



PAN Germany  
Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.

# FELD & FASHION



Dokumentation zur Informationstour. Häufige Fragen zur Zukunft von Baumwolle und Grüner Mode.

.....



Diese Publikation wurde veröffentlicht  
mit finanzieller Unterstützung durch:





Im Oktober 2011 besuchte PAN Germany in Hamburg und Berlin fünf Modeschulen. Gemeinsam im Team mit Delphine Bodjrenou, Vertreterin der PAN Partnerorganisation OBEFAB aus Benin, sowie vier Expertinnen und einem Experten der Grünen Modebranche berichtete PAN Germany über die Bedeutung von Baumwolle im Kontext globaler nachhaltiger Entwicklung, und diskutierte mit Studierenden und Interessierten über die Zukunft Grüner Mode. Anlässlich der Tour veröffentlichte PAN Germany die Broschüre „Cotton Woman“<sup>1</sup>, die Studierenden und angehenden Profis der Modebranche einen guten Einstieg in die genannte Thematik bietet.

Das Interesse war groß, und die Diskussionen zeigten an den Hochschulen die Bereitschaft zu einer umfassenden und kritischen Betrachtung der Modebranche. Insbesondere die Beiträge der Referentin aus Benin machten deutlich, dass die Betrachtungen zum Thema Baumwolle die Produzentinnen und Produzenten im globalen Süden nicht außer Acht lassen dürfen. Diskussionen um Baumwolle als wichtige Faser in der Modebranche reduzieren sich allzu oft auf einen ökobilanziellen Vergleich, und vergessen die Bedeutung von Baumwolle als Einkommensgrundlage für Millionen von Menschen in Schwellen- und Entwicklungsländern.

Vor diesem Hintergrund ist der Wunsch an verschiedenen Modeschulen, sich intensiver mit dem Thema Bio-Baumwolle auseinander zu setzen, umso erfreulicher. Über die Informationsveranstaltung hinaus besteht bei Dozenten Interesse daran, Projekte ins Leben zu rufen, die mit Anbau-Projekten zusammenarbeiten, und/oder auf andere Weise in die praktisch-stoffliche Auseinandersetzung mit Bio-Baumwolle zu gehen. Mit entsprechender finanzieller Unterstützung aus der Privatwirtschaft oder von staatlicher Seite, ist hier ein großes Potenzial vorhanden, den Profis von Morgen die Verwendung von nachhaltig produzierter Baumwolle von Anfang an nahe zu legen.

Die Bereitschaft an den Modeschulen, sich mit den Auswirkungen des eigenen Handelns auseinanderzusetzen stimmt uns zuversichtlich, dass die Branche für anstehende Veränderungen bereit ist, und bestehende und zukünftig entstehende Unternehmen einen Beitrag zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung leisten werden.

<sup>1</sup> Als PDF verfügbar unter:  
[www.pan-germany.org/download/cotton/cotton\\_woman.pdf](http://www.pan-germany.org/download/cotton/cotton_woman.pdf)

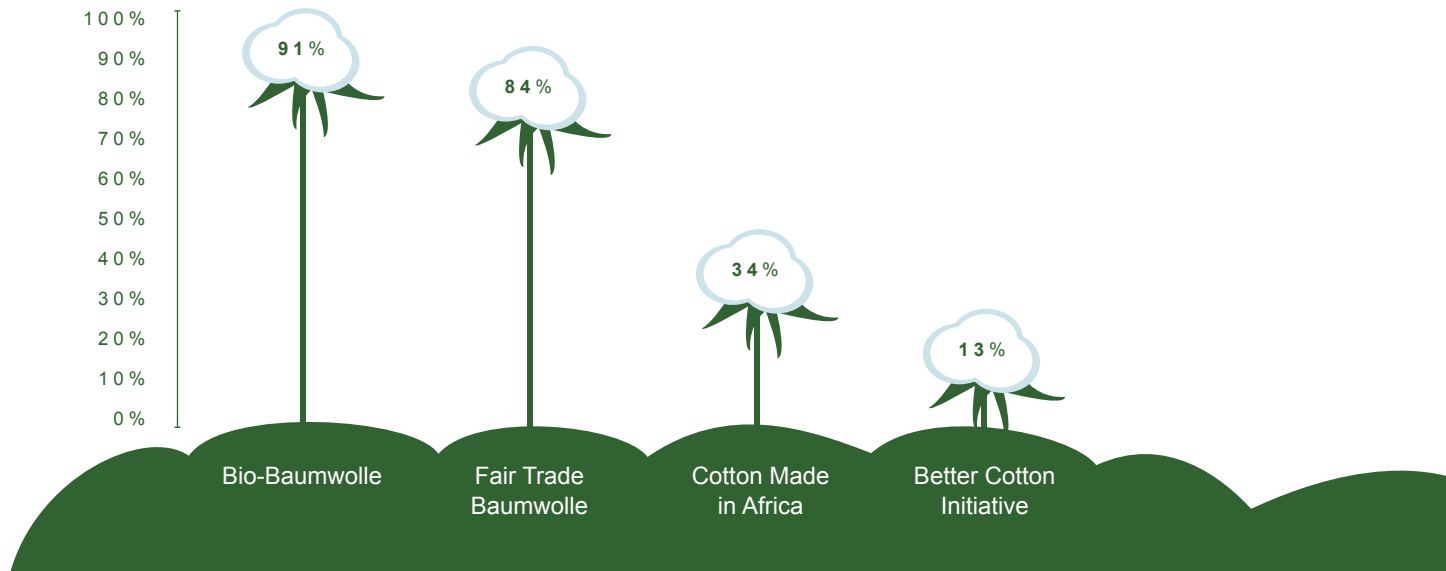
# Zum Kenntnisstand über Alternativen

Baumwolle ist Thema an den Modeschulen. Die Befragung schließt die ökologischen und sozialen Komponenten mit ein. Und doch fehlt der Gesamtüberblick zu vorhandenen Alternativ-Ansätzen, und damit einhergehend die notwendige Trennschärfe zwischen diesen Ansätzen. Dies machte eine Befragung im Rahmen der Tour deutlich. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Veranstaltung wurden gebeten, einen Evaluierungsbogen auszufüllen. Unter anderem wurde gefragt, inwieweit Projekte, Standards und Initiativen, die den Baumwollanbau verbessern wollen, bekannt sind, und

wieweit, nach persönlicher Einschätzung, die Unterschiede zwischen den Alternativ-Ansätzen benannt werden können.

Die Befragung machte deutlich, dass Bio-Baumwolle und auch fair gehandelte Baumwolle inzwischen einen sehr hohen Bekanntheitsgrad erreicht haben, „Cotton Made in Africa“ bleibt deutlich dahinter zurück. Die „Better Cotton Initiative“ ist im Wesentlichen nur den Dozenten bekannt, unter den Studierenden hatte fast niemand von der Initiative gehört (siehe ABBILDUNG 1).

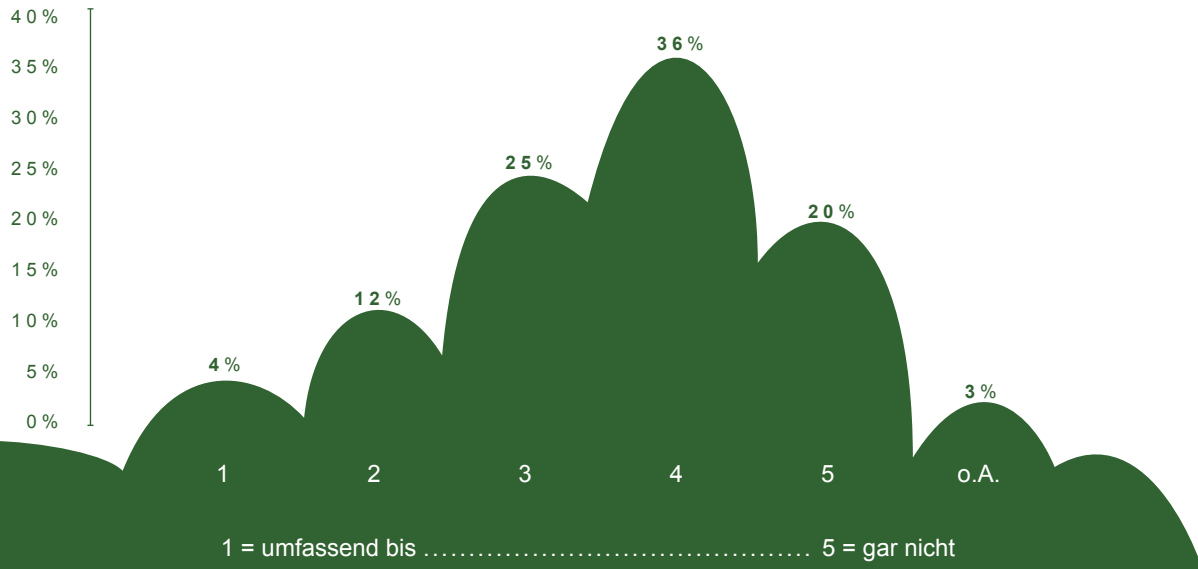
## 1) BEKANNTHEIT DER ALTERNATIV-ANSÄTZE



# im Baumwollanbau

Entsprechend war, nach eigener Einschätzung der Befragten, der Kenntnisstand hinsichtlich der Unterschiede zwischen den bestehenden Alternativ-Ansätzen relativ gering. Nur 16 Prozent schätzten ihre Kenntnisse als sehr umfassend oder umfassend ein. Aber 56 Prozent gaben an, kaum oder gar nicht die Unterschiede zu kennen (siehe ABBILDUNG 2). Vor diesem Hintergrund erweist sich die Broschüre Cotton Woman als geeignete Hilfestellung für die notwendige Differenzierung.

2) KONNTEN SIE VOR DER VERANSTALTUNG DIE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN BIO, FAIR TRADE, COTTON MADE IN AFRICA UND BETTER COTTON BENENNEN?



# Studierende fragen - Experten antworten

## Kurzvorstellung

In den 90 Minuten der Infoveranstaltungen war nie genug Zeit, sämtliche Fragen in aller Ausführlichkeit zu beantworten. Daher baten wir die Expertinnen und den Experten, die uns zu den Veranstaltungen begleiteten, für diese Dokumentation die unten gestellten Fragen zu beantworten.



MATHIAS AHRBERG hat 2006 das Label fairliebt. gegründet. Außerdem war er an der Gründung von korrekte-klamotten.de und toodot beteiligt. Er lebt in Hamburg und studiert Betriebswirtschaftslehre.



LINDA MOHRMANN ist ausgebildete Werbekauffrau und studiert derzeit parallel Sozialökonomie. Seit 2006 vertreibt sie grüne Labels und Designer. Im Frühjahr 2011 gründete sie „Linda Mohrmann - agentur für fair fashion-“ und kommt damit ihrem Ziel, schöne, tragbare und hochwertige Mode in Bio und Fair zu etablieren, stetig näher.



FELICIA MOSS-KRAUS ist Designerin und Gründerin von slowmo. Für das in Berlin ansässige Label bildet der respektvolle Umgang mit Mensch und Natur die Grundlage des Schaffens.  
(„organic is not a fashion – it’s a commitment“)



MARINA RUDOLPH ist Gründerin der Agentur ecoist.in, einer Consultingagentur mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Lifestyle. Seit sechs Jahren betreut ihre Agentur l’Anima nachhaltige Labels und Designer im Vertrieb.



MAGDALENA SCHAFFRIN ist Designerin und hat 2007 ihr eigenes Label gegründet. Inzwischen ist sie Organisatorin des GreenShowrooms und der Ethical Fashion Show in Berlin.

# Fragen

Die folgenden Fragen wurden von mehreren Personen auf den Evaluierungsbögen gestellt. Sie sind nicht mit einem einfachen Ja oder Nein zu beantworten. Vielmehr hat jede der Fragen das Potenzial, in Form einer Studienarbeit ausgearbeitet zu werden. Die Antworten der Expertinnen und des Experten sind in alphabetischer Reihenfolge aufgeführt.

**Vor dem Hintergrund der vielen Probleme, die mit dem Baumwollanbau verbunden sind, muss man nicht auf Chemiefasern ausweichen?**

MATHIAS AHRBERG: Ich denke, dass biologisch angebaute Baumwolle definitiv eine Daseinsberechtigung hat. Allerdings kann auch eine intelligent produzierte, recycling-fähige Synthetikfaser sinnvoll sein. Hier muss man auch betrachten, was aus der konventionellen Baumwolle, die so viele Probleme verursacht, hergestellt wird. Der Bedarf an Baumwolle ist ja gerade sehr hoch, weil daraus absurd günstige Textilien hergestellt werden.

FELICIA MOSS-KRAUS: Neben Baumwolle gibt es noch weitere Naturfasern, die wunderbare Eigenschaften haben, wie beispielsweise Leinen, Wolle, Kapok oder Hanf. Chemiefasern spielen in dem Prozess des Recyclings eine interessante Rolle und sind sicherlich eine spannende, funktionale Ergänzung.

LINDA MOHRMANN: Ich denke nicht, dass Baumwolle komplett verschmäht werden sollte. Vielmehr sollte die große Abhängigkeit von Baumwolle im Textilbereich gelockert und entspannt werden. Es gibt tatsächlich unter den neuen Fasern gute Alternativen, die

auch hervorragend als Mischgewebe mit Baumwolle funktionieren.

MARINA RUDOLPH: Es zählt die Probleme zu beheben und nicht auf chemisch hergestellte Fasern, die Mensch und Natur schädigen können, zurückzugreifen. Natürlich braucht die Mode Vielfalt, daher arbeiten die Labels auch mit unterschiedlichen Stoffen wie Bio-Seide, Hanf, Soja, Milchfasern, Wolle oder recycelten Textilien.

MAGDALENA SCHAFFRIN: Ich denke ein guter Mix ist der Weg, vorausgesetzt, Chemie- und Regeneratfasern werden unter umweltschonenden Voraussetzungen produziert. Baumwolle kann jetzt schon und wird in Zukunft nicht unseren kompletten Faserbedarf abdecken.

**Welche Alternativen gibt es zur Baumwolle und was ist dann noch „Grüne Mode“?**

MATHIAS AHRBERG: Der Begriff „Grüne Mode“ ist sehr schwierig. Kleidungsproduktion ist ein komplexer Prozess, und in meinen Augen müssen die produzierenden Unternehmen als Experten Antworten finden, was der „grünste“ Weg ist. Für Sportkleidung zum Beispiel ist Baumwolle schlicht nicht zu nutzen. Gerade ist Bambus als schnellwachsende Pflanze sehr gefragt, weist allerdings eine sehr schlechte Öko-Bilanz auf. Ich denke, dass der Recyclingmarkt in Zukunft sehr schnell wachsen wird, und dass sich der Begriff „Grüne Mode“ stetig anpassen wird. Es werden sich einige Firmen als Pioniere profilieren können, die in der Lage sind, den Konsumenten





glaubhaft zu versichern, dass sie die richtigen Entscheidungen treffen.

LINDA MOHRMANN: Es gibt schöne Jerseys aus Leinen oder Hanf, aber vor allem die Stoffe, die nach neuen Verfahren produziert werden, vor allem Tencel oder Modal, stellen konkurrenzfähige Alternativen dar. Grüne Mode als Begriff steht für mich für einen nachhaltig durchdachten Produktionszyklus mit Fokus auf Mensch und Natur.

MAGDALENA SCHAFFRIN: Alternativen sind z.B. recycelte Chemiefasern, die immer wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden. Grüne Mode ist nicht so einfach zu definieren, denn es gibt viele Teilbereiche, die mit hinein spielen. Ich kategorisiere diese immer in vier große Bereiche: Bereich „Organic“, meint biologisch erzeugte Fasern und die Weiterverarbeitung der Textilien gemäß ökologischen Standards, den Sozialbereich, in den Fair Trade und menschenwürdige Arbeitsbedingungen, bzw. soziale Projekte einfließen, „Recycling“, auf Faser- und Kollektionsebene, und „Craft“, meint die Erhaltung um das Wissen traditioneller Fertigungstechniken.

**Wie kann eine ganzheitliche Strategie zu mehr Nachhaltigkeit in der Textilproduktion aussehen? (Stichworte wie Farben, Chemikalien, soziale Arbeitsbedingungen)**

LINDA MOHRMANN: Ich denke es beginnt mit Transparenz. Label und Designer sollten sich nach Möglichkeit ihre Produktionsstätten selber anschauen. Der Einsatz von Chemikalien muss ebenso reglementiert und kontrolliert werden wie die Arbeitsbedingungen in

jedem beteiligten Betrieb. Es ist wichtig, dass nicht nur die Konsumenten, sondern vor allem die Produzenten und deren Auftraggeber sich wieder verantwortlich fühlen.

FELICIA MOSS-KRAUS: Um eine ganzheitliche Textilproduktion zu erreichen, muss ein gesunder Kreislauf geschaffen werden. Jedes Glied in der Kette, vom Saatgut, über den Anbau, die Weiterverarbeitung, Tierhaltung, Färbung und Ausrüstung, hin zu Design, Produktion, Transport und Verpackung muss betrachtet und nachhaltig gestaltet werden. Jedes einzelne Glied in dieser Kette muss berücksichtigt werden und geschätzter Teil des Ganzen sein. Das gilt gleichermaßen für den Bauern am Anfang der Kette, der ein menschenwürdiges Leben mit Perspektive führen kann, wie für den Konsument am Ende der Kette, der ein langlebiges, qualitativ hochwertiges Produkt in den Händen hält, das nicht nur eine Saison lang aktuell ist.

MARINA RUDOLPH: Als Unternehmung in der nachhaltigen Textilbranche ist es gerade für Jungdesigner und Newcomer Labels eine Herausforderung 100% Nachhaltigkeit zu garantieren. Durch das Wachstum des Marktes werden die Möglichkeiten aber größer. So kann man in Deutschland auch GOTS zertifiziert drucken lassen oder zertifizierte Bio-Textilien zum Weiterverarbeiten einkaufen. Die größtmöglichen Standards an fairen Arbeitsbedingungen und ökologischer Herkunft bieten immer noch die Zertifizierungen Fair Trade mit GOTS oder IVN in Kombination. Die Verbreitung dieser Standards und Ausweitung in weitere Anbaugelände sollte Ziel der Industrie und Verbände sein.

## Wie sorgt man für eine glaubwürdigere Kennzeichnung von Mode?

MATHIAS AHRBERG: Ich befürworte ein staatliches Textilsiegel, das einen Standard definiert und verbindliche Anforderungen stellt. Derzeit ist der Verbraucher zu Recht überfordert, zu erkennen was tatsächlich grüne Mode ist.

LINDA MOHRMANN: Leider ist das nach wie vor ein schwieriges Thema. Große internationale Zertifikate wie der GOTS sind sicher ein guter Anfang. Bisher müssen wir mit dem Dschungel an Zertifikaten leben. Ich persönlich präferiere nach wie vor Fair Trade, GOTS, kbt, kba und die Labels, mit denen ich persönlich zusammen arbeite und die ich kenne.

FELICIA MOSS-KRAUS: Transparenz ist von großer Bedeutung, damit der Kunde die Prozesse nachvollziehen kann und Hintergründe verstehen kann. Ein offensichtliches Siegel als Etikett in der Kleidung hilft für die Ladenfläche.

MARINA RUDOLPH: Die Bekanntheit der möglichen Zertifizierung muss gesteigert werden. Jungdesignern und Newcomer Labels muss der Zugang zu einer Zertifizierung ihrer Marke erleichtert werden. So wird der Verbraucher auch öfter aufmerksam gemacht auf die bestehenden Bildmarken. Die Rückverfolgung über Kennnummern in dem erworbenen Textil bietet eine transparente und einfache Möglichkeit, zusätzliche Informationen für Verbraucher bereit zu stellen.

MAGDALENA SCHAFFRIN: Indem man versucht, den Siegelwald einzudämmen, im besten Fall einen

umfassenden Standard erarbeitet, der möglichst viele Teilbereiche in der grünen Mode abdeckt.

## Ist eine wachsende Nachfrage nach Grüner Mode überhaupt zu decken?

MATHIAS AHRBERG: Ja, definitiv. Nach oben ist eine Menge Luft. Wichtig ist derzeit, dass die Vertriebsstrukturen möglichst schnell wachsen, damit die KonsumentInnen ihren Bedarf nach grüner Mode auch decken können.

LINDA MOHRMANN: Ich denke wir sind noch weit entfernt von Begrenzungen. Ganzheitlich und nachhaltig bedeutet für mich auch, dass solche Fragen berücksichtigt und bedacht werden. Im Zweifel liegt die Zukunft im Recycling, denn Textilien gibt es reichlich auf dem Planeten.

FELICIA MOSS-KRAUS: Grüne Mode bedeutet für mich nachhaltige Mode. Sie ist vom Grundgedanken langfristig angelegt. Wenn man die verschiedenen Möglichkeiten und Materialien nutzt und gleichermaßen verwendet, ist die Nachfrage zu decken.

MARINA RUDOLPH: Noch sind wir auf keine Grenzen gestoßen. Ein wichtiger Aspekt ist die Abnahme von Baumwolle in Umstellung, die in den ersten Ernten noch kein Bio-Siegel erhält.

MAGDALENA SCHAFFRIN: Klar ist die Nachfrage zu decken. Allerdings denke ich, dass dies mit einer Preissteigerung für Textilien einhergehen wird, die schon lange ansteht.

### Ergänzungen zu Stoffanbietern

Ergänzend zu den in der Broschüre Cotton Woman genannten Anbietern von Baumwoll-Stoffen in Bio-Qualität sei an dieser Stelle auf die folgenden weiteren Händler hingewiesen.

**Siebenblau** ist ansässig in Berlin und versteht sich als Spezialist für zertifizierte Bio- und Fair Trade Stoffe. Stoffe aus Bio-Baumwolle, Bio-Leinen, Hanf und Bio-Wolle können im Ladengeschäft (Papellallee 86, 10437 Berlin) oder im Internet bezogen werden. Das Unternehmen ist Mitglied des Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN). [www.siebenblau.de](http://www.siebenblau.de)

- Kein Mindestbestellwert
- Lieferzeiten: ab Lager
- Qualitäten: Batist, Biber, Cord, Denim, Fleece, Frottee, Gabardine, Jersey, Köper, Molton, Nicky, Pique, Plüsch, Popeline, Satin, Sweat, Twill, Webstoff etc.

**Lebenskleidung** ist eine zertifizierte Handelsagentur (GOTS) und bietet eine Vielzahl von Bio-Stoffen. Neben Strick- und Webstoffen aus Bio-Baumwolle wird man dort auch in Sachen Bio-Seide fündig. Das Berliner Unternehmen ist Mitglied des Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN). [www.lebenskleidung.com](http://www.lebenskleidung.com)

- Registrierung für Bestellung im B2B Bereich notwendig
- Liste mit stationären Händlern, die teilweise auch über eine Online-Shop verfügen, sind auf der Webseite verfügbar

### DANKSAGUNG

Wir danken den Förderern, den Referentinnen und dem Referenten, sowie Susanne Kreuz (BEST SABEL, Berlin), Renanta Brink (HAW Department Design, Hamburg), Angelika Grammozi (AMD Akademie Mode & Design, Berlin), Frederike von Wedel-Parlow (ESMOD, Berlin), Thomas Meyer zur Capellen und Beatrix Borgato (AMD Hamburg).

### IMPRESSUM

© Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.  
(PAN Germany)  
Nernstweg 32  
22765 Hamburg  
Tel.: +49 (0) 40-399 19 10-0  
Fax: +49 (0) 40-399 19 10-30  
E-Mail: [info@pan-germany.org](mailto:info@pan-germany.org)  
Homepage: [www.pan-germany.org](http://www.pan-germany.org)

Redaktion: Carina Weber  
Autorin: Alexandra Perschau  
Layout: Vera Höscheler Artdirektion, Hamburg  
Hamburg, Dezember 2011

Der Herausgeber ist für den Inhalt allein verantwortlich.

### FOTOS

[www.marcuspho.to](http://www.marcuspho.to) (S. 1), Lisa Notzke (S. 4), Arne Hoffmann (S.4), slowmo (S. 5), Marina Rudolph (S. 5), Magdalena Schaffrin (S. 5)



**PAN Germany**  
Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.

Nernstweg 32, 22765 Hamburg  
Tel. +49(0)40-3991910-0/ Fax -3991910-30

Email: [info@pan-germany.org](mailto:info@pan-germany.org)  
Webseite: [www.pan-germany.org](http://www.pan-germany.org)

PAN Germany ist eine gemeinnützige Organisation, die über die negativen Folgen des Einsatzes von Pestiziden informiert und sich für umweltschonende, sozial gerechte Alternativen einsetzt. Wir sind Teil des internationalen Pesticide Action Network (PAN). Unsere Arbeitsfelder reichen von der Kritik an der Pestizidwirtschaft über die konstruktive Begleitung der Politik bis hin zu praxisnahen Serviceangeboten für Bauern und Verbraucher.

**Unterstützen Sie PAN Germany mit einer Spende.**

Pestizid Aktions-Netzwerk (PAN Germany)  
GLS Gemeinschaftsbank eG  
Postfach 10 08 29  
44708 Bochum  
Konto-Nr. 203 209 6800  
BLZ 430 609 67

Eine gesunde Welt für alle. Mensch und Umwelt vor Pestiziden schützen. Alternativen fördern.