

textilrevue

#10 | 17. SEPTEMBER 2019 | CHF 16.50
TEXTILREVUE.CH

Alle Zeichen stehen auf Nachhaltigkeit

ECOFAIRE, ZIRKULÄRE
UND TIERLEIDFREIE MODE
EROBERT IMMER MEHR
MARKTANTEILE

–
RETOUREN MINIMIEREN,
RESSOURCEN SCHONEN –
ABER WIE?



HEIMTEXTILIEN
MARKEN UND WOHNWELTEN
FÜR HERBST/WINTER 2019/20

GLOBUS IM WANDEL
MOMENTAUFNAHME EINER
TRANSFORMATIONSPHASE

DESIGN PREIS SCHWEIZ
DIE NOMINIERTEN IM BEREICH
FASHION UND TEXTILES

Das dreckige Geschäft

Mit durchschnittlich 60 Verkäufen pro Sekunde sind Jeans die gefragtesten Modeartikel weltweit. Im Zuge der Casualisierung erweist sich der Denimmarkt als extrem stark, da die Denimproduktion jedoch zu den giftigsten und umweltschädlichsten gehört, gilt es, sofort Alternativen zu finden.

TEXT NOÉMIE SCHWALLER

«Moderner Luxus bedeutet, sozial und ökologisch verantwortlich zu sein», erklärte Burberry-Chef Marco Gobbetti, kurz nachdem das britische Luxuslabel unverkaufte Ware im Wert von Dutzenden Millionen Dollar verbrannt hatte. Die Praxis – als Bemühung gerechtfertigt, ihren «Markenwert» zu erhalten – stiess auf heftige Kritik. Kirsten Brodde, Leiterin der Kampagne Detox My Fashion bei Greenpeace, empörte sich, Burberry habe «keinen Respekt vor den eigenen Produkten, der harten Arbeit und den natürlichen Ressourcen, die zu deren Herstellung verwendet werden». Würde das Thema ernst genommen, könnte tatsächlich ein Wandel stattfinden. Mostafiz Uddin, Managing Director, Denim Expert Ltd. und Gründer und CEO Bangladesh Apparel Exchange, sagt ihm voraus «durch Zusammenarbeit quer durch die Wertschöpfungskette; zwischen Marken und Lieferanten, zwischen politischen Entscheidungstragenden und Endverbrauchenden. Nachhaltigkeit in der Mode hat langsam an Dynamik gewonnen; nun gibt es kein Halten mehr. Erstens erleben wir in der Branche zunehmend eine Polarisierung zwischen Führern und Nachzüglern in Sachen Nachhaltigkeit. Letztere – vor allem in der Fertigung, d.h. Lieferanten – werden zurückgelassen. Zweitens steigt die Nachfrage der Endverbrauchenden nach nachhaltigen Produkten – sie sind aber noch relativ unwissend über die Jeansherstellung. Dies war oft das fehlende Glied und könnte der eigentliche Wendepunkt sein.»

Die Beliebtheit von für Ökod denim bekannten Marken wie **Re/done**, **Nudie** oder **Calik Denim** steigt zwar, und die Branche steht unter zunehmenden Druck von Verbrauchenden und Regulierungsbehörden, die Umweltauswirkungen ihres rasanten Wachstums, ihrer stark verschmutzenden Lieferkette und der losen Kontrolle der Lieferanten einzudämmen. Aber allein in den USA wurden, laut Daten des US-Marktforschungsinstituts NPD, 2018 insgesamt 364 Millionen Damenjeans gekauft, was einer Steigerung von fast 22 Millionen Stück entspricht. Die Bemühungen zur Verringerung der Umweltbelastung können nicht mit dem Wachstum Schritt halten. «Veränderungen erfolgen langsam. Es ist unrealistisch, einen radikalen Wandel über 12 Monate zu erwarten. Will eine Marke zirkulär werden, muss auch ihre Lieferkette bereit sein», erklärt Mostafiz Uddin. Fakt ist: Rund 8000 Liter Wasser werden bei der konventionellen Produktion einer Jeans verbraucht, und fast 2 Kilogramm Chemikalien kommen dabei im Durchschnitt zum Einsatz. Diese gelangen über Luft und Abwasser in die Natur und über die Haut in unsere Körper. 2 Kilogramm Kohlendioxid ist der CO₂-Fussabdruck einer konventionellen Jeans, bis sie nach einer durchschnittlichen Lebenserwartung von sieben Jahren entsorgt wird. 1,8 Milliarden Jeans werden jährlich weltweit hergestellt, davon aber nur 1 Prozent umwelt- und sozialverträglich. Nicht zu vergessen die Auswirkungen auf die Menschen, die diese herstellen: 128-mal





Vicunha konnte den Wasserverbrauch pro Jeans auf fünf Liter senken.

– Wirklich nachhaltig werden ist ein grosser Sprung. Wir müssen realistisch sein. Bis 2022 ist die Branche sicher vorangekommen. Aber nachhaltig? Nein – wir dürfen nie stillstehen. –

MOSTAFIZ UDDIN, MANAGING DIRECTOR, DENIM EXPERT LTD. UND GRÜNDER UND CEO BANGLADESH APPAREL EXCHANGE

höher als erlaubt war die Abwasserbelastung durch das Schwermetall Kadmium 2010 im chinesischen Xintang, der «Welthauptstadt der Blue Jeans», in der Denim hergestellt wird – einem von 133 Ballungszentren. Manfred Santen, Chemieexperte bei Greenpeace, mahnt: «Auch wenn deutsche Gewässer heute zu den saubersten zählen – Verbrauchende müssen sich im Klaren sein, dass die Umweltverschmutzung nicht gestoppt, sondern in andere Weltregionen verlagert wurde.» Es stinkt, und ständig ändert sich die Farbe des Wassers. Mit ungefähr 30 Jahren werden Fabrikarbeitende der Jeansindustrie arbeitsunfähig. Viele sterben an den Folgen einer Staublung: Beim sogenannten Sandblasting zum Aufhellen der Jeans lagern sich Partikel in der Lunge ab. Eine zweijährige Untersuchung des US-amerikanischen Worker Rights Consortium über sexuelle Belästigung in Bekleidungsfabriken im afrikanischen Lesotho zeigte zudem, dass Frauen, die Jeans für amerikanische Marken wie Levi's, Wrangler und Lee produzieren, routinemässig zu Sex mit ihren Vorgesetzten gezwungen werden. Viele halten sich weitgehend daran, um ihren Arbeitsplatz zu behalten. «Kleinere japanische und amerikanische Marken wie **BlueBlue Japan**, **Samurai** oder **DoubleRL** verarbeiten Jeans nach alten Traditionen und garantieren Nachhaltigkeit in Produktion und Lebensdauer der Jeans», bemerkt der Zürcher Jeans Experte und Inhaber von Dee Cee Style Markus Cadruvi. «Sie produzieren nicht in Billigländern, oder wenn, dann

unter fairen Bedingungen für Arbeitnehmende und zu Preisen, die das Produkt aufwerten. Weniger ist oft mehr. Billigware macht Handel, Produkte und unsere Welt kaputt. Es wird viel zu viel Schund produziert.»

Panos Sofianos, Kurator der Bluezone, die sich mit über 100 international ausgerichteten Brands als eine der bedeutendsten Denimshows positioniert, und Initiator einer starken Branchen Community ist, erklärt: «Längst sind die Möglichkeiten technologischer Entwicklungen noch nicht ausgereizt. Ebenso wie das Spektrum ressourcenschonender Materialgewinnung und alternativer Materialien. Nachhaltigkeit und Transparenz werden wichtiger für Produzenten, da die Markenführer mehr Verantwortung an sie abgeben. Wir stehen erst am Anfang eines Prozesses, der die gesamte Textil- und Modebranche revolutionieren wird.» Und Mostafiz Uddin fügt an: «Wirklich nachhaltig werden ist ein grosser Sprung. In drei Jahren wird die Herstellung von Kleidung noch mehr Wasser benötigen, als die Erde geben kann, wird das Textilrecycling noch in den Kinderschuhen stecken und die textile Abwasserbehandlung in vielen Fabriken noch immer schlecht oder gar nicht vorhanden sein. Wir müssen realistisch sein. Bis 2022 ist die Branche sicher vorangekommen. Aber nachhaltig? Nein – wir dürfen nie stillstehen.»

Auf den nächsten Seiten haben wir Marken zusammengetragen, die sich auf nachhaltige Lösungen fokussieren.

Nachhaltiges Denim-Abc

Die Schweizer Firma **Archroma**, ein neben **Huntsman** und **Dystar** führender Anbieter von Farb- und Spezialchemikalien für nachhaltige Lösungen, hat angekündigt, dass **Absolute Denim** mit Sitz in Thailand und **Tuong Long** aus Vietnam als erste Denimhersteller ihres jeweiligen Landes die Produktion zu 100 Prozent auf Archromas anilinfreie Indigofärbung «Denisol Pure Indigo» umstellen werden.

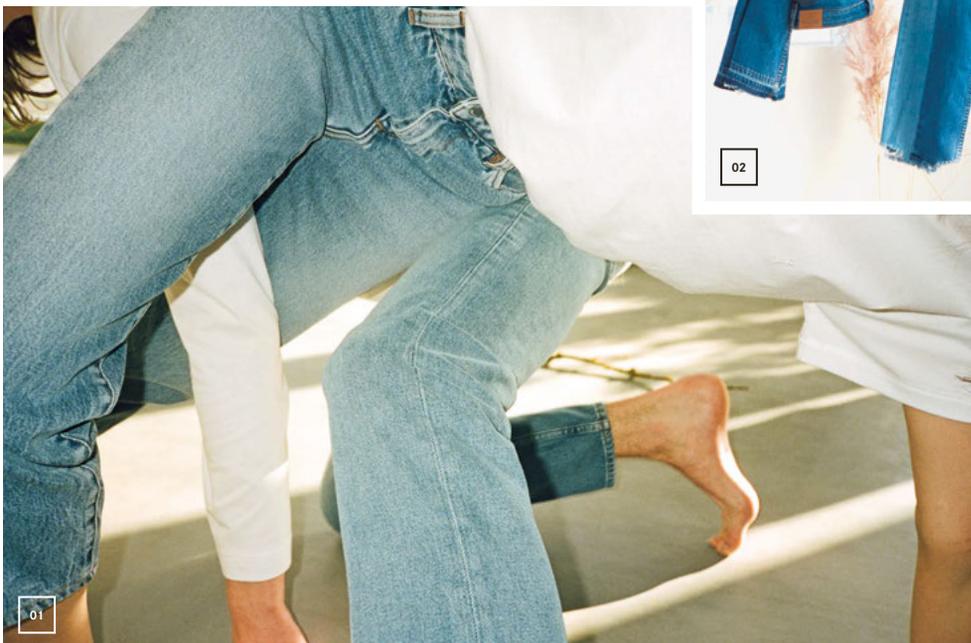
Bei **Armedangels** wird biozertifizierter, giftstofffreier Rohstoff nachhaltig angebaut und bei der Jeansproduktion werden alle Inhaltsstoffe auf Sicherheit und Umweltverträglichkeit geprüft. Sara Maier, Produktmanager/Designer Denim, aber warnt: «Nachhaltigkeit alleine ist nicht genug. Wir müssen uns neuen, innovativen, regenerativen Systemen öffnen, diese angehen und mit Circularity ein zweites Standbein für uns entwickeln. Es bleibt spannend.»

Berto legt grossen Wert auf transparente Kommunikation, sodass der gesamte Lebenszyklus eines Kleidungsstücks nachvollziehbar ist. Deshalb wurde die «Pianeta»-Familie erweitert, eine Stoffgruppe, die Produktionsabfälle wiederverwertet.

C&A bietet als erster Einzelhändler Jeans mit kompletter Cradle-to-Cradle™-Gold-Zertifizierung an. «Die Entwicklung in Kooperation mit Fashion for Good war eine Herausforderung, an der wir über ein Jahr gearbeitet haben», sagte Jeffrey Hogue, Global Chief Sustainability Officer bei C&A. Um nachhaltige Bekleidungsherstellung zu fördern, wird mit der Produktvorstellung ein Leitfaden mit dem Herstellungsprozess veröffentlicht, um das Wissen zu teilen. Zudem hat C&A ein Saving-Water-Programm, bei dem im finalen Jeans-Waschvorgang 65 Prozent Wasser gespart werden.

Candiani reduziert aufgrund der patentierten «Kitotex»-Technologie den Wasserverbrauch drastisch, ist biologisch abbaubar und unterstützt sogar bei der Reinigung des Abwassers. Herkömmliche Chemikalien kommen dabei nicht mehr zum Einsatz.

Citizens of Humanity gehört zu den wenigen Premium-Denim-Unternehmen, die eigene Produktionsanlagen besitzen und dadurch seit Jahren maximale Kontrolle über Qualität und Fokussierung auf nachhaltige Technologien haben.



01 – «Im Moment befassen wir uns stark mit der Thematik Circularity», erklärt Sara Maier, Produktmanager/Designer Denim bei Armedangels.
02 – C&A hat für die Herstellung ihrer Cradle-to-Cradle™-Gold-zertifizierten Jeans Lieferanten und Fabriken neu ausgewählt, Materialien geprüft und zertifiziert sowie Futterstoff und Nähgarn neu entwickelt.



03 – Dieser Conscious Denim Overall der aktuellen H&M-Kollektion besteht aus 100 Prozent Biobaumwolle.

04 – Iskur beteiligt sich an der Herstellung von Biobaumwolle und am ökologischen Landbau.

05 – Bisher stammen bei Esprit bloss 7 Prozent des Denims aus rezyklierten Materialien.



Esprits Head of Denim, Towie Vaughns, engagiert sich im Rahmen der «The Better Denim»-Kampagne für die Produktion von «best in thread» – ökoverantwortlichem, qualitativ hochwertigem Denim. 6 Prozent davon werden aus Lyocell hergestellt (einer ökologisch nachhaltigen Cellulosefaser aus löslichem Zellstoff, hergestellt im geschlossenen Kreislaufverfahren). 32 Prozent des Denim enthalten Biobaumwolle; 12 Prozent davon sind organisch. Bis 2021 sollen 50 Prozent der Esprit Denims als «low impact» eingestuft werden.

H&M Bio- oder rezyklierte Baumwolle oder solche, die über die «Better Cotton»-Initiative bezogen wird, macht 95 Prozent der Baumwolle aus, die H&M 2018 verarbeitet hat. Bis 2020 soll es die gesamte Baumwolle aus dem Sortiment ausmachen.

Iskur Denim versorgt seine Produktionsstätten dank Investitionen mit natürlichen Energieressourcen (Wind und Sonne). Die Anlage kategorisiert alle Abfälle, verarbeitet sie zu Fasern und transportiert sie zur Recyclinggarnanlage. Mit diesen Garnen hergestellte Stoffe werden in der «Earthsquad»-Kollektion eingesetzt, und es entstehen auch dank wasserlosen Herstellungstechniken 100 Prozent nachhaltige Produkte.



01 – Kilim Denim führte 2019 ein neues Verfahren ein: das Cactus-Projekt zur Reduzierung des Wasserverbrauchs. **02** – Nach der Einführung ihrer ersten ökologisch nachhaltigen Denimlinie erweitert das italienische Liu Jo nun das Angebot «Better» um weitere Produktkategorien und setzt die grüne Reise unter #Naturalglam und #BetterTogether fort.



Kilim Denim Da der grösste Teil des Wassers zum Entfernen des nicht fixierten Farbstoffs beim Indigofärben verwendet wird, benutzt Kilim Denim seit 2019 eine neu entwickelte Chemikalie, die die Indigofixierung auf Kettgarn verbessert, was den Wasserverbrauch um bis zu 93 Prozent reduziert.

Zu **Liu Jos** «Better Denim»-Kapsel bemerkt Head of Style Marco Marchi: «Sie wird mit nachhaltigen Techniken hergestellt, vor allem durch unseren Partner Candiani mit «Kitosan» – einem natürlichen Polymer aus 100 Prozent biologisch abbaubaren Krustentier-Exoskeletten – und der als «Indigo Juice» bekannten Färbetechnologie, die den Farbstoff daran hindert, zu tief in den Stoff einzudringen, ohne seine Farbechtheit zu beeinträchtigen. Und jedes Detail wird grün produziert – vom Textiletikett bis zu Knöpfen, einschliesslich Nähten und Verpackung.» Auch **Rosner** setzt auf den italienischen Candiani-Denim, um Wasser, Chemikalien und Energie einzusparen, und lanciert diesen September eine vierteilige Eco-Kapselkollektion.

Mud Jeans enthalten 23 bis 40 Prozent rezykliertes Denim. Das Ziel der niederländischen Marke ist es, dies bis 2020 auf 100 Prozent zu steigern. Metallteile wie Zipper werden entfernt, der Rest, inklusive Nähte, wird geschreddert und zu neuem Garn verarbeitet. Mud Jeans bietet auch Leasing an. Nach Ende der Laufzeit wird die Jeans zurückgeschickt. Es ist zu beachten, dass die Recyclingtechnologien in den letzten Jahren massiv vorangekommen sind und ein potenziell riesiges Wachstumsfeld bieten.

Naveena Denim Mills «Zevolution», Denim aus umweltschonenden Fasern statt Baumwolle, sieht aus, fühlt sich an und trägt sich wie jedes andere Denim, jedoch ohne die Einwirkung von Düngemitteln und Pestiziden. Die «Fibra-Therapy» besteht zudem aus intelligenten Stoffen, die Gesundheits-, Schönheits- und Wellnessvorteile bieten.

Pepe Jeans stellte letztes Jahr seinen «Wiser Wash for Pepe Jeans» vor, bei dem der Wasserverbrauch pro Jeans von 3000 Litern auf eine Kaffeetasse reduziert werden konnte. Zudem kommt das Verfahren ganz ohne Chemikalien aus. Nächstes Jahr soll die komplette Denimproduktion auf «Wiser Wash» umgestellt sein.

PG Denim aus Italien hält sich ans Schlüsselkonzept der «fünf R»: Reduziere (alles, was du nicht benutzt), repariere (alles, was du kannst), verwende (reuse) wieder (alles, was dir zur Verfügung steht), recycle (alles, was übrig bleibt), respektiere (alles um dich herum).

Sharabati Denim verwendet u. a. zertifizierte Biobaumwolle (BC), made in Afrika, mit rezyklierten Garnen, die in einem speziellen Indigofärbefahren hergestellt werden und 40 Prozent Wasser und 10 Prozent Dampf einsparen.

Tejidos Royo erzielt auf Basis der geschäumten Färbefahrensinnovation «Dry Indigo» einen um 100 Prozent reduzierten Wasserverbrauch beim Färben, einen um 89 Prozent geringeren Chemikalienverbrauch, 65 Prozent geringeren Energieverbrauch sowie einen Null-Wasser-Ausstoss. Diese innovative Technologie erhielt das Eco-Technology-Zertifikat vom Textilforschungsinstitut AI-TEX.

Texpro Corp investierte in eine nachhaltige Wäscherei. 70 Prozent des benötigten Wassers werden rezykliert und wieder für die Produktion verwendet. Zum Färben und Ausrüsten werden Laserwaschtechniken eingesetzt, und damit wird der Verbrauch von Wasser (bis zu 90 Prozent), Strom und Chemikalien verringert.

Vicunha konnte durch jahrelange Investitionen in nachhaltige Praktiken den Wasserverbrauch für den Stoff einer Jeans auf fünf Liter Wasser senken.

Weekday verpflichtet sich zur Verwendung von nachhaltig produzierten Materialien – heute bereits zu 68 Prozent –, während Ziele und Strategien für noch nachhaltigere Kollektionen festgelegt sind.



03 – Naveena Denim Mills wird in Kürze den Global Compact der Vereinten Nationen unterzeichnen und die Geschäftsstrategie an den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung ausrichten.

04 – Auch Weekday möchte sein Geschäft nachhaltiger gestalten und verpflichtet sich zu einer nachhaltigen Produktion.