

# Nobelmarken & Nachhaltigkeit

Ob Schmuck, Uhren, Kleidung, Accessoires oder Wäsche – viele Luxusartikel gibt es schon in „grünen“ Versionen.



© Chopard



© Viviana Simon

Chopard zählt zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit im Schmucksektor, und auch in der Mode gibt es immer mehr Marken, deren Produkte nach hohen sozialen und ökologischen Kriterien produziert werden.

BRITTA BIRON

**Wien.** Feinstaub und Abgase in der Luft, Plastikmassen in den Meeren, schwindende Regenwälder, eine größer werdende Kluft zwischen Arm und Reich und immer mehr deutliche Zeichen dafür, dass der Klimawandel doch keine Einbildung ist – diese globalen Probleme machen auch der Luxusindustrie zunehmend Sorge, und immer mehr Unternehmen haben Programme rund um Ökologie und Nachhaltigkeit gestartet.

Eine Gruppe führender Luxusunternehmen – darunter LVMH, Kering, Richemont, Chanel, Swarovski und Tiffany – haben mit der Non Profit-Organisation BSR (Business for Social Responsibility) die Responsible Luxury Initiative gegründet, um gemeinsam an grünen Strategien zu arbeiten.

### Viel Engagement

Konzentrieren will man sich – so der kürzlich erschienene Report – vor allem auf folgende Themenbereiche: Optimierung der Beschaffungsprozesse nach ökologischen

und fairen Gesichtspunkten, Verlängerung der Produktlebenszeiten, ressourcenschonende Produktion durch Kreislaufwirtschaft, Recycling und Upcycling, Programme zur Sicherstellung fairer Arbeitsbedingungen und der Stärkung von Frauen entlang der gesamten Lieferkette. Zudem will man alle Infos dazu möglichst transparent machen.

### Ökologisch & fair

Das Schweizer Schmuckhaus Chopard zählt zu den grünen Vorreitern im Luxussektor. Bereits seit 1978 werden alle Goldlegierungen in der firmeneigenen Gießerei in einem geschlossenen Kreislaufverfahren produziert, das auch anfallende Herstellungsreste nutzt.

2013 wurde mit der Green Carpet-Serie die erste Schmuckkollektion gelauncht, die zur Gänze aus zertifiziertem, fairem Gold besteht, und im Juli 2018 wurde dieser Ansatz auf alle Schmuckstücke und Uhren erweitert. Neu geschürftes Gold bezieht Chopard entweder aus kleinen Minen, die Teil der Swiss Better Gold Association (SBGA), der Fairmined und Fairtrade Initiativen sind, oder Unternehmen, die nach den vom Responsible Jewellery Council hohen Standards der Chain of Custody Gold zertifiziert sind.

Zudem gibt es klare Vorschriften für alle Zulieferer, um die strengen ökologischen und sozialen Standards entlang der gesamten Lieferkette zu gewährleisten.

### Ressourcenschonend

Vorbildlich ist auch der österreichische Wäsche- und Strumpfhersteller Wölford, der jetzt eine Cradle-to-Cradle-Kollektion auf den Markt gebracht hat. Hinter Aurora, die derzeit aus Leggings

und drei Pullovers besteht und kontinuierlich um weitere Modelle ergänzt werden wird, stehen eine komplette Neuorganisation der Produktion und vier Jahre Entwicklungszeit.

Besonders knifflig war es, eine den strengen Cradle-to-Cradle-Prinzipien entsprechende Materialzusammenstellung zu finden, die gleichzeitig auch hinsichtlich Optik, Qualität und Tragekomfort überzeugt. Die Lösung war ein Mix aus drei Materialien: Lenzing Modal, eine Zellulosefaser aus nachhaltiger Forstwirtschaft, infinito von Lauffenmühle, eine speziell

„Mode kann eco-fair hergestellt werden und trotzdem superstylish aussehen.“

MIRJAM SMEND, GREENSTYLE MUC

modifizierte, biologisch abbaubare, erdölbasierte Polymerfaser, sowie ein Premiumgarn von Roica, das sehr dehnbar ist und bei dessen Kompostierung keine Schadstoffe freigesetzt werden.

„Wir sind sehr stolz darauf, die ersten Produkte in der Modeindustrie zu präsentieren, die von Cradle to Cradle zertifiziert wurden, doch wir stehen erst am Anfang unseres Weges“, sagt Andreas Röhrich, Direktor Produktentwicklung, Produktmanagement & Textilbeschaffung bei Wölford.

Die britische Luxusmarke Burberry setzt auf Recycling und hat Ende des Vorjahres eine Kooperation mit dem Londoner Acces-

soire- und Upcycling-Label Elvis & Kresse gestartet, das aus den Lederresten, die in der Burberry-Fertigung anfallen, chice Taschen, Geldbörsen, Teppiche und Home-Deko herstellt. Die Hälfte der Verkaufserlöse kommt karitativen Einrichtungen und Green Energy-Projekten zugute.

### Bühne für grünen Lifestyle

Ende Oktober feierte mit der Greenstyle Muc ein neues Messeformat für hochwertige Eco Fashion & Organic Beauty im Münchner Haus der Kunst erfolgreich Premiere.

Präsentiert wurden 35 Marken aus dem Highend-Bereich. Ergänzend wurde ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Styling-Lounge, Fashion Show, Preisverleihung sowie Talks und Diskussionen mit Green Fashion-Experten geboten.

„Wir hatten knapp 3.000 Besucher – ein großartiges Zeichen für das Interesse an nachhaltiger Mode“, freut sich Initiatorin und Veranstalterin Mirjam Smend und erläutert die Zielrichtung: „Wir

wollen nicht belehren, nicht bekehren, sondern begeistern – damit nachhaltig irgendwann das neue Normal wird. Die Textilindustrie ist nach der Ölindustrie der zweitgrößte Umweltverschmutzer. Dass muss nicht sein. Mode kann eco-fair hergestellt werden und trotzdem superstylish aussehen, wie unsere Aussteller beweisen.“

Zwar werde über nachhaltige Mode mittlerweile nicht mehr nur innerhalb der grünen Community berichtet (auch Magazine wie die *Vogue* haben dieses Thema auf dem Radar), trotzdem sei Green Fashion – vor allem junge Marken im gehobenen Segment – im Handel noch zu wenig vertreten und für den Kunden noch nicht gut erreichbar.

„Diesen Labels fehlte bisher die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit – das werden wir jetzt ändern. Der Konsument fragt nach. Und das ist wichtig. Denn wir haben als Verbraucher definitiv eine große Macht. Und zwar bei jeder Kaufentscheidung, die wir treffen. Nachhaltigkeit ist kein Trend, Nachhaltigkeit ist ein Lifestyle“, so Smend abschließend.



© Wölford

Mit Aurora präsentiert Wölford die erste Cradle-to-Cradle-Kollektion.



© Elvis & Kresse

Das Londoner Upcycling-Label Elvis & Kresse verwendet Lederreste von Burberry.