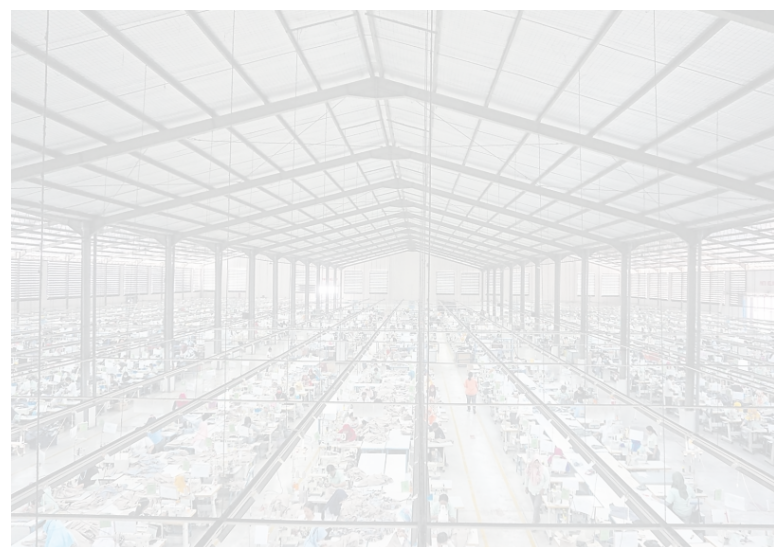




Schuffen für noch mehr Konsum. Ein Arbeiter in einer Textilfabrik im bangladeschisch Dhaka trägt Jeans zu einem lokalen Markt.

In einer riesigen Jeans-Näherei in Semarang, Indonesien wird für den globalen Markt Massenware produziert.

Der Künstler Manu Washaus hat Sweatshirts entworfen, auf denen die Trümmer der eingestürzten Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch zu sehen sind (unten).



Die Industrie gewinnt immer

Die Ausstellung „Fast Fashion“ im Museum für Europäische Kulturen zeigt den miserablen Zustand der Textilbranche. Neue Perspektiven tut sie jedoch nicht auf

VON GRIT THÖNNISSEN

Es soll keinen Zweifel geben, womit wir es hier zu tun haben: dem Bösen. Das zieht schreienden Angorakaninchen bei lebendigem Leib das Fell über die Ohren, macht, dass Fabriken einstürzen, vergiftet Flüsse und lässt völlig übermüdete Näherinnen schuffen. Mit diesen Bildern beginnt die Ausstellung „Fast Fashion“ im Museum für Europäische Kulturen. Sie zeigt, was die Textilindustrie mit unserer Welt macht. An ihrer ersten Station im Hamburger Museum für Kunst und Gewerbe war sie 2015 ein so großer Erfolg, dass sie anschließend in Dresden, St. Gallen, Manila, Jakarta, Melbourne und Köln gezeigt wurde. Nun schließt sich der Kreis in Berlin.

Claudia Banz, die Kuratorin der Ausstellung, arbeitet inzwischen hier am Kunstgewerbemuseum. Zur Eröffnung erklärte sie, dass sich in den vergangenen vier Jahren in der Textilindustrie nichts verändert hat. Immer noch wird die Umwelt zerstört, die Löhne sind weiter viel zu niedrig, und es wird viel zu viel produziert, um dem Kaufrausch weiter zu befeuern.

Das stimmt zwar, aber da die Ausstellung seit 2015 nicht verändert wurde, fallen neue Entwicklungen unter den Tisch. Zum Beispiel gibt es heute viel mehr, vor allem kleine Labels, die neue Materialien entwickeln, Produktionsbedingungen verändern und für Transparenz in der Lieferkette sorgen. Und es gibt politische Initiativen wie die Forderung des französischen Präsidenten Macron an François-Henri Pinault, den CEO des Mode- und Luxuskonzerns Kering, einen Pakt für nachhaltige Mode zu schließen, was am Rande des G7-Gipfels in Biarritz im vergangenen Juli auch passiert ist.

Hatte man 2015 beim Gang durch die Ausstellung das gute Gefühl, dass sich endlich jemand über die Zustände empört, würde man heute jedoch mehr als nur den erhobenen Zeigefinger erwarten. Diese Erwartung wird auch nicht von dem zweiten, neu kuratierten Teil der Ausstellung, „Slow Fashion“, erfüllt. Selbst die Parade der Kleider, die am Eingang Spalier stehen und unterschiedliche Modekonzepte darstellen, ist noch die gleiche: ein bunter Mantel der italienischen Edelmarke Moschino, ein Kleid von H&M, das Karl Lagerfeld für den Discounter entwarf, eins vom nachhaltigen Label Armedangels und ein Anzug von Jil Sander für Uniqlo. So soll vorgeführt werden, dass man sich nicht mehr darauf verlassen kann, was gut und schlecht gemachte Kleidung ist. Claudia Banz nennt das „Demokratisierung der Mode durch Fast Fashion, die dann aus dem Ruder gelaufen ist.“

Die Ausstellung hat vermutlich dazu beigetragen, das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass es etwas gründlich schiefläuft in der Art und Weise, wie wir mit Kleidung umgehen. Das wird in einer Grafik verdeutlicht: Ein T-Shirt ist neben einem Stück Käse abgebildet, beides ausgepreist mit 4,99 Euro. Über ökologisch hergestellte Lebensmittel haben viele von uns gelernt, was gutes Essen kostet. Dies muss erst recht für etwas gelten, das wir auf der Haut tragen.

Dass an unserer Mitschuld an dem gezeigten Elend kein Zweifel aufkommen soll, führt spätestens der dritte Raum vor, der durch einen Vorhang in der Mitte geteilt ist. Auf der einen Seite kann man sich die schlimmen Folgen von Fast Fashion ansehen: den Aralsee, der wegen übermäßi-

ger Baumwollproduktion austrocknet und Videos von Tieren, die für die übermäßige Wollproduktion gequält werden. Hinter dem Vorhang kann sich der Besucher dann wie in einer Umkleidekabine vor einem Spiegel selbstkritisch betrachten.

Wo der erste Teil sehr global berichtet, bleibt der zweite so lokal und improvisiert, dass es schwerfällt, Rückschlüsse auf die Gesamtentwicklung zu ziehen. Fünf Einzelpersonen hat Judith Schühle, die Kuratorin des Museums für Europäische Kulturen, ausgesucht, zum Beispiel Jenna Stein, die Kleidertauschpartys organisiert, oder Rut Meyburg, die aus alten Ledersofas Taschen näht. Die Ausstellung schließt mit drei Puppen, die nachhaltige Kleidung tragen. Aber diese „europäische Familie“ bietet keinen hoffnungsvollen Blick in eine bessere modische Zukunft, sie ist eher eine sehr nüchterne Bestandsaufnahme. So sehen fair und ökologisch edel, aber modisch langweilig gekleidete Menschen aus.

„Fast Fashion“ bietet umfassende Informationen über den Zustand der Textilindustrie. Wer sie anschaut, der versteht, warum bedenkenloses Shoppen unverantwortlich ist. Was vor vier Jahren wie ein Paukenschlag wirkte, hätte jedoch spätestens für die letzte Station Berlin, wo gerade in Sachen Ökonomie viel passiert, weiterentwickelt werden müssen. Die Menschen werden nicht aufhören, sich mit Kleidung selbst zu verwickeln. Eine solche Ausstellung müsste sich heute um die Frage drehen, wie die Textilindustrie das sozial und ökologisch verträglich hinbekommt.

— Fast Fashion, bis 2. August 2020 im Museum für Europäische Kulturen.

„Wir müssen nachhaltig werden“

Ansgar Lohmann von Kik über neue Initiativen

2012 kamen bei einem Brand in der pakistanischen Textilfabrik Ali Enterprises 255 Menschen ums Leben. Der Textil-Discounter Kik, für den die Fabrik produzierte, wurde zum Symbol für alles, was schlecht ist an der Textilindustrie. Deutschlands fünfgrößter Textilhändler versucht seitdem, dieses Image abzulegen. Ein Gespräch mit Nachhaltigkeits-Chef Ansgar Lohmann.

Ist Nachhaltigkeit für Kik-Kunden ein Thema?

Nein. Studien haben gezeigt, dass Zertifikate die Kaufentscheidung nicht positiv beeinflussen, eher im Gegenteil. Wenn etwas zertifiziert wurde, muss es etwas Gleichwertiges woanders noch billiger geben, so die Logik.

Betreiben Sie Kundenaufklärung?

Nicht durch Zertifizierungen. Aber wir haben als erster deutscher Mode-Einzelhändler 2015 Plastiktüten abgeschafft, informieren durch Aufsteller über unsere Initiativen und veröffentlichen Nachhaltigkeitsberichte.

Wenn es sich nicht auszahlt, warum beteiligt sich Kik in freiwilligen Nachhaltigkeitsinitiativen wie dem Textilbündnis?

Es gibt Druck von den Gesellschaftern, von der Politik, der Presse, den NGOs und der EU. Die Konsumenten werden in Zukunft mehr Bio-Baumwolle kaufen wollen und sich dafür interessieren, wie ihre Kleidung hergestellt wird. Dass zur Europawahl 20 Prozent Grün gewählt haben, sollte für alle ein Indikator sein, sich mit dem Thema zu beschäftigen.

Wie sieht es mit dem staatlichen Meta-Label „Grüner Knopf“ aus?

Wie im Textilbündnis haben wir uns an diesem Projekt frühzeitig beteiligt. Aus Imagegründen durften wir zur offiziellen Präsentation nicht dabei sein, was uns enttäuscht hat. Inzwischen glauben wir, dass der „Grüne Knopf“ zwar die bereits nachhaltigen Labels belohnt, aber keine weiteren Auswirkungen auf die Textilindustrie haben wird.

Sie fordern stattdessen ein Lieferkettengesetz, das für die ganze Industrie gilt.

Das wäre gesamtgesellschaftlich bedeutend. Und unser Anspruch, günstigster Textildiscounter zu sein, müsste sich ja nicht ändern, wenn die Voraussetzungen sich für alle verändern. Endlich wären auch alle E-Commerce-Händler in die Pflicht genommen, die bisher überhaupt nichts mit dem Grünen Knopf oder dem Textilbündnis zu tun haben wollen.

Sehen Sie Kik als Teil von Fast Fashion?

Nein. Eine zehnmonatige Vorlaufzeit bei den Bestellungen gibt den Textilfabriken Planungs- und Arbeitsplatzsicherheit. Es kann produziert werden, wenn die Auslastung niedrig ist. Wir transportieren per Seefracht. 70 Prozent unseres Sortiments haben wir immer vorrätig. Es gab Überlegungen, das Sortiment modisch anzureichern, davon sind wir aber abgegangen. Dieser Anteil ist von anderen Modketten abgegrast.

Können Discounter nachhaltig sein?

Am Ende sind es immer die Discounter, die im Licht der Öffentlichkeit stehen. Wir haben gar keine andere Chance, als uns in diese Richtung zu bewegen. Aufgrund unserer Größe haben wir Produktionsstätten auf der ganzen Welt. Wenn man diese Kräfte in Deutschland und der EU durch ein Lieferkettengesetz bündeln würde, könnte sich Nachhaltigkeitsarbeit erst richtig entwickeln. Die Unternehmen, die sich im Textilbündnis schon jetzt an den freiwilligen Initiativen beteiligen, sind meistens Aldi und Kik. Wenn es konkret wird, sind viele Firmen, die Nachhaltigkeit propagieren, nicht dabei.

— Das Gespräch führte Ingolf Patz.

BERLINER STIL

In Berlin ist die Dichte an Repaircafés, recyclingwilligen Designern und Änderungsschneidereien besonders hoch. Trotzdem macht es Sinn, seine kaputten Jeans in die schwäbische Provinz zu schicken. Tajana Gali wundert sich schon darüber, dass sie so viele Pakete aus Berlin bekommt. „Eigentlich müsste es bei euch genug Schneider geben, aber vielleicht sind die nicht so spezialisiert“, sagt sie. Fürwahr – die Designerin aus der Kleinstadt Waiblingen nennt sich selbst „Jeansdokter“. Sie repariert nicht einfach Hosen – sie rettet sie. Flicken können auch andere Schneider, aber es gibt kaum welche, die mit einer so eindeutigen Heilsansage ans Werk gehen. „Wir haben noch keinen Patienten verloren“, sagt sie. Damit meint sie Jeans, die durchgescheuert, löcherig oder eingerissen und oft untragbar geworden sind. Nachdem man ein Formular ausgefüllt hat, schickt man seine Hose nach Waiblingen. Dort wird sie genau begutachtet und die Diagnose mit einem Kostenvoranschlag zurückgeschickt. Der fällt nicht selten höher aus als das, was die Jeans



Viele Farben Blau. Im Atelier gibt es mehrere tausend Garnrollen.

Für eine bessere Jeans

ursprünglich gekostet hat. Das hält viele ihrer Kunden aber nicht davon ab, die Hose noch ein zweites oder drittes Mal zu ihr zu schicken. „Das sind halt Lieblingsjeans, das hat mit dem ursprünglichen Preis nichts zu tun. Und die Hosen werden

ja auch mit jeder Reparatur besser.“ Tajana Gali möchte, dass die Hosen ewig leben. Dafür hat sie sich eine besondere Technik angeeignet. Risse und dünn gewordener Stoff, besonders zwischen den Beinen passiert das irgendwann jeder Jeans, unterlegt sie mit Stoff und stept sie dann mit vielen feinen Nähten in genau der Farbe der Hose ab. Etwa tausend Hosen im Jahr repariert sie mit ihren Schneiderinnen. Inzwischen hat sie Garn in jedem Blautönen gesammelt und haufenweise Jeansflicken. Seit mehr als 30 Jahren hat Tajana Gali ihr eigenes Label „Gali Fashion“, mit dem sie auch schon auf den Berliner Modemessen war. Aber im Moment konzentriert sie sich ganz auf die Reparatur von Jeans. Auch sie merkt, dass ihre Kunden immer aufmerksamer mit Kleidung umgehen, deshalb hat sie eine neue Linie entworfen: „Gali Green“. gth

— Mehr Infos zum Jeans-Doktor unter: jeans-doktor.de. Im Oktober macht Tajana Gali Urlaub, Jeans können aber eingeschickt werden.

ANZEIGE

www.hirschmannmode.de

Hirschmann mode

Güntzelstraße 43
10717 Berlin
Leonhardtstraße 11
14057 Berlin

SCHMUCK UNIKATE

15 herausragende Schmuckgestalter*innen: Sie schiednen Silber und verarbeiten das Material besonders fein.

Kombiniert wird mit Gold, Perlen, Edelsteinen, Koralle oder Kupfer. Die Schmuckstücke, gefertigt auf höchstem Niveau, finden Sie in der Studio Galerie Berlin.

Eva Laufer

studio galerie berlin

Frankfurter Allee 36 A, 10247 Berlin am U-Bhf. Samariterstraße

Di bis Fr 10 bis 19 Uhr
Sa 10 bis 16 Uhr
Mo geschlossen

Informieren Sie sich vorab auf: www.studio-galerie-berlin.de

MACKE

MODE IST KULTUR

New Brands

Wintter-Idstr. 35
10781 Berlin
Telefon: 030 2651668
Internet: www.macke-berlin.de