



«Ich beschäftige mich nicht so sehr mit Mode, sondern mit Stil»

Peter Ingwersen verbindet mit seinem Modelabel «NOIR» Öko-Mode mit trashigem Sex. Der skandinavische Designer entwirft erfolgreich Luxusmode fürs gute Gewissen und ist dennoch kein Wollsocken-Protestler, sondern ein gewiefter Geschäftsmann mit Bodenhaftung.

Peter Ingwersen, warum die Welt mit Mode retten?

Ingwersen: Weil ich mich zufälligerweise mit Mode befasse und weil ich sie liebe.

Aber Haute Couture und Luxusbrands passen doch nicht wirklich zu Nachhaltigkeit?

Wenn etwas High End ist, sagt das nichts über die Bedingungen seiner Entstehung aus. Ich finde den Bereich Corporate Social Responsibility (CSR: transparente sozial, ökonomisch und ökologisch nachhaltige Unternehmensführung) sehr interessant, weil es starke Konkurrenz gibt, aber auch die Möglichkeit, neue Wege zu gehen. Wenn es um Wohltätigkeit geht, ist man üblicherweise ein Bittsteller. Das schafft keine Energie. Ich will zeigen, wie man das Produkt mit einer neuen, sinnvollen Message anreichern kann.

Aber warum sollte jemand, der sich Haute Couture leisten kann, sich für die Baumwollproduktion in Afrika interessieren?

Ich weiss nicht, ob er das sollte. Aber ich glaube, dass die Konsumenten immer kritischer werden und stärker darauf achten, welche Brands mit welchen Mitteln operieren.

Trotzdem ist Mode ein schnelllebiges Geschäft.

Ich beschäftige mich nicht so sehr mit Mode, sondern mit Stil. Der ändert sich nicht jede Saison. Ich will nicht den nächsten grossen Modehype lancieren, sondern eine Philosophie in das Modeumfeld bringen. Und zwar mit Stil und guten Argumenten.

Öko-Mode liegt im Trend – wie lange noch?

Es ist ein grosser Trend, das zeigte zum Beispiel der Film von Al Gore, das Magazin Vanity Fair hat eine «Green-Issue» publiziert, alle Politiker sprechen über das Klima. Es ist nicht nur ein Trend, es ist eine Zeitgeist-Bewegung, ein Megatrend.

Wird er anhalten?

Diese Megatrends erreichen ihren Zenit normalerweise im siebten Jahr, dann geht es abwärts. Aber hier muss man sich fragen: Was ist die Alternative? Man könnte die Umwelt noch mehr verschmutzen, noch mehr Kinderarbeit schaffen und das ist keine Alternative. Deshalb denke ich, dass es anhalten wird. Natürlich wird es Gegentrends geben, denn so funktioniert Hiphop. Irgendjemand wird den Rock'n'Roll zurückbringen, sagen ja, wir verschmutzen die Umwelt, wir haben nichts gegen Kinderarbeit und andere Schweinereien. Aber Fragen der Umwelt und der Ethik werden dringlich bleiben.

Warum nennen Sie Ihr Label Illuminati?

Im 18. Jahrhundert gab es in Europa eine Bewegung von Wissenschaftlern, die die katholische Kirche und ihre Theorie, wie die Erde entstanden ist, in Frage stellte. Diese Bewegung nannte sich Illuminati, was bedeutet «die Erleuchteten» und im Zusammenhang mit der Aufklärung steht. Ich bin überzeugt, dass wir uns heutzutage ebenfalls in eine falsche Richtung bewegen, wenn man an die Umweltverschmutzung und die Klimaerwärmung denkt. Dagegen wollen wir ein Zeichen setzen.

Wie oft besuchen Sie Ihre Baumwollplantage?

Viermal im Jahr.

Was empfinden Sie dabei?

Als ich das erste Mal hinging, war ich sehr enthusiastisch. Ich war so stolz, die Möglichkeit zu haben, direkt Einfluss zu nehmen. Etwas in der dritten Welt zu bewirken, die Verdienste der Arbeiter hier zu erhöhen



Peter Ingwersen bewegt sich in die richtige Richtung.

und sogar auf das Bruttosozialprodukt eines Drittweltlandes Einfluss zu nehmen und einen positiven Beitrag zu leisten. Gleichzeitig bringe ich damit eine grossartige Geschichte in den Westen zurück. Als ich das zweite Mal hinging, hatte ich dasselbe Gefühl und beim dritten Mal holte mich die Realität ein. Alles schien länger zu dauern, mehr zu kosten, es wurde plötzlich alles sehr taktisch. Man muss mit diesen Themen und Herausforderungen umgehen können. Heute bin ich immer noch sehr stolz, aber es ist auch alltäglicher geworden. Nichts ist perfekt, nahtlos. Aber ich mag Herausforderungen, ich mag es, für meine Ziele hart arbeiten zu müssen.

«Wenn soziale Verantwortung sexy sein soll, muss man das auch den Kleidern ansehen.»

Was machen Sie genau vor Ort?

Ich besuche beispielsweise die Baumwollfelder. Da ich kein Bauer bin, brauche ich Berater, die mir sagen, was gerade läuft. Dann treffe ich mich mit den lokalen Partnern und verhandle mit ihnen, plane die nächsten Schritte. Schliesslich gehe ich zu den zuständigen Ämtern, die uns das Land vermieten, und frage dann die Bauern, was wir erreichen können. Ich spreche sogar mit manchen Politikern oder besuche die Organisation für Baumwoll-Entwicklung.

Warum hat ein Brand wie Gucci keine Öko-Linie?

Soviel ich weiss, denkt man darüber nach. Aber Gucci hat seine eigene Geschichte. Bei Gucci dreht sich alles um Glamour, darum eben, umwerfend auszusehen und all das. Sie waren in diesem Bereich die ersten, aber wir sind der erste Brand, der Glamour mit Öko kombiniert.

Würde Gucci mit Öko-Mode anfangen, liefen Sie da nicht Gefahr, in die Körnlpicker-Ecke gestellt zu werden?

Das ist doch ein Vorurteil. Ähnlich dem einer schönen Frau, die in sexy Kleidern daherkommt. Dann sagt man auch: Bestimmt ist sie dumm. Luxuriöse Kleider und ethische Fabrikationsweise bedeuten keinen Widerspruch. Wir sind einfach nicht daran gewöhnt. Ich glaube, dass ein Brand wie Gucci CSR sein könnte und damit noch sexier würde.

Glauben Sie, jedes Label wird bald eine Eco-Fashion-Line haben?

Ich glaube, es führt kein Weg daran vorbei.

Warum?

Die Entwicklung zu ökologischer Fabrikationsweise wird alle Bereiche erfassen, in denen die Konsumenten mitbestimmen. Man muss nur schauen, was sich in England abspielt, die sind Pioniere an dieser Front. Die Supermarktkette Tesco wurde 100 Prozent Bio, weil die Konsumenten

ten das verlangten. Vom Food ist der Schritt zur Mode nicht mehr weit. Es entwickeln ja auch viele Menschen jetzt schon allergische Reaktionen auf Stoffe und Kleider.

Aber solange Bio so teuer bleibt, wird es sich nicht auf breiter Basis durchsetzen.

Natürlich ist Bio teurer, aber immerhin haben wir die Wahl. Wenn es eine Nachfrage gibt, dann werden grössere Volumen produziert und der Preis senkt sich.

Sprechen Sie doch mal als Designer: Gibt es Einschränkungen, wenn man nur Bio-Materialien verwendet?

Absolut. Es gibt bestimmte Baumwollarten, die wir einfach nicht in der geeigneten Qualität finden können, jedenfalls nicht zu den Standards produziert, die wir wollen. Öko-Baumwolle ist oft langweilig und öde. Aber wenn soziale Verantwortung sexy sein soll, muss man das auch den Kleidern ansehen, ich will sexy Stoffe kreieren. Und deshalb haben wir Illuminati gegründet.

Haben Sie schon mal gedacht: Plastik würde jetzt ganz gut passen, es aber nicht verwendet, weil es eben Plastik ist?

Wir haben schon Latex verwendet, mehr als Showpiece. Ich mag den Kontrast zwischen dem politisch korrekten Noir Label mit der sauberen Baumwolle und dem Rock'n'Roll, dem Dreckigen, Gefährlichen.

Welche Materialien brauchen Sie sonst noch für Ihr Label NOIR?

Wir brauchen hauptsächlich Produkte aus Italien, Seide, Wolle, Baumwolle und Leinen, die traditionelle Luxus-Fasern. Der grosse Unterschied ist, dass wir sicherstellen, dass alle Stoffe zertifiziert sind. Letz-

tes Mal wussten wir von 70 Prozent der ganzen Kollektion, woher die Materialien kommen, dass sie zu den Standards hergestellt und geliefert werden, die wir uns selber gesetzt haben beziehungsweise zu denen der International Labour Organisation. Mit ein bisschen Glück kriegt man heute die Waren zu diesen Standards.

Wie definieren Sie Fair Trade?

Darüber gibt es verschiedene Meinungen. Für mich heisst Fair Trade sicherzustellen, dass man gute Löhne zahlt, dass keine Kinderarbeit involviert ist, man fürs Produkt einen fairen Preis zahlt und ihn nicht versucht runterzuhandeln, nur weil man die Macht dazu hat.

Gibt es Grenzen, was die ethische Fabrikationsweise angeht?

Ja. Wenn Sie die Terminologie von CSR anschauen, dann ist das die perfekte Welt, also Utopia. Das kann man nie erreichen, es ist ein Wunschziel. Wir versuchen, verschiedenen Standards zu genügen.

Peter Ingwersen war Markenmanager bei Levi's. Seit drei Jahren ist er der Kopf des Modelabels NOIR, das für «Ethical Fashion» steht: Alle Kleider und Accessoires werden gemäss UN-Regeln unter fairen Arbeitsbedingungen produziert. NOIR bezieht ökologisch korrekte Baumwolle von einer eigens gegründeten Firma in Uganda. Die Arbeiter dieser Firma werden durch die NOIR-Foundation, in die die Unternehmensgewinne fliessen, mit medizinischer Versorgung, Ausbildungsmöglichkeiten und Kleinkrediten unterstützt. NOIR hat auch grossen Erfolg: Die vergangenen drei Jahre eröffnete das Label die Londoner Fashionweek und erntet sehr gute Kritiken.