

Vor zehn Jahren wurden Menschen, die sich in umweltfreundlich hergestellte Materialien hüllten, als Öko-Spinner abgetan. Heute ist Grünsein nicht nur für die Menschen, sondern auch für die Industrie unverzichtbar. Die Modebranche, die bekanntlich unter fragwürdigen Bedingungen in Dritte-Welt-Ländern produziert, denkt um. Und mithilfe von talentierten Designern hat die nachhaltige Mode auch den Sprung auf die Laufstege der Modemetropolen geschafft.

Auf der letzten Berliner Fashion Week bekam grüne Mode mit *thekey.to* ihre autarke Plattform. Neben der Präsentationsmöglichkeit für nachhaltig und sozial verantwortlich produzierende Designer etablierten die Initiatoren Frans Prins, Gereon Pilz van der Grinten und Rostislav Komitov *thekey.to* als Forum für Nachhaltigkeit, das Information und interdisziplinäre Vernetzung bietet. Gesprächsrunden mit internationalen Gästen und Workshops mit Experten sind Teil des umfassenden Veranstaltungsprogramms. Im Rahmen der Berlin Fashion Week 2010 wartet die zweite Edition *thekey.t(w)o* vom 20. bis 23. Januar mit einem noch größeren Ausstellerportfolio auf. „Das Motto und Leitmotiv unserer zweiten Ausgabe lautet *thekey.toshift*, so Frans. „Mit unserem Event wollen wir zeigen, dass der Wechsel zu einer verantwortungsvolleren Produktion und einem nachhaltigen bewussten Konsum möglich ist.“

Dass Ökorichtlinien und Style sich nicht ausschließen, beweisen die vielen innovativen Aussteller. Das Weimarer Label Vilde Svaner entwirft seit 2008 elegante und urbane Mode für Männer und Frauen aus fairen und ökologisch einwandfreien Materialien. Die Zulieferer und die von ihnen hergestellten Waren kommen aus Deutschland

oder besitzen einen zertifizierten Herkunftsnachweis. Die Designerinnen hinter Vilde Svaner, Anne Gorke, Antje Wolter und Almut Coppius entwerfen und verarbeiten daraus lässig-edle Teile, die Ästhetik, Purismus und Funktionalität vereinen. Ein Beispiel dafür, dass das neue Bewusstsein auch vor der PR- und Marketingarbeit nicht haltmacht, ist die Agentur von Vilden Svaner, Sieben&Siebzig. Gründerin Kati Drescher und Gesellschafterin Nadine Valencic haben sich ausschließlich auf Kunden aus der Öko-Branche spezialisiert, um Nachhaltigkeit nachhaltig zu kommunizieren.

„Organic is not a fashion, it's a commitment“ lautet der Ansatz des Labels Slowmo, das ebenfalls im Januar auf der *thekey.t(w)o* ausstellen wird. Der von Felicia und Melchior Moss 2006 in Friedrichshain gegründete Familienbetrieb setzt, wie der Name ankündigt, auf Ruhe und Beständigkeit in der heute vorherrschenden Schnelllebigkeit. Ihre Mode aus 100 Prozent kontrolliert-biologischen Materialien wird in Berlin produziert und ist nicht nur fair, sondern vor allem cool. Sie besticht durch elaborierte Schnitte und hochwertige Verarbeitung. Auch das Label Jovoo von Johanna Balzer, das eine Kollektion für den wohl lässigsten Longboard-Hersteller Rolls Rolls entworfen hat, oder Jeanette Bruneau Rossows kreativ-experimentelles Streetwear-Label Treches, bei dem Rossow sich alte Plastiktüten zum Werkzeug macht und mit Rotwein Stoffe färbt. Auch Indie-Labels wie Latonia vereinen ökologische Gesichtspunkte mit einem hohen Coolness-Faktor.

Eine wunderschöne Mischung aus Nostalgie und modernen Schnitten kreiert die Neuberlinerin Isabell de Hillerin, die auch dieses Jahr bei *thekey.to* ausstellen wird. Nachhaltig, aber dennoch

hitzig diskutiert werden die Friendly-Fur-Fuchsfelle von Künstler und Försterssohn Nikolaus Gleber. Seine Rotfuchspelze, die nicht von Zuchtfarmen stammen, sondern von frei lebenden, deutschen Füchsen aus nachweislich kontrolliertem Abschuss durch lizenzierte und autorisierte Jäger und Förster, rettet er vor der Verbrennungsanlage. Dass die Weiterverwendung von Fell und Fleisch eines erlegten Tieres ein wichtiger Grundsatz der ökologisch nachhaltigen Jagd ist, interessiert Tierenschutzaktivisten allerdings wenig. Natürlich stehen während der Modewoche im Januar auch dieses Mal vor allem die etablierteren Designer wie Michalsky, Starstyling, Drykorn oder Kilian Kerner im Fokus der Öffentlichkeit. Die Tatsache, dass sie ihre Kollektionen auf den großen Veranstaltungen *Mercedes Benz Fashion Week* und *Bread & Butter* zeigen, schließt natürlich nicht automatisch nachhaltiges Handeln aus. Kilian Kerner zum Beispiel legt großen Wert auf Produktion im eigenen Land. Neben seinem eigenen Label hat der gefeierte Designer gemeinsam mit Schauspieler Matthias Schweighöfer, Moderator Joko Wintescheidt und Musiklabelbetreiber Sebastian Radlmeier das T-Shirt-Label German Garment gegründet. Der Plan dahinter: dem allgemeinen Trend zur Produktionsverlagerung nach Fernost oder Osteuropa entgegenzuwirken. Nachhaltigkeit ist nämlich längst nicht mehr nur eine Mode – sie verändert die Mode, und zwar nachhaltig.

Models Fran Troisch/Fangfrisch, Hauke Maguhn/Darstelleragentur, Robert Herfurth/Indeed; Redaktion und Produktion Paul Arne Wagner; Styling und Produktion René Tanneberger; Haare/Make-up Anke Toth; Dank an LinLin May, Emge Sicherheitsdienste

NACHHALTIG MODISCH

Neben den etablierten Designern, die ihre Kollektionen auf der Fashion Week im Januar zeigen, hat sich inzwischen die autarke Plattform „*thekey.to*“ einen Namen gemacht – mit ökologisch korrekter grüner Mode VON KITTY BOLHÖFER FOTOSTRECKE VON CLAUDIA BURGER



JACKE UND SWEATER **SLOWMO**
HOSE **DRYKORN**