



3sat.de Homepage ▾ Sendungen A-Z ▾ Übersicht

<b>Übersicht</b>
Sendungen A-Z
<b>TV-Programm</b>
Montag, 30. April
<b>7:30</b>
Alpenpanorama
<b>9:00</b>
ZIB
<b>9:05</b>
Kulturzeit (Wh.)
<b>9:45</b>
nano



Nachhaltige Modenschauen ziehen genauso viele Zuschauer an wie die konventionellen.

## Öko zieht an aus der Reihe "über:morgen" - Das Zukunftsmagazin

**Wussten Sie, dass die Anbaufläche von Baumwolle nur 2,5 % der weltweiten Anbaufläche beträgt? Dass aber 25% aller weltweit eingesetzten Pestizide und 10 % aller chemischen Dünger dafür verwendet werden? Dass geschätzt 20.000 Menschen jährlich an daraus resultierender Vergiftung sterben? Und weitere 25 Millionen Menschen jährlich akute Vergiftungen dadurch erleiden? Dass man für die Produktion von 1 kg Baumwolle bis zu 29.000 Liter Wasser benötigt und für die Produktion eines einzigen Baumwoll T-Shirts 150 Gramm an schädlichen Substanzen verwendet werden?**

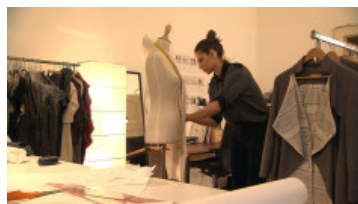


Mit dem Griff ins Regal bestimmt der Konsument über den guten Stil der Gesellschaft mit.

Wer weiß das schon alles? Kaum jemand. Aber immer mehr Konsumenten bekommen eine Ahnung davon, wie "schmutzig" die Wäsche ist, die sie exzessiv kaufen. Im Konkurrenzkampf um Marktanteile versuchen Markenhersteller durch immer schneller wechselnde Kollektionen zu noch geringeren Preisen zu punkten. So bringen einzelne Hersteller bis zu 18 Kollektionen pro Jahr auf den Markt. Dadurch erhöht sich der Druck auf die Herstellungskette in

den billigen Produktionsländern der sogenannten Dritten Welt. Der schnelle Umschlag erfordert schnelleren Transport. Wie verderbliche Ware werden Textilien um die Welt geflogen. Die "fast fashion" lässt die Schnäppchen in unseren Kleiderschränken rasch alt aussehen. Ab in den Müll damit, heißt es dann. Bis zu einer Million Tonnen Kleidung macht das jährlich in Deutschland.

Vor 20 Jahren stand erstmals ein großer Anbieter von Sportbekleidung wegen des Vorwurfs von Kinderarbeit am Pranger. Seither werden sie immer wieder bloßgestellt, die renommierten Luxusmarken der Haute-Couture bis zu den großen Einzelhandelsketten, bei denen wir alle schon eingekauft haben. Die Kampagnenarbeit von kritischen Organisationen hat viel Unsauberes in unser Bewusstsein sickern lassen. Verbraucher geben an, dass sie Produkte von Unternehmen, die Mitarbeiter schlecht behandelnd oder die Umwelt zerstören, ablehnen.



Immer mehr Modedesigner schaffen es modisch und öko-fair zu produzieren.

Nachhaltigkeit hat es in den Wertekatalog der Mode geschafft - jedoch noch nicht aufs Cover. Der Konsument spielt eher verhalten die Macht seiner Geldbörse aus, dennoch zeigt die Aufklärung Wirkung. Allein die Angst ums Image zwingt Konzernleiter zum Handeln. "Öko zieht an" zeigt, dass die wahren Pioniere nachhaltiger Mode die kleinen Labels sind. Sie beackern das Terrain, so wie es die kleinen Bio-Bauern in den 80ern am

Lebensmittelmarkt getan haben. Innerhalb kurzer Zeit ist die Zahl der Labels, die in Europa "Öko-Mode" anbieten, auf über 1000 gestiegen. Das Image vom Schlapperlook der alten "Ökos" ist überholt. Längst wird auch

**Sendedaten**  
Samstag, 28. April 2012 um 18.00 Uhr  
Wegen des Staatsfeiertages in Österreich entfällt die Wiederholung am 01.Mai 2012

**Credits**  
Ein Film von Danielle Proskar  
Cinevision 2012



Vergangene Sendungen!

**Buchtipps**  
Kai Neumann  
"Know-Why: Erfolg durch Begreifen"  
Verlag: Books on Demand, 2012  
ISBN: 978-3848203161

Caroline Glathe  
"Kommunikation von Nachhaltigkeit in Fernsehen und Web 2.0"  
Verlag: Springer VS, 2010  
ISBN: 978-3531176031

Martina Hahn, Frank Herrmann  
"Fair einkaufen - aber wie?: Der Ratgeber für Fairen Handel, für Mode, Geld, Reisen und Genuss"  
Verlag: Brandes & Apsel, 2010  
ISBN: 978-3860996102

Kirsten Brodte  
"Saubere Sachen: Wie man grüne Mode findet und sich vor Öko-Etikettenschwindel schützt"  
Verlag: Ludwig Buchverlag, 2009  
ISBN-13: 978-3453280038

Kathrin Hartmann  
"Ende der Märchenstunde: Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle-Ökos vereinnahmt"  
Verlag: Karl Blessing, 2009  
ISBN: 978-3896674135

**Infos zum Thema**

Neue Datenbank für faire Kleidung (ORF)
Greenpeace: Importtextilien belasten Gewässer (ORF)
Clean Clothes
Fabrik der Zukunft: Eco Fashion - Der Stoff aus dem die Zukunft ist
Volkshilfe Merit
Milch
Göttin des Glücks
Grüne Erde
JMB Fashion
Wair fair
Textilen-Report "Schmutzige Wäsche"

faire Designerware im Rampenlicht internationaler Laufstege präsentiert. Bei der Fashion Week Berlin 2012 zählten Eco Fashion und Sustainable Design zu den Wachstumsbereichen. Nicht von Ungefähr bietet die renommierte Modeschule Esmod in Berlin für Studenten aus aller Welt seit heuer einen eigenen Master-Studienlehrgang "Sustainability in Fashion" an.

green glamour und öko-mode: ein neuer trend?
Fashion Week Berlin
Esmod Berlin



International hat sich das Textilsiegel GOTS durchgesetzt: global organic textile standard.

"Da führt kein Weg vorbei, das kommt schneller als man glaubt", behauptet der Markentechniker Gereon Friederes vom Marktforschungsinstitut marketmind. "Ethik ist der Megatrend der Markenpositionierung. Keine Marke, die von ihrem Namen lebt, kann sich negative Publicity leisten". Es gebe eine Käufergruppe, so Friederes, die in ihrer Größe und ihrem Potential völlig unterschätzt werde: jene schicken jungen Leute mit Laptop unterm Arm, die gleichzeitig

Nachhaltigkeit als Lifestyle leben. Sie sind mit Internet und sozialen Medien an den Katastrophen dieser Welt viel näher dran als es die Generation ihrer Eltern es war. Sie sehen heute die Konsequenzen des uferlosen Konsums und kaufen anders ein.



Über die Nachhaltigkeit eines Kleidungsstückes spricht man nicht. Nur über sein Design.

Sicher ist, dass der Trend zur Nachhaltigkeit in der Mode von vielen kleinen und einigen mittelgroßen Labels, Produzenten und einer wachsenden Zahl von Kunden getragen wird. Die ganz Großen tun das Notwendigste, um Schaden abzuwenden. Sicher ist auch, dass ihre CSR-Abteilungen alle mit dem Thema Nachhaltigkeit befasst sind - und sei es, um Vorwürfe abzuwehren. Einigen Konzernchefs alleine Raffgier und Gewissenlosigkeit vorzuwerfen,

greift sicher zu kurz. Shareholder Value und beinhardter Verdrängungswettbewerb lassen oft wenig Spielraum.

Langfristig ist es der Kunde, der mit seinem Griff ins Regal bestimmt, ob dort irgendwann auch faire Massenware zu finden sein wird.

April 2012 / ORF/UG - Text: Danielle Proskar  
3sat [E-Mail]