

Faire Mode fasst Fuß

Konsumenten machen sich beim Kleidungskauf mehr Gedanken über Umwelt und Arbeitsbedingungen. Unternehmen auch.

IRIS BURTSCHER

SALZBURG. Giftige Chemikalien, hoher Wasser- und Energieverbrauch, schlechte Arbeitsbedingungen: Die Modeindustrie gilt als der weltweit zweigrößte Umweltverschmutzer. „Schlimmer ist nur die Erdölindustrie“, sagt der Salzburger Robert Laner. Er kennt die Fakten rund um Wegwerfmode. Lieber als den Zeigefinger zu erheben, spricht der Mitgründer des Salzburger Modetags Erdbar aber über die Vorteile fair produzierter Kleidung. „Am Ende entscheidet der Kunde. Und dass er zu mehr nachhaltiger Mode greift, kann nur funktionieren, wenn es sich gut anfühlt“, ist seine Überzeugung. „Wir prangern deshalb das Problem nicht an, sondern reden über die Lösung.“ Produziert wird bei Erdbar in Portugal und Griechenland. Der Stoff stammt größtenteils aus Österreich: Verarbeitet wird die pflanzenbasierte Faser Tencel vom oberösterreichischen Hersteller Lenzing. Hinzu kommt Biobaumwolle aus Ägypten.

Das Geschäft läuft gut: 60.000 Stück wurden 2019 verkauft. Genauso hoch waren im Dezember schon die Vorbestellungen für 2020. „Wir werden dieses Jahr vermutlich das Dreifache verkaufen“, schätzt Laner. Der Export liegt bei 40 Prozent. Verkauft werden die Kleider, Blusen und Jacken bei über 400 Partnern in acht Ländern. Neben der eigenen Modemarie wurden weitere Standbeine aufgebaut. Es gibt zwei Shops in Salzburg, in der Innenstadt und im Europark, in denen auch andere nachhaltige Textilmarken verkauft werden.

Stark nachgefragt ist aber der jüngste Geschäftsbereich: Erdbar-

Kunden sind mittlerweile große Unternehmen, die ihre Mitarbeiter nachhaltig einkleiden wollen. Etwas der Salzburger Kranhersteller Palfinger: 10.000 Shirts und Sweater aus österreichischer Holzfaser und Jacken aus recyceltem Meeresplastik wurden ausgeliefert. Auch das Personal von Biogena und des Stanglwirts trägt Erdbar. Mit der deutschen Drogeriemarkette Müller gibt es ebenfalls eine Kooperation. Die faire Mode kann preislich mit der konventionellen nicht mithalten. Dafür lässt sie sich besser vermarkten.

Laut einer Studie der deutschen Marktforscher Statista ist nachhaltige Bekleidung für mehr als die Hälfte der Konsumenten ein wichtiger Faktor. Genauso viele nennen aber auch die höheren Preise als Grund, warum sie zu Massenware

greifen. 60 Prozent nannten fehlendes Angebot als Hindernis. Die Nachfrage steigt aber. Der Umsatz mit fair gehandelten Textilien in Deutschland wird sich laut Statista-Zahlen bis 2025 auf 1,31 Mrd. Euro fast verdreifachen. Verglichen mit dem gesamten Modehandel, der in Deutschland zuletzt auf einen Jahresumsatz von 19 Mrd. Euro kam, bleiben die Zahlen überschaubar.

„Gerade im letzten Jahr ist – auch dank der Fridays-for-Future-Bewegung – Dynamik in die Sache gekommen. Fairer Konsum ist ein Stück weit in die Mitte der Gesellschaft gerückt“, stellt Wolfgang Proser-Almer fest. Er ist Geschäftsführer der WearFair, der größten heimischen Messe für nachhaltigen Konsum, die im Herbst in Linz stattfindet. Der nachhaltige Bereich sei immer noch eine Nische. Aber eine, die wächst. Auch etablierte Modeanbieter setzen vermehrt auf faire Bekleidungsproduktion. Wo bei der Grad der Nachhaltigkeit stark schwankt. „Große Marken setzen sich zunehmend auf das Thema drauf. Leider machen sie es oft nur halb“, kritisiert Proser-Almer die Schönfärberei und Vielzahl an selbst kreierten Siegeln, die Nachhaltigkeit nur vorkaukeln. „Die meisten Ketten sind weit davon entfernt, dass man wirklich von nachhaltiger Mode sprechen kann.“ Sein Tipp für Konsumenten: Auf das GOTS-Siegel (Global Organic Textile Standard) schauen.

Auch die Arbeiterkammer empfiehlt – neben Fairtrade und der Fair Wear Foundation – das GOTS-Siegel. Es verlangt hohe ökologische und soziale Standards für die gesamte textile Kette. Dem verpflichten sich immer mehr Produzenten.



Trachtsam schneidert ökosoziiale Dirndl. BILD: SNT/TRACHTSAM



Erdbar produziert die Kleidung in Europa. BILD: SNOWER/AR

2018 stieg die Anzahl der zertifizierten Betriebe um 14,6 Prozent auf 576 in 64 Ländern. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind die größten Abnehmermärkte.

Die wachsende Interesse großer Ketten spürt man auch hier. In Salzburg geht unterdessen ein kleines ökosozielles Label an den Start: Trachtsam stellt moderne Dirndl regional nach ökologischen Kriterien her. Auf der Suche nach individuellen Dirndl wurde die Paartherapeutin Natascha Koller nicht so recht fündig. Sie fing an, selbst Stoffe zu suchen und bei Schneiderinnen nach zu lassen. Als dieses Hobby ausufernde und sie vermehrt angesprochen wurde, um die Tracht zu kaufen gebe, reifte der Entschluss, ein Modelabel als „Social Business“ zu gründen: Ein

Teil des Gewinns kommt einem guten Zweck zugute, derzeit dem Kinderhospiz Sternalerhof im Burggenland. „Wir wollen nicht nur Mode verkaufen, sondern eine Botschaft“, sagt Koller. Verwertet werden vor allem recycelte Stoffe aller Art, auch Jeans, Polsterbezüge oder Vorhänge. Schneiderinnen in der Region nähren, auf Onlinehandel wird bewusst verzichtet. Verkauft wird in einem Pop-up-Laden im April im Gusswerk-Areal. Für ein Trachtsam-Dirndl muss man tiefer in die Tasche greifen. Ab 600 Euro kostet ein Unikat. Namhafte Händler haben bei Trachtsam schon angeklopft – und wollten gleich Großbestellungen aufgeben. „Das machen wir aber nicht. Wir wollen unseren Ansatz gerecht und nicht zu schnell groß werden“, sagt Koller.

Am Urmaß der Ökonomie wird wieder einmal gerüttelt

Ein Rat für Politiker: Wer nur aufs Bruttoinlandsprodukt starrt, kann sehr leicht übersehen, wie es den Bürgern tatsächlich geht.

Das Bruttoinlandsprodukt ist ein mächtiges Konstrukt. Es hat sich in den vergangenen neun Jahrzehnten so sehr als das einzige Maß für die Entwicklung einer Volkswirtschaft etabliert, dass es lang nicht hinterfragt wurde. Es gab zwar einige Anläufe, die Macht des BIP zu brechen, gelungen ist es nie. Aber selbst Ökonomen, die sich bei ihren Analysen gern auf Zahlen stützen, dämmert, dass der alleinige Fokus auf das BIP zu wenig ist, um abzubilden, wie sich ein Land wirtschaftlich entwickelt und vor allem wie es der Gesellschaft geht.

Daher steht das BIP, für dessen Entwicklung der Briten William Petty schon im 17. Jahrhundert Vorarbeiten leistete und das im Kern seit den 1930er-Jahren unverändert ist, seit einiger Zeit in Kritik. Doch selbst einer von Ex-Staatspräsident Nicolas Sarkozy 2008 eingesetzten Kommission unter Leitung der Nobelpreisträger Joseph Stiglitz und Amartya Sen gelang kein Durchbruch. Jetzt versucht Dennis Snower, Vormalis Leiter des Instituts für Weltwirt-

schaft in Kiel, mit einer Kollegin einmal mehr, zusätzliche Maßstäbe zu entwickeln.

Der Antrieb ist stets der Gleiche: Das BIP misst vieles, aber längst nicht alles, was Wohlstand ausmacht. Snower sagt, der wirtschaftliche und technische Fortschritt habe sich vom gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Fortschritt entkoppelt. Daher ergänzt er das BIP um drei Indizes, je einen für individuelle Befähigung, gesellschaftliche Solidarität und ökologische Nachhaltigkeit. Um einen Wert zu berechnen, fließen in jeden Index zahlreiche quantitative und qualitative Daten ein. Gemeinsam mit dem BIP ergibt sich damit ein Quartett an Messgrößen, mit dem sich der Wohlstand einer Gesellschaft umfassender bestimmen lässt. Snower und seine Kollegin haben das für 35 Industriestaaten getan. Ein Ergebnis ist, dass in der Dekade bis 2017 in Großbritannien und den USA zwar der materielle Reichtum deutlich gestiegen, aber in beiden Ländern die Indizes für Solidarität und Befähigung

stark gesunken sind. Das löse bei vielen Menschen zu Recht das Gefühl aus, vom Wohlstand abgehängt zu sein, sagt Snower. Er tritt nicht an, um die Macht des BIP zu brechen oder es neu zu definieren. Er stellt seine Indizes bewusst neben das BIP, um den Blickwinkel zu erweitern – auf das, was abseits der Produktion von Gütern und Dienstleistungen in einem Land passiert, oder eben nicht passiert.

Das ist mehr als eine ökonomische Fingerübung, sondern vielleicht ein Rettungskarrier für etablierte Parteien im Kampf gegen Populisten, die das Volk mit falschen Versprechen verführen. Um zu wissen, ob eine Volkswirtschaft gewachsen ist, ist und bleibt das BIP das Maß der Dinge. Aber eine Politik, die sich allein danach ausrichtet, greift zu kurz. Es könnte sich für Regierende als Überlebensfrage erweisen, ihren Begriff von gesellschaftlichem Fortschritt und Wohlstand zu erweitern.

MARKT

PLAZZ
Richard Wiens

