes

Damenmode zum mittleren Preisniveau



YALUTA

Neusser Str. 233, Nippes
yaluta.de

„Outdoor für immer und überall“, Outdoor-Kleidung für Frauen, Männer & Kinder, mittlere bis hohe Preise



Nippes
Agnesviertel

Nord

BAUDRIPLATZ EINS

Baudriplatz 1, Nippes
facebook.com/Baudriplatzzeins

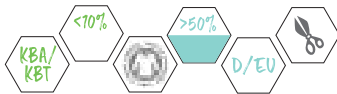
Atelier für individuelle & maßgefertigte Damenmode, ergänzt durch ein öko-faires T-Shirt-Modelabel



ELSE 3

Schillstr. 1, Nippes
else-fashion.de

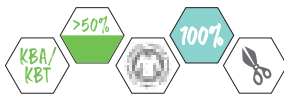
internationale hochmodische Labels und eigene Else-Kreationen aus fairer Produktion in Köln und Mazedonien, weitere öko-faire Labels für Frauen & Kinder



THANH THUY

Florastr. 13, Nippes
www.thanh-thuy.de

Label für zeitlose, individuelle & tragbare Mode, überwiegend aus Bio-Baumwolle, fair & nachhaltig im eigenen Atelier & in Deutschland produziert



CERVINO

Krefelder Str. 14, Agnesviertel
facebook.com/cervinofashiondesign

Atelier für teure „extravagante und expressive“ Mode & Bühnenkostüme, Stoffe aus Deutschland & Italien, für Damen & Herren



PIPPILOTTA'S

Sudermannstr. 5, Agnesviertel
www.pippilottas.de

neben Recyclingwolle & GOTS-zertifizierten Stoffen auch Kleidung aus eigener Fertigung



CHARITY SHOP

Neusser Str. 342, Nippes

Secondhandkleidung, der Erlös aus dem Verkauf geht an die NGO Islamic Relief

DER KINDERLADEN KÖLN

Kempener Str. 7, Agnesviertel
www.kinder-laden.koeln

Secondhand für Kids: Kleidung, Bücher, Spielzeug

FAIR STORE

Sechzigstraße 5-11, Nippes

Das soziale Kaufhaus der Diakonie Michaelshoven bietet gebrauchte Qualität für wenig Geld

RAPUNZEL

Neusser Str. 317, Nippes

Secondhand für Kids: Kleidung, Bücher, Spielzeug

DIE FUNDGRUBE

Florastr. 66, Nippes

alteingesessene Fundgrube für Kleidung und mehr

EMMAUS

Baudriplatz 16, Nippes

der Wohltätigkeitsverein Emmaus sammelt und verteilt gebrauchte Kleidung und Hauswaren

HUMANA SECOND HAND

Neusser Str. 265, Nippes

First-Class-Second Hand und Vintage-Mode zu kleinen Preisen, ideal für Karneval

SECOND HAND 21

Weißenburgstr. 21, Agnesviertel

ausschließlich bekannte etablierte Modelabels

GREEN GUERILLAS

Roonstr. 82-84, Rathenauviertel
Merowingerstr. 6, Südstadt
www.green-guerillas.de

konsequent nachhaltige Street- und Officewear mit vielen angesagten deutschen & internationalen Labels, für Frauen & Männer, mittlere Preise



HIMBEERTÖRTCHEN

Engelbertstr. 43, Rathenauviertel
www.himbeertoertchen.com

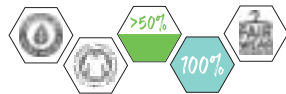
feminine urbane öko-faire Mode & Schmuck, internationale Marken, für Frauen & Kinder, mittlere Preise



GREAT LIVE

Luxemburger Str. 41-43, Rathenauviertel
www.greatlive.de

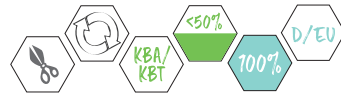
„Laden für Kulturbedarf“, öko-faire Mode, Accessoires, Möbel, Tickets für alternative Kultur



BIZAR – COLOMBIAN STYLE

Lindenstr. 61, Rathenauviertel
www.mybzzr.com

ausdrucksvolle Kleidung & Accessoires zwischen Mode & Tradition, „handmade & fair“ aus Kolumbien, eigene Kreationen & weitere Marken, für Frauen & Männer



LANIUS

Merowingerstr. 7, Südstadt
www.lanius-koeln.de

öko-faires Label aus Köln, für feminine Damenmode für Beruf & Freizeit, ergänzt durch weitere teilweise öko-faire Labels



LE FOU

Engelbertstr. 11, Rathenauviertel
www.le-fou.net

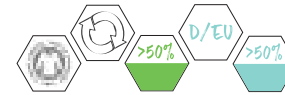
bunt-verspielte Mode von kleinen Designer_innenlabels für Frauen & Männer; innovativ-humorvolle Alltagsgegenstände zum Verschenken, mittlere Preise



BENGELCHEN

Siegfriedstr. 1-3, Südstadt
www.bengelchen.cologne

rund um's Kind – öko-faire Kleidung zu mittleren Preisen, Info- & Spiel-Veranstaltungen für die ganze Familie



BERNARTZ

An der Malzmühle 1, Südstadt
www.bernartz.de

funktionelle Berufsbekleidung, mehrere Marken, die Mitglied der Fair Wear Foundation sind, teilweise mit bluesign®-Zertifizierung



EVA SCHOLZ – BRAUTMODE

Im Laach 16, Südstadt
www.evascholz.com

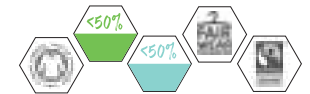
anspruchsvolle internationale Brautmode, in Europa gefertigt, auch Brautkleider für die schwangere Braut, mittlere bis Premiumpreise



GREENWICH

Engelbertstr. 12, Rathenauviertel
de-de.facebook.com/GmtGreenwichManTime
Herrenbekleidung

„Greenwich Man Time“, coole Herrenmode ab 18, Accessoires & Schuhe mit einigen öko-fairen Marken



IRISELLE

Engelbertstr. 31A, Rathenauviertel
www.iriselle.de

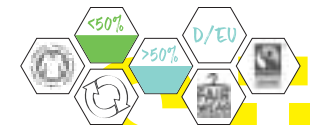
liebevoll ausgesuchte Kleider kleiner Labels, teilweise mit Bio-Baumwolle, hochmodische Schuhe und Accessoires



LADIES SPORTS

Severinstrasse 80, Südstadt
www.ladiessports.de

Sportkleidung für Frauen mit passendem Zubehör für Tanz, Yoga, Pilates, öko-faire Labels, mittlere Preise



antellig

PFIFF

Hirschgässchen 2, Südstadt
www.pfiff-coeln.de

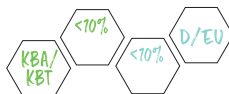
vielseitige, ausgefallene, trendige Damenmode mit einigen öko-fairen Labels, mittlere Preise



KINKY-A-FAIR

Engelbertstr. 31 A, Rathenauviertel
www.kinkyworld.de

„Burlesque meets Clubwear. Neo-Fetish goes Gay!“ Ausgesuchte Labels für den besonderen Geschmack und Anlass, darunter veganes „Leder“



MAND & KVINDE

Lindenstr. 17, Rathenauviertel
www.mandkvinde.de

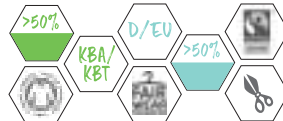
Boutique für Männer & Frauen mit aktuellen Labels, teilweise mit Bio-Baumwolle, einige öko-fair, eigene Kaschmir-Kollektion, hohe Preise



OKKIDOKKI

Merowingerstr. 41, Südstadt
www.okkidokki.de

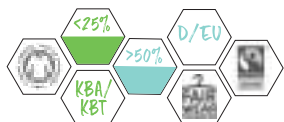
ausgefallene & dennoch tragbare Mode für Frauen & Kinder, viele öko-faire Labels, ergänzt durch eigene Anfertigungen, mittlere Preise



PLUS & MINAS

Zülpicher Platz 16, Rathenauviertel
www.plusundminas.de

individuelle Damenmode, mit hohem Anteil klassischer öko-fairer Label – dank eines Anhängers leicht zu erkennen



ZEITLOS

Goltsteinstr. 60, Rodenkirchen
zeitlos-e-mode.de

zeitlos puristische Damenmode, teilweise in Europa gefertigt



ATELIER LA DONNA

Lindenstr. 73, Rathenauviertel
www.atelier-ladonna.de

Meisterbetrieb für exklusive Maß- und Änderungsschneiderei für Damen, bietet Hausbesuch an, hohe & Luxuspreise



D'ORO - GEGENREGEN

Meister-Gerhard-Str.1, Rathenauviertel
www.gegen-regen.de

Kölner Label für stilvolle Regenbekleidung für Frauen & Männer, vor Ort & regional produziert



JOAH KRAUS

Lützowstr. 1, Rathenauviertel
www.joahkraus.de

ausdruckstarke Herrenmode von Joachim Kern für den besonderen Geschmack, jenseits des schnellen Modewandels, 100%ig öko-fair, hohe & Premiumpreise



JOT JELUNGE

Lindenstr. 53, Rathenauviertel
www.jotjelunge.de

Spezialgeschäft für Verkleidungskostüme jeglicher Art, darunter öko-faire Materialien & Anfertigung vor Ort



PLAN B. MODEDESIGN

Kurfürstenstr. 4, Südstadt

Couture-Mode für jeden Anlass, vor Ort gefertigt, für Frauen



POLO'S FOR YOU

Maria-Hilf-Str. 5, Südstadt
www.polos-for-you.de

kleines Kölner Label für klassische hochwertige Mode, produziert in Deutschland



PRINCIPESSA

An der Eiche 3A, Südstadt
www.principessa-koeln.de

Klassische Couture-Mode für jeden Anlass mit hochwertigen Materialien, in Köln gefertigt, Saisonware für Karneval & Weihnachten global produziert.



ROEBEN G.

Hahnenstr. 29, Südstadt
www.schneider-roeben.de

traditionelle Kölner Maßschneiderei (seit 1833) & Maßkonfektion, Herrenanzüge aus feinsten Stoffen, alles in Deutschland gefertigt



ANCORA SECONDHAND

Richard-Wagner-Str. 5, Rathenau-Viertel

in gemütlicher Atmosphäre findet frau in dieser Boutique hochwertige Markenware

BOUTIQUE60

Severinsstr. 60, Südstadt

exquisite Designermode aus First- & Secondhand

CHERRY PIECES

Engelbertstr. 28, Rathenau-Viertel

Qualität & Kleidungsstücke mit Besonderheit werden hier kombiniert mit recyceltem Edelmetall-Schmuck. Modern erfrischende Lokation.

ENTLARVT

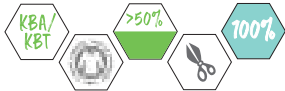
ZülpicherStr. 6, Rathenau-Viertel

kunterbunt & verrückt – trashige Einzelstücke aus den 60er- bis 80er-Jahren, von verrückten Perücken bis glitzernden Schuhen

THANK MODEDESIGN

Marsilstein 2, Südstadt
www.thankmodedesign.de

Avantgarde-Mode für den individuellen Geschmack aus ökologischen Materialien, in Istanbul in einer von der Fair Wear Foundation kontrollierten & GOTS-zertifizierten Fabrik gefertigt



VELANGEL

Hohe Pforte 1, Südstadt
www.velangel.de

Kölner „Modemanufaktur“ von hochwertiger Damenmode, vor Ort gefertigt – außerdem Regenkleidung von gegenregen



FAIR STORE

Severinsstr. 87, Südstadt

neue & gebrauchte Damen-, Herren- & Kinderbekleidung für den kleinen Geldbeutel

HUMANA SECOND HAND

Hahnenstr. 55, Südstadt

first class Secondhand und Vintage-Mode zu kleinen Preisen, ideal für Karneval

XSUITS COLOGNE

Herzogstr. 31, Südstadt
www.xuits.com

Maßkonfektion von Herrenkleidung & -anzügen, gefertigt vor Ort und in Europa, Mietservice für festliche Herrenanzüge, hohe & Luxuspreise



IMMAGINE - SECOND HAND

Bonner Str. 31, Südstadt

klein aber fein, ohne großen Schnickschnack und querbeet durch alle Stile

JACKIE & GRACE

Saliering 41, Südstadt

eleganter Laden in Weiß und Violett mit Damenbekleidung von sportlich bis feminin

OXFAM

Bonner Str. 45, Südstadt

originelle Schnäppchen für Frauen, Männer und Kinder, Erträge werden für Nothilfe- und Entwicklungsprojekte gespendet

LOLLIPOP

Mauritiussteinweg 98, Mauritiusviertel
lollipop-koeln.de

hochwertige Auswahl an Baby-, Kinder- & Teenkleidung auf 280qm, inklusive Bällebad und Spielzeug

URSULA CRÄMER

Karthäuserwall 18, Südstadt

urtümlicher Laden für Lebenskünstler_innen hinter dem Kunsthaus KAT18

STRANDGUT

Saliering 23, Südstadt

Secondhand-Laden der Heilsarmee

UNSER BLINKLICHTE-EV

Kleiner Griechenmarkt 81, Südstadt

Institution im Veedel, die die Erlöse für gute Zwecke spendet

ZEIT DER ROSEN

Merowingerstr. 48, Südstadt

Secondhand-Shop für „Herz und Sinne“, zwischen Kronleuchtern und Spitzendeckchen

WE DID IT!



(Foto: Thorsten Lönnecker)

STUDIERENDE der AMD Akademie Mode & Design, die an der Umfrage und der Herstellung von GUY GOOD STUFF beteiligt waren:

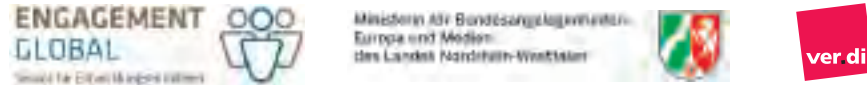
Victoria Bädorf, Leonie Bender, Vanessa Berns, Valeria Bröhl, Johanna Dahmen, Charlotte Diels, Lynn Fischer, Celine Fitsch, Charlotte Jasper, Kathrin Krings, Marc-Constantin Müller, Selina Ohneseit, Ilka Plum, Miriam Rhazi, Jennifer Schachteli, Nathalia Serbenko, Luca Sistig, Sophia Thomas, Isabel vom Bruch, Clara Wörsdörfer

Südstadt Rathenauviertel

Süd

WIR DANKEN ALLEN UNTERSTÜTZERN!

Für die finanzielle Unterstützung der ersten Projektphase, der Befragung der Kölner Modegeschäfte mit Studierenden der AMD Akademie Mode und Design Düsseldorf bedanken wir uns bei:



Gefördert aus Mitteln des Landes Nordrhein-Westfalen

Für die Förderung der zweiten Projektphase, der Erstellung des Ratgebers für öko-faire Mode in Köln, bedanken wir uns bei:



Herzlich bedanken möchten wir uns insbesondere auch bei



Unser besonderer Dank gilt allen ehrenamtlichen Helfer_innen:

Sarah Breusch, Christiane Kühnrich, Ulrich Martin, Iris Rohmann, Nora Rütten, Oliver Sendelbach, Diana Stefan und dem Team Service Learning des ProfessionalCenter der Universität zu Köln für die gute Kooperation



Copyright © 2016

FEMNET e.V.
Feministische Perspektiven auf Politik,
Wirtschaft und Gesellschaft
Kaiser-Friedrich-Str. 11
53113 Bonn
www.femnet-ev.de



AMD Akademie Mode & Design
Fachbereich Design der Hochschule Fresenius
Standort Düsseldorf
Karl-Friedrich-Klees-Str. 10
40476 Düsseldorf
www.amdnet.de



Projektleitung Annika Cornelissen (FEMNET e.V.)
Elisabeth Hackspiel-Mikosch (AMD Akademie Mode & Design)

Konzept und Lektorat Annika Cornelissen (FEMNET e.V.)
Elisabeth Hackspiel-Mikosch (AMD Akademie Mode & Design)
Tatjana Krischik (FEMNET e.V.)
Michaela Reithinger (FEMNET e.V.)

Autoren Shannon-Laura Aiello, Victoria Bädorf, Miriam Barbro Wolf, Leonie Bender, Susanne Böller, Vanessa Bonus, Annika Cornelissen, Johanna Dahme, Melina Dämmer, Charlotte Diels, Catharina Dung, Frederike Freund, Bianca Gerlach, Hannah Grau, Maxi Juliana Höckesfeld, Nadine Hortscht, Yasmin Kamer, Martina Karrasch, Kevin Karwatzki, Lisa Klasen, Dennis Klinkhammer, Pia Kollender, Cathrin Krings, Tatjana Krischik, Marie Lambert-Schell, Heike Matusche, Marc-Constantin Müller, Selina Ohneseit, Ilka Plum, Marie Priggert, Johanna Redlin, Michaela Reithinger, Jennifer Schachteli, Lisa Schmidl, Natalia Serbenko, Alina Stockhausen, Adina Strüwer, Sandhia Thelen, Lisa Trilling, Zela Tunc, Franziska Ueberschär, Henriette Volz, Isabel vom Bruch, Alessa Wensing, Sarah Wiese, Anna Pauline Windfeder, Clara Wörsdörfer

Layout Korrektorat Tatjana Krischik
Magdalena Schmitz

Druckerei Brandt GmbH Druck Plus Medien, Bonn
ISBN 978-3-00-054206-0



Für diese Publikation wurde das mit dem blauen Engel zertifizierte Recycling-Papier „Circleoffset Premium White“ verwendet.

„BUY GOOD STUFF“ ist ein Kooperationsprojekt von FEMNET e.V. und der AMD Akademie Mode & Design, Fachbereich Design der Hochschule Fresenius, Standort Düsseldorf. Einen Einkaufsführer, der Kleidung mit Umwelt- und Sozialstandards präsentiert, entwickelte zunächst FEMNET 2013 für Bonn. 2014 entwarfen Studierende der AMD Akademie Mode & Design, Düsseldorf, das Konzept von „BUY GOOD STUFF“ als öko-fairen Einkaufsratgeber für die Modestadt Düsseldorf. Die Kölner Ausgabe von BUY GOOD STUFF folgt in seiner inhaltlichen und formalen Gestaltung dessen Konzept. Um dieses zu schützen, hat die AMD Akademie Mode und Design inzwischen „BUY GOOD STUFF“ als Marke angemeldet.



Jetzt wechseln und 25 €-Strom-
bzw. Gasgutschrift erhalten:
www.naturstrom.de/buygoodstuff

Saubere Energie

- Strom aus Wasser- und Windkraft, empfohlen von BUND und NABU
- Biogas aus Rest- und Abfallstoffen
- Anbieter unabhängig von Kohle- und Atomindustrie
- Bau und Förderung neuer Öko-Kraftwerke
- fairer Preis, keine Mindestvertragslaufzeit, einfacher Wechsel



naturstrom
ENERGIE MIT ZUKUNFT

NATURSTROM AG
Düsseldorf, Tel 0211 77 900 - 300
www.naturstrom.de

Wir leben nicht von Provisionen. Sondern von zufriedenen Kunden.



Die quirin bank

Als einzige Honorarberaterbank ist die quirin bank seit zehn Jahren erfolgreich am Markt tätig. Wir betreuen an 13 Standorten, u.a. in Köln, etwa 9.300 Mandanten mit einem Vermögen von 2,7 Mrd. Euro. Wissenschaftlich orientierter Vermögensaufbau für eine faire und realistische Rendite: Die quirin bank setzt mit ihrem Anlagekonzept konsequent die Erkenntnisse der Nobelpreisträger um.

Übrigens verzichtet die quirin bank auf hauseigene Produkte und damit auf versteckte Provision. Unsere Berater setzen auf kostengünstige Anlagen und sind unabhängig, transparent und fair.

Lernen Sie uns kennen, fühlen Sie uns auf den Zahn!

Die Niederlassung Köln

In Köln steht Ihnen in den Spichernhöfen Martina Patzek, die Leiterin der Niederlassung, sowie ein Team von sechs erfahrenen Honorarberatern persönlich zur Verfügung. Ein unverbindliches Erstgespräch können Sie kostenlos in Anspruch nehmen.

Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen.

Kontakt

quirin bank AG
Niederlassung Köln
Spichernstraße 6
50672 Köln

Martina Patzek
Leiterin der Niederlassung
Tel.: +49 (0) 221 55 40 26-19
Mail: martina.patzek@quirinbank.de

Selbstverständlich stellen wir Ihnen die Vorzüge der Honorarberatung auch gern bei Ihnen zu Hause vor.



quirin bank