

Gemeinsam zur kreislauffähigen Fashion

Eine Genossenschaft will mit kreislauffähiger Mode dem Ressourcenverschleiss in der Textilindustrie entgegenwirken. Da werden Kochschürzen auch mal rückwärts designt.

Bild: zvg



Sie stehen hinter Circular Clothing: Janina Kosmalski, Sylvie Merlo, Karen Rauschenbach und Yvonne Vermeulen (von oben).

Sabina Galbiati

Billig und viel kaufen, wenig bis nie tragen und ab damit in den Abfall oder Altkleidersack. So etwa lässt sich der Weg der meisten unserer Kleidungsstücke heute beschreiben. Fast Fashion ist der Goldstandard, die Produktion wird immer schneller und billiger. Die Kehrseite: Weltweit entsorgen wir weit über die Hälfte unserer Kleidungsstücke bereits nach einem Jahr – das ergibt eine Lastwagenladung pro Sekunde. Und 73 Prozent dieser Textilien landen letztlich auf Müllhalden oder werden verbrannt. Hauptsächlich dank Fast Fashion gilt die Bekleidungs- und Textilindustrie heute als zweitgrösste Umweltverschmutzerin nach der Ölindustrie.

So kann und soll es nicht weitergehen. Das finden nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch zahlreiche Inhaberinnen und Inhaber von nachhaltigen Textil- und Modelabels hierzulande. Deshalb haben sie sich der Genossenschaft und Kollaborationsplattform Circular Clothing angeschlossen. Ihr erklärtes Ziel: die Kreislaufwirtschaft in der Branche etablieren. Ihnen gilt Cradle to Cradle Certified®, kurz C2C, als Goldstandard. Will heissen, die Kleidungs- oder Textilstücke sind vollständig recycelbar und nach mehreren Kreisläufen kompostierbar. Eine derartige Zero-Waste-Textilindustrie würde enorm viel Energie und weitere Ressourcen wie Wasser und Land einsparen.

Einfach ist das nicht. Sylvie Merlo ist Vizepräsidentin von Circular Clothing. Sie kann ein Lied davon singen, wie schwierig es ist, alle Komponenten eines Kleidungsstücks kreislauffähig zu

machen. «Für ein kleines Label ist das nahezu ein Ding der Unmöglichkeit, denn es muss Produzenten und Lieferanten von Stoff, Nähgarn bis hin zu Druckfarben, Knöpfen oder dem Waschetikett davon überzeugen, ihre Produktionsweise auf C2C-Standard anzupassen.» Bei den geringen Mengen, welche die Labels brauchen, lohnt sich das für die Lieferanten oftmals nicht. Aus diesem Dilemma heraus riefen Merlo und Yvonne Vermeulen, 2021 Circular

Clothing ins Leben und entwickelten mit ihrem Modelabel «the Blue suit» eine erste C2C-Kollektion.

Kräfte bündeln

Die Mitglieder der Genossenschaft erhalten Zugang zu ökologischen, zirkulären Materialien, aber auch zum Know-how und zu den Erfahrungen anderer Genossenschafterinnen und Genossenschafter. «Indem wir unsere Kräfte bündeln, können wir grössere Mengen an Stoff oder Garn einkaufen», sagt Merlo. Das sei wiederum für die Lieferanten wirtschaftlich attraktiv und motiviere sie zur Umstellung auf eine

C2C-zertifizierte Produktion. «Und natürlich können wir so auch den Transport effizienter abwickeln, was uns Geld und Ressourcen spart.»

Oliver Balsiger gehört mit seinem Label für nachhaltige Heimtextilien, «Lavie», zu den Mitgliedern erster Stunde. Vor zwei Jahren beigetreten, präsentieren er und sein Team diesen Herbst die ersten C2C-zertifizierten Designstücke. «Quasi als Pilotprojekt haben wir Kochschürzen und Zierkissen entwickelt», sagt Balsiger. «Wir hatten von Circular Clothing eine Toolbox mit einer Auswahl an C2C-zertifizierten Materialien, welche wir verwenden konnten.» Also sei man den De-

signprozess rückwärtsgegangen. «Wir haben geschaut, was es gibt, und haben daraus Produkte designt.» Sylvie Merlo fügt hinzu: «Die Toolbox wird laufend mit Elementen ergänzt, egal ob Stoffe, Garn oder Accessoires.» Auch diese Materialvielfalt erreiche man als Genossenschaft viel schneller und leichter.

Für Balsiger und sein Label, das vor allem für seine ökologische Bettwäsche bekannt ist, hat die Genossenschaft noch weit mehr Vorteile zu bieten. «Wir können in gemeinsamen Workshops Know-how aufbauen, Ideen austauschen und Probleme diskutieren.» Auch die Präsenz an Veranstaltungen wie den Zurich Design Weeks ist für Labels wie «Lavie» überhaupt erst durch die Genossenschaft möglich.

Und was ist mit der Massentauglichkeit?

Das klingt alles lobenswert, hat aber nur einen Impact bei entsprechend grosser Masse. Und ökologische Design-Kleider und umweltfreundliche Heimtextilien sind per se Nischenprodukte im höherpreisigen Segment. Wie also den Widerspruch auflösen, dass man einerseits die Textilbranche insgesamt nachhaltiger machen will, andererseits aber für ein recht begrenztes Publikum produziert? «Das ist eine zentrale Frage», entgegnet Balsiger. «Ein Ziel der Genossenschaft muss es sein, durch grössere Bestellmengen auch tiefere Materialkosten zu generieren, damit sich mehr Kundinnen und Kunden kreislauffähige Textilien leisten können», sagt er und nennt gleich einen zweiten wichtigen Punkt: den Open-Source-Gedanken. Dank der Genossenschaft können auch grössere Labels auf das Know-how und die zertifizierten Lieferanten zurückgreifen. Je tiefer die Schwelle für C2C-zertifizierte Produktion, desto mehr Labels und Unternehmen schliessen sich an und desto günstiger werden die Produkte. «Da können wir ein Stück weit Pionierarbeit leisten», bringt es Sylvie Merlo auf den Punkt.

«Indem wir unsere Kräfte bündeln, können wir grössere Mengen an Stoff oder Garn einkaufen.»