

**V**ivienne Westwood ist Schirmherrin der Ausstellung – wenn das mal nicht einen großen Spannungsbogen verspricht. Denn diese „Grande Dame des Punk“ in der Haute Couture hat immer schon die Gemüter bewegt. Wild, gerne provokant und immer richtungsweisend mit ihren Ideen und Kreationen. „Buy less, choose well, make it last“ – frei übersetzt: Kaufe weniger und suche sorgfältig aus, damit du länger etwas davon hast – ist ihre Devise, die in der heutigen Zeit eines verstärkten Nachhaltigkeitsbewusstseins große Resonanz erfährt.

„Use-less“ ist denn auch der Titel der Wanderausstellung, die von Studierenden des Studiengangs Modedesign der Hochschule Hannover zusammen mit ihrer Professorin Martina Glomb entwickelt wurde und die ab heute in der Sinsheimer Klima-Arena zu sehen ist. Glomb wirkte zwölf Jahre im Modeimperium von Westwood – und machte dort ganz offenbar prägende Erfahrungen: „Ich habe unglaublich viel von Vivienne, ihrem Mann Andreas und dem Westwood-Team gelernt. Vivienne ist mein absolutes Vorbild. Sie entwickelt einzigartige Konzepte und Ideen und eine komplett eigene Welt.“

Traditionell galt in der Mode-Industrie der Zyklus von Sommer- und Winterkollektion jährlich. Heute heißt Mode vor allem Geschwindigkeit. Und auch die Haute-Couture-Häuser entwickeln immer mehr Kollektionen. Haute Couture und Fast Fashion gehen eine Verbindung ein. Die Sehnsucht nach immer neuen, immer aufregenderen Outfits entwickelt sich zu einem Wettlauf, der unsere Gesellschaft in fast allen Bereichen des täglichen Lebens antreibt.

Seit etwa Ende der 70er Jahre werden neue Laufstegtrends blitzschnell erkannt, sofort kopiert, variiert und in Windeseile auf den Markt geworfen. Kontinuierlich und mit der Konsequenz, dass Herstellung von Mode zu einer immer größeren Belastung für unseren Lebensraum wird. 2700 Liter Wasser „frisst“ die Produktion eines einzigen T-Shirts, 7000 Liter die Herstellung einer Jeans; die Textilindustrie verursacht laut Weltbank global 20 Prozent der industriellen Abwässer. Drei von vier hergestellten Kleidungsstücken werden nach einer kurzen Lebensdauer verbrannt oder landen auf dem Müll.

Neben Westwood suchen auch andere Modehäuser mittlerweile nach Lösungen, um der wachsenden Kritik der Konsumenten entgegenzuwirken. Der Konzern Kering, unter dessen Dach Namen wie Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga oder Alexander McQueen versammelt sind, will bis 2025 seinen Ausstoß an Kohlendioxid um 50 Prozent, und seinen generellen Einfluss auf die Umwelt um mindestens 40 Prozent reduzieren. Kering kooperiert mit H & M in der Entwicklung von mehr Kreislaufwirtschaft, die ein probater Lösungsansatz für die Probleme der Modereproduktion zu sein scheint.



„Damaged“: Die Berliner Künstlerin und Modedesignerin Dilan Capan setzt sich in ihrer Kollektion mit dem Thema Kaufen und Konsum kritisch auseinander. Die überdimensionale Daunenjacke symbolisiert den materiellen Überfluss. Wie soll aus diesem Überangebot das passende Produkt ausgewählt werden? Foto: Tom Wesse

## USE-LESS

■ **Die Sonderausstellung** „use-less“ ist zu den normalen Öffnungszeiten der Klima-Arena (Montag bis Freitag, 9 bis 18 Uhr, Samstag/Sonntag, 10 bis 18 Uhr) vom 22. August bis 7. Februar 2021 zu sehen. Der Besuch der Ausstellung ist im Eintrittsticket der Klima-Arena enthalten. Die Ausstellung wird durch Workshops, Kreativwerkstätten, Talks und diverse Veranstaltungen begleitet. Die Besucher sollen beteiligt werden und können modische Experimente durchführen, über eigene Kleidergewohnheiten reflektieren und neue Designstrategien testen.  
■ **Weitere Informationen** gibt es unter [www.klima-arena.de](http://www.klima-arena.de)

Diese Gedanken treiben die Studierenden aus Hannover um. „Slow Fashion“ gegen Verschwendung und „hässliche Kleidung“. Hässlich ist weniger im ästhetischen Sinn gemeint (der ja letztlich ohnehin ganz individuell ist), sondern vielmehr im Sinne der Herstellungsprozesse mit ihren Umwelt- und sozialen Belastungen. Kleidungsstücke erzählen Geschichten, wie sie entstanden sind, wer sie gekauft hat und warum sie weggeworfen wurden.

„Use-less“ zeigt, was in unseren Schränken steckt und was sich hinter der Idee der „Slow Fashion“ verbirgt. Alle Kleidung entsteht in komplexen Produktionsabläufen mit Folgen für Menschen und Umwelt. Die Ausstellung stellt die Ergebnisse der „Slow Fashion“-Forschung der Hochschule Hannover vor. Maria Silies und Beatrix Landbeck vom Team der „use-less“-Ausstellung begleiten die Schau in Sinsheim. Unterstützung findet das Projekt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

Die Designprojekte machen deutlich, wie Mode langlegig, ressourcensparend und schön gestaltet werden kann. Gleichzeitig fragt die Ausstellung, was Nutzerinnen und Nutzer durch ihre individuelle Art des Konsums verändern können. Kleidertauschpartys, Co-Design-Konzepte oder auch Leihgarderoben können ein alternatives Kleidungsverhalten darstellen. Nicht nur Verzicht, sondern auch Transparenz und Teilhabe sind wichtig, um Mode nachhaltig zu gestalten. Dabei spielen Umweltschutz und faire Arbeitsbedingungen eine ebenso große Rolle wie Material, Kreativität und Ästhetik.

Das Ausstellungspublikum soll für das Thema „Slow Fashion“ sensibilisiert und zu einem nachhaltigeren Handeln motiviert werden. Interaktive Stationen laden ein, in näheren Kontakt mit Mode und Gestaltung zu treten. Sie sind Teil der in Zusammenarbeit mit Greenpeace entstandenen „Make Something“-Kampagne, die das Erlernen von kreativen Fähigkeiten und gemeinschaftlichen Praktiken wie Reparatur, Upcycling und Tausch fördert.

■ [www.rnz.de/video](http://www.rnz.de/video)

# Überdruss am Überfluss

Ausstellung in der Klima-Arena beleuchtet die Schattenseiten der Modeindustrie. Ein Plädoyer für „Slow Fashion“ / Von Petra Florack-Iredale

Der Name verrät es schon: Ziel der Kreislaufwirtschaft ist es, Produkte neu zu erfinden und wiederzuverwerten, um Abfall und Verschmutzung auf ein Minimum zu reduzieren und das lineare Modell der Konsum- und Wegwerfgesellschaft abzulösen. Was nach dem traditionellen Ansatz einfach als „Abfall“ gilt, wird im Kreislaufmodell zur Ressource. Nicht zuletzt aus ökonomischen Gründen sind Unternehmen an einem wirtschaftlichen Einsatz von Ressourcen

und dem Erhalt wichtiger Rohstoffe im Kreislauf interessiert. Innovative Recyclingtechnologien und eine Förderung von Maßnahmen für eine wirtschaftlich-ökologische textile Wertschöpfungskette sollen intensiv gefördert werden.

Es geht darum, ästhetische Produkte in gesunden Herstellungs- und Nutzungsprozessen umzusetzen, die stimmig für Natur und Mensch sind. Nachnutzungen werden dabei von Anfang an mit-

gestaltet, das Konzept von Abfall wird obsolet, der Kreislauf geschlossen. Bislang verweigert sich die Modeindustrie jedoch vielfach einer notwendigen Debatte über die materielle und emotionale Haltbarkeit von Kleidung. Erst wenn die Konsumenten ihre Macht mit einem differenzierten Kaufverhalten ausspielen, kann sich etwas radikal verändern. Auf anspruchsvolle, aufgeklärte Konsumenten werden auch die Fast-Fashion-Ketten reagieren müssen.

## THE ENGLISH CORNER

### Heigh-Ho Holiday

Today's title is taken from a piece written for the **lute** by Anthony Holborne in the late sixteenth century. It is not known to what holiday it may refer.

To be truthful, it does not matter in any case. In our times, the idea of the holiday, and that of the vacation, are ideas that come with problems. Let us make clear, however, that holiday and vacation are two different things. A holiday is a day off, either for religious reasons (the word was originally 'holy day'), or as **prescribed** by law. A vacation is time off from work, given by the **employer** and usually regulated by law. Thus, the 3 October is a holiday in Germany; workers receive 30 days' vacation **annually**. But strangely we say 'to go on holiday' as well as 'on vacation'.

However that may be, the problem for some people is that holidaying/vacationing is greatly restricted at the moment. This is sad, but may actually be good in the end. After all, there has been a constant problem with tourism through the years. Everyone wants to be the first, or wants to see the 'authentic' side of a place or country; everyone wants a tropical sandy beach with palm trees and a blue sky and a turquoise sea, with no other tourists around. Everyone wants the impossible, in other words. When we look at places such as Dubrovnik or Venice, it is hard to believe that they still exist. One might think they had been **trampled into rubble** by now.

Then there is the matter of cheap flights to all kinds of places. In reality, these are not cheap. This is a failure of thinking. When one of these

budget airlines takes you from A to B for nearly nothing, it means that the real costs are being paid by someone else. In fact, you may be paying too, without knowing. The price is environmental, of course – not just the **exhaust gases** from the jets, and the carbon footprint, but the whole infrastructure is costly. An airport, with buildings, runways, access roads, parking for cars, all of that makes a carbon footprint and affects the environment. In the end, we all pay the price.

The pandemic we now have **is owed** primarily **to** the simple fact that there are too many of us (7.6 billion at last estimate!) and we are very much in personal contact through flying and other means of travel. The excessive number of people means that we are moving ever further into areas that were previously untouched; it is the-

re that any number of unknown viruses **lurk**.

Basically, it may be a good thing if most of us have to holiday near where we live. There is another positive side to this, too. There is much that is unknown waiting just beyond your doorstep. Sometimes people can live in a place for years, decades even, without ever really discovering what is there.

An example: in the Old Town of Heidelberg, there is a marketplace called the Fish Market (Fischmarkt). Most people have been to it or walked through it, but hardly anyone knows where it is!

There are countless other examples too, so the message is: vacations can be enjoyed close to home, for less money, and yet be interesting and even fascinating. After all, millions of people (in more normal times) come here

### Glossary

Heigh-Ho: etwa Juhu oder Auf geht's  
 lute: Laute  
 prescribed: vorgeschrieben  
 employer: Arbeitgeber  
 annually: jährlich  
 to trample sth. into rubble: etw. in Schutt treten  
 exhaust gases: Abgase  
 to be owed to: geschuldet sein  
 to lurk: lauern  
 to endure: aushalten

to see this country. Evidently there is something to be seen. We do not have to be the first to climb Mount Everest (that has been done anyhow); we do not have to have ten kilometres of empty tropical sand lined with palm trees; we do not have to have thousands of square kilometres of wilderness (I can tell you that that is highly overrated – have you ever **endured** the insects in summer in the high north?). We can explore right here and now. *Douglas Fear*