

Wie bewusst lebst du?

Ein Modeunternehmen sucht nach der Bildsprache des Lifestyle of Health and Sustainability.

Von Florian Michl

Trends gibt es zuhauf, doch nirgendwo sonst sind sie so zahlreich wie in der Welt der Mode. Der neueste Trend dort heißt Lohas – Lifestyle of Health and Sustainability. Ein Modeunternehmen lotet diesen Begriff aus. Das Ziel: Tiefe in der Oberflächlichkeit der Mode. Mit dem schönen Schein ist es damit aber nicht vorbei.

In der Welt der Oberflächlichkeit transportieren Bilder Bedeutungen – anstelle von Sätzen oder Texten. Zum Beispiel die tiefrot glänzende Tomate im Supermarktregal: „Kauf mich!“, signalisiert das Gemüse. Oder das grüne Licht an der Ampelanlage: „Du hast freie Fahrt“, lautet die Botschaft. Technobilder nennt dies der 1991 verstorbene Medienphilosoph Vilém Flusser in seiner Schrift *Lob der Oberflächlichkeit*. Mode zählt auch dazu, seit Kleidung mehr ist als bloßer Gebrauchsgegenstand.

Nun versucht Norintra House of Fashion ein Technobild für den abstrakten Begriff Lifestyle of Health and Sustainability zu entwickeln – eine Kollektion, die die eindeutige Botschaft transportiert: Nichts gegen Konsum, wenn die Produktion ökologisch, fair und nachhaltig ist. Doch wie hat ein solches Bild auszusehen, zumal auf Männer zugeschnitten? Diese Frage stellte das Unternehmen Mode-Studenten der englischen Universität Falmouth. Das Ergebnis: Mode, die mit konträren Farben und Formen spielt, die nur Stoffe aus ökologischer Produktion verwendet und auf die Einhaltung sozialer Standards pocht, aber trotzdem Design jenseits des Kartoffelsackes bietet.

Möglich gemacht hat dies eine Kooperation zwischen Norintra House of Fashion und dem Falmouth Fashion College, einer englischen Design-Schule. Eine Win-win-Situation: Die Studenten profitieren durch ein Praktikum bei Norintra in Hongkong, sie arbeiten mit Designern und Produktentwicklern direkt an den Kollektionen und lernen, wie Design in der Produktion umgesetzt wird. Norintra indes ist mit der unkonventionellen Denkweise der jungen Modedesigner konfrontiert. Zum Beispiel mit der von Sarah Lee. Sie ist 20 Jahre jung, zählt zu den Besten ihres Jahrgangs und ist von Norintra für ihren Entwurf einer Männerkollektion ausgezeichnet worden, die den aktuellen Trend zu einer nachhaltigen Mode widerspiegelt.

Im Zentrum dieses Entwurfs steht die Frage: „How aware are you?“ Wie bewusst lebst du? Die

*Annett Koeman (Director),
Wendy Chan (Division
Manager) und Bruno Schmalz
(Division Manager).*



Antwort gibt sie selbst: „Die Menschen sind blind. Es würde keinen Unterschied machen, ob sie Augen haben oder nicht.“ Es fehle ihnen schlicht das Bewusstsein für die Probleme der Welt, sagt Sarah Lee. Das spiegelt sich in ihren Entwürfen wider. Da sind zum einen dunkle Farbtöne und eng geschnittene Stoffe – sie stehen für Hoffnungslosigkeit, Enge, Ausweglosigkeit. Und für das Gefühl der Traurigkeit, ausgelöst von gesundheitsschädigenden Arbeitsbedingungen auf Baumwollplantagen und Kindern, die auf verseuchten Müllhalden wiederverwertbares Material suchen.

Zum anderen will die Studentin die Hoffnung nicht aufgeben. Sie glaubt an einen Bewusstseinswandel der Menschen: Deshalb stellt sie den dunklen Farbtönen helle gegenüber und lässt neben dem engen Schnitt einen weiten und lockeren zu. Es ist das Spiel mit Kontrasten und Oppositionen, mit dem sie ausdrücken will, dass hinter den Dingen mehr steckt, als sie auf den ersten Blick preisgeben. „Schau ein bisschen tiefer und finde die Wahrheit“, fordert Lee die Betrachter ihrer Entwürfe auf. „Entdecke die Notwendigkeit nachhaltigen Wirtschaftens.“ Und gehe den ersten Schritt in diese Richtung.

Dabei will es Sarah Lee aber nicht belassen. Sie berücksichtigt auch die Bedingungen der Produktion: vom Anbau biologischer Baumwolle über das Spinnen, Weben und Verarbeiten bis hin zum Einkauf und Verkauf – nichts soll dem Lifestyle of Health and Sustainability widersprechen. Ihr Ziel ist eine Marke, die den Wertorientierungen der Lohas gerecht wird. Und die eine Botschaft transportiert, die sogar einen Schritt weitergeht: „Sei mutig und stell die Realität infrage.“

Florian Michl ist freier Mitarbeiter bei changeX.

Kontakt:

Annett Koeman
Norintra. House of Fashion
Room 1203-06, 12/F, One Peking
1 Peking Road
Tsim Sha Tsui
Hong Kong (SAR)
Tel.: +852 (3793) 6289
annett.koeman@norintra.com
www.norintra.com

Arcandor AG
Dr. Alexandra Hildebrandt
Leiterin Gesellschaftspolitik
Theodor-Althoff-Straße 2
D-45133 Essen
Tel.: +49 (0)201/727-96 62
Fax: +49 (0)201/727-69 96 62
alexandra.hildebrandt@arcandor.com
www.arcandor.com



Oben: Bruno Schmalz (Division Manager), Wendy Chan (Division Manager), Annett Koeman (Director) und Katherine Cheng (Human Resources und Controlling Manager).

Unten: Valerie Van Damme (Senior Designer), Julia Back (Assistant Project Manager) und Annett Koeman (Director).