

Katharina Starlay

Kleidung nachhaltig konsumieren

Katharina Starlay

*Kauft weniger, sucht es sorgfältig aus,
lasst es beständig sein.*

Vivienne Westwood

Kleidung nachhaltig konsumieren

Mit Stil die Zukunft gestalten

Für Ruth



**Frankfurter
Allgemeine
Buch**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im
Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



**Frankfurter
Allgemeine
Buch**

© FAZIT Communication GmbH
Frankfurter Allgemeine Buch
Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Umschlag: Viktoria Vieweg
Satz: Viktoria Vieweg
Druck: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany

1. Auflage
Frankfurt am Main 2023
ISBN Print 978-3-96251-154-8

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
vorbehalten.

Frankfurter Allgemeine Buch hat sich zu einer nachhaltigen
Buchproduktion verpflichtet und erwirbt gemeinsam mit den
Lieferanten Emissionsminderungszertifikate zur Kompensation
des CO₂-Ausstoßes.



Inhalt

Vorwort	11
Storytelling: Der Kick im Kleiderschrank	13
Mehr Leichtigkeit durch bewussten Konsum	21
Innehalten – Sieben unbequeme Fragen zu Beginn	27
Nach dem Kauf ist vor dem Kauf	
Garderobeninventur – wo Nachhaltigkeit beginnt	35
Homeoffice-Style – cool oder Kontrolle verloren?	40
Help! – So reklamieren Sie stilvoll.	44
Time is cash – Luxus seit Internet	47
Schnäppchenjagd – Deutschlands schönstes Hobby.	51
Stilberatung – und wie Sie die richtige finden	54
Nachhaltig kleiden	59
Textilpflege – Imagepflege!	65
Textilien	
Großkonfektion: Anzüge und Kostüme, Kleider, Hosen, Westen	73
Kleinkonfektion: Hemden, Blusen und Shirts	82
Maßkonfektion	88
Checkliste für gute Textilverarbeitung	95
Krawatten, Tücher und textile Accessoires	99
Unterwäsche für Männer und Frauen.	105
Hochwertige Stoffe.	112
Die Qualitätsfrage beim Kauf von Textilien	120
Accessoires und Statussymbole	
Brillen und Sonnenbrillen.	125
Uhren und Schmuck.	131
Strumpfwaren.	137
Die Qualitätsfrage beim Kauf von Accessoires und Statussymbolen	143

Schuhe, Taschen, Leder & Co

Schuhe	147
Taschen	155
Reisegepäck	159
Die Qualitätsfrage beim Kauf von Taschen und Lederwaren	162

Körperpflege und Beauty

Gesichts- und Körperpflege	165
Haarpflege, Bartpflege, Styling	174
Dekorative Kosmetik (Maquillage)	182
Kosmetik- und Rasierpinsel	188
Parfüms und Düfte	192
Die Qualitätsfrage beim Kauf von Körperpflege- und Beautyprodukten	198

Meinung: Ein heißer Tipp für eine coole Kalkulation	203
--	------------

Die Einkleiderin	206
-----------------------------------	------------

Vorwort

Katharina Starlay ist Textilerin und Stilfrau mit Leib und Seele. Das war wieder sehr intensiv zu spüren, als sie dem Deutschen Knigge Rat einen unglaublich interessanten Einblick in den nachhaltigen Konsum von Kleidung gab.

Auf den ersten Blick hört sich das sehr ernst und schwer an – und ist es in Teilen auch, wenn man, wie sie sagt, „zu Ende denkt“, wie das mit der Mode und uns funktioniert.

Über sieben unbequeme Fragen, die es sich wirklich zu stellen lohnt, ist sie auf eine sehr überraschende Formel gekommen, die das ganze Thema der Nachhaltigkeit wiederum sehr lohnens- und erstrebenswert erscheinen lässt: Sie ist alles andere als ein Opfer, weil „ich das Beste für mich suche“, nämlich das, was mir steht, passt, gefällt und guttut. Ist das nicht ein wunderbarer und viel leichter Ansatz als alles, was dazu sonst im Raum steht?

Dieses Buch begleitet uns auf dem Weg dorthin. Es ist spannend, was sie alles zu Ende gedacht hat, was sie zu sagen hat und an Wissen zu vermitteln weiß.

Ich bin mir, ebenso wie meine Ratskolleg:innen, sicher, dass Sie Ihre Garderobe und Kleidung nach dieser Lektüre der Zusammenhänge, Hintergründe und *Insights* anders betrachten und gestalten werden.

Was das auch mit Knigge zu tun hat? Es geht bei dieser Thematik um sehr viel Geld und Macht – und heute wie damals, als Freiherr Knigge sich Gedanken über ein neues Miteinander gemacht hat, ist dabei ein gesellschaftliches Umdenken nötig. Kleidung, damals wie heute, gibt immer noch Auskunft über Rang und Status – es macht also auch deshalb Sinn, sich damit auseinanderzusetzen, wie man Kleidung clever konsumiert.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und viele bereichernde Erkenntnisse.

Herzlich
Evelyn Siller

Executive Consultant für Wirkungsintelligenz &
Savoir-faire – Vorsitzende des Deutschen Knigge Rats
Im Frühjahr 2023



Storytelling: Der Kick im Kleiderschrank

Laras Kleiderschrank war mehr als das: Für sie bedeutete er ein ganzes Universum an Möglichkeiten, das eigene Selbst auszuprobieren, eine ewige Spielwiese der Darstellung, auf der sie alle Facetten der eigenen Persönlichkeit auszudrücken suchte. Er war aber auch tägliche Freude in einem Alltag, der ansonsten nicht allzu viel davon parat hatte:

Als alleinerziehende Mutter mit manchmal geliebter – manchmal unliebsamer Karriere als Marketingleiterin eines mittelständischen Unternehmens war sie alles andere als ein *It-Girl* der Fashion-Szene. Sich zu kleiden machte ihr aber von jeher Spaß, und bot ihr eine Auszeit nur für das eigene Sein und den positiven Kick im manchmal schwankenden Selbstwert. Denn wir fühlen uns doch alle manchmal größer – und manchmal kleiner, es ist Teil unseres Menschseins.

Zu schön das Gefühl, sich etwas geleistet zu haben und es sich wert zu sein ...

Entsprechend füllte ihre Garderobe weit mehr als die üblichen Laufmeter Schrank oder ein paar Kommoden – vielmehr hatte Lara in ihrer Wohnung ein eigenes Zimmer dafür eingerichtet, in welchem Kleidungsstücke in zwei Reihen übereinander hängend an allen vier dahinter hellblau gestrichenen Wänden Platz suchten – ja suchten, denn langsam wurde es eng in ihrem „Mädchenzimmer“. In seiner Mitte fand sich eine mit Spots beleuchtete und gut bestückte Schubladen-Insel, auf der Schmuckschatullen und ein wunderbar barocker Spiegel dekoriert waren, die auf jede Accessoire-Frage eine Antwort hatten.

Dieses *Budoir* war nicht zuletzt auch ein Magnet für ihre inzwischen zwölfjährige Tochter, die ihrerseits bald aufbrechen würde, die eigene Identität auf die Probe zu stellen. Immer mehr Zeit verbrachten die beiden im Zauberzimmer, und immer öfter fragte sich Lara, welches Vorbild sie für ihren Backfisch (wie sie ihr Kind manchmal

heimlich und liebevoll bezeichnete) so abgab. Es war eine Frage der Zeit, wann Sophie in den Strudel von Modeindustrie, *Influencern* und Gruppendynamik ihrer Schulklasse hinein gezogen würde.

Wie viel Textil braucht ein Mädchen, um glücklich zu sein und Raum für die eigene Persönlichkeitsfindung zu bekommen? Was ist noch vertretbar in einer Zeit, in der die nachwachsende Generation für den Erhalt des Globus auf die Straße geht, sogar vor radikalen Maßnahmen nicht zurückschreckt, um die eigene Zukunftsangst publik zu machen?

Denn dass sich freimütiger und unreflektierter Kleiderkonsum mit Nachhaltigkeit nicht verträgt, ist auch Lara seit vielen Jahren dämmernd bewusst. Nur findet der Impuls erst heute, im bewundernden Anblick ihrer halbwüchsigen Tochter, volles Bewusstsein: Das Verantwortungsgefühl eines Vorbilds.

Dazu stellt sich nun das Unbehagen ein, auch die eigene Qualität, die man von einer gestandenen Frau erwartet, nicht immer adäquat präsentiert zu haben. Zu schön die Illusion, auf der Höhe des Zeitgeists zu sein.

Kann ich nicht Masse durch Klasse ersetzen? Schließlich haben *High-Fashion-Pieces* eine kurze Halbwertszeit – und der *Kick* reicht immer nur bis zum Kauf, verblasst aber sofort mit dem ersten Tragen. Es ist die Jagd, die Begehren weckt.

Wie viele Teile aus meiner berstenden Kleiderkammer trage ich wirklich? Was sagt treffend und überzeugend aus, was es über mich zu sagen gibt? Und wie finde ich heraus, was mir gut tut und habe trotzdem noch meinen Spaß an der Mode? Was, wenn ich jetzt umdenke?

Lara hat schließlich ihren Kleiderschrank auf den Kopf gestellt: Mit Hilfe eines guten Stilberaters, der sie in die Geheimnisse der typgerechten Kleidung eingeweiht hat, konnte sie kräftig ausmisten, nicht willkürlich oder „was ich seit einem Jahr nicht mehr getragen habe“, sondern mit Plan und einem kundigen Blick auf ihre berufliche Aufgabe, ihre Körpersilhouette, ihre Farben und ihre Stil-Persönlichkeit. Er hat ihr gezeigt, wie sie Kleidungsstücke immer wieder neu

kombinieren und damit weiterhin für den *Kick* im Kleiderschrank sorgen kann. Sophie war übrigens die ganze Zeit dabei und hat alles mit der Neugier ihrer Jugend aufgesaugt.

Manche Teile waren zwar genau im Trend, aber so schlecht verarbeitet, dass sie nicht einmal mehr *Second Hand* verkauft werden konnten. Das hat Lara schockiert: So viele verbrauchte Ressourcen für Kleidung, die sie nur einmal – wenn überhaupt – getragen hat? Ganz abgesehen von den Kosten für sie selbst. Was hätte sie mit dem ganzen Geld für sich und Sophie tun können? Vielleicht ein Wochenendtrip in eine tolle Metropole, solange die Tochter noch mit der Mutter verreisen möchte? Eine Fortbildung? Oder mehr Rücklagen, um irgendwann unbezahlten Urlaub zu nehmen?

Im nächsten Schritt befasst sie sich aber unbedingt mit ihrem Bedarf und dem, was ein Kleidungsstück können muss, um sie ehrlich zufriedenzustellen. „Macht es mich glücklich?“ ist nicht umsonst ein heißer Tipp von Aufräum-Experten. Heute schaut Lara ins Etikett, bevor sie etwas kauft, beachtet das Herstellungsland, die verwendeten Materialien und wie man sie pflegt. Und sie achtet auf gute Verarbeitung.

Wie man eine Garderobe revolutioniert und kompetente Beratung findet, die nicht nur die Ordnung im Schrank, sondern auch das gute Aussehen sicherstellt, ist genauso Teil dieses Buches wie Qualitätsmaßstäbe, die glücklich machen.

Lara hat seitdem unendlich viel Zeit und Geld gespart und lebt ihrer Tochter immer mehr vor, wie Nachhaltigkeit *today* wirklich geht und wann ein Einkauf erfolgreich ist.

Alexander ist 16. So richtig viel Geld hat seine Familie nicht. Aber für die neuesten Sneakers hat es bisher immer gereicht – ihr wisst schon, die lässigen von Designermarke XY, die gerade von 429 Euro auf nur 297 Euro herabgesetzt worden sind. Das muss man den Kumpels ja nicht erzählen ... man hat sie eben „als erster gehabt und nur noch nicht anziehen können“. Genauso gut können

das auch die geliebte Jeansjacke oder die *Treggings*, die elastische Röhrenhose bei Mädchen sein.

Seit der Pandemie hat sich der *Talk* auf dem Schulhof allerdings geändert, vor Mobbing wegen der falschen Modemarke am Körper muss sich zum Glück niemand mehr fürchten. Heute ist es bei Jugendlichen mehr als früher *in*, Individualität und Kreativität zu zeigen. Zwar spielen angesagte Marken immer noch eine große Rolle, aber der Blick darauf, der hat sich gewandelt.

In der Klasse von Alex werden nun auch Kennzahlen der Nachhaltigkeit behandelt: Klimawandel, Kreislauf und Wasser-Fußabdruck. Von seiner Patentante bekommt er zum Geburtstag eine Urkunde für eine Baumpatenschaft oder wahlweise eine Spende an ein Umweltprojekt. „Wie cool ist das denn?“, fragt er sich selbst ... und bald darauf auch seine Mitschüler:innen. In den folgenden Wochen reden sie viel über die Zusammenhänge von Umwelt und Konsum, Plastik in den Weltmeeren und Mode. Die FFF-Welle ist bereits abgeebbt und neue Wellen werden stark. Es ist modern, für die Zukunft auf die Straße zu gehen.

Wie authentisch sind wir aber unterwegs, fragt er sich, wenn wir gleichzeitig mit Kleidung so umgehen? Wenn selbsternannte Vorbilder die Wegwerfmode feiern und auch ihre *Follower* dazu animieren, Kleidung nur ein einziges Mal für eine Party zu tragen und dann auf die Müllhalde zu werfen, statt wieder in den Kreislauf zu geben? Ist das nicht krank?

Denn dass gerade aktuelle und schnelllebige Mode auf synthetische Materialien zurückgreift, hat sich inzwischen herum gesprochen. Verkaufsargumente wie „recyclebar“ und „aus nachhaltiger Produktion“ klingen zwar überzeugend, lassen sich aber echt nicht nachverfolgen. Können wir unseren coolen Outfits nicht ein längeres Leben geben?

Er diskutiert das mit seinen Freunden: Ist Kleidertausch vielleicht eine Idee, um immer wieder neu auszusehen und sich auch so zu fühlen? Gerade, wenn wir jung sind und uns ausprobieren wollen? Der *Oversize*-Trend macht es zum Glück einfach, weil die weite Kleidung immer passt.

Und so entsteht langsam aber sicher die Idee einer saisonalen Kleidertauschbörse, nicht *online* sondern *live*. Ein *chilliges* Event, bei dem sich so ganz nebenbei auch Bilder und Videos für *Social Media* aufnehmen lassen, die viral gehen können ...

Harry kam bisher mit dem typischen *Dress* männlicher Manager durch seine Laufbahn. Das erlaubte ihm, bei minimalem Aufwand maximale Wirkung zu erzielen: Graue und blaue Anzüge von der Stange in mäßiger Weite waren irgendwie immer genug, zumal er eine Figur hat, die weitgehend den Standardgrößen entspricht.

Dafür zog er einmal im Jahr los und kaufte gleich mehrere Anzüge zum günstigen Preis, die er seine „Manager-Uniform“ taufte, dazu passende Krawatten und bügelfreie Hemden sowie Socken und Shirts im Bündel. Denn Zeit ist ein rares Gut, findet er mit betriebswirtschaftlicher Effizienzdenke.

Nur so langsam klappt das nicht mehr mit der Effektivität. Seine Strategie geht nicht mehr auf:

Erstens ist die Kleidung auch im Berufsleben in den Jahren vor – und ganz besonders seit Corona – lässiger geworden, Statussymbole funktionieren nicht mehr wie vorher. Zudem sind seine Auftritte heute nicht selten auf den engen Bildausschnitt einer Kamera beschränkt und der einfache weiße Hemdkragen lässt ihn langweilig und eher blass aussehen.

Zweitens ist er als Vorstand Transformation inzwischen oben auf der Leiter angekommen und bemerkt schmerzhaft, dass von seinem Auftreten viel mehr erwartet wird, als er bisher bereit war zu investieren: Seine Mitarbeiter:innen legen Wert darauf, für einen Chef mit Rang und gutem Auftreten zu arbeiten, weil das nicht zuletzt auch sie selbst bestätigt. Shirt und *Hoodie* kann er sich demnach nicht leisten (obwohl er sie besitzt), genauso wenig wie die geliebten Jeans, von denen er etwa zwei Dutzend im Schrank hat, für jedes schwankende Körpergewicht gleich mehrere zur Auswahl. Aus diesem Grund hat er drittens während der Pandemie auch angefangen zu trainieren, ist drahtiger geworden und schwitzt nun schneller:

Die Bügelfreien tun ihren Job überhaupt nicht mehr, weil sie nicht atmungsaktiv sind – und je schmaler und modischer das Hemd geschnitten ist, desto mehr wärmt es.

Wie kann ich mein Leben und meinen Kleiderschrank repräsentativ gestalten und gleichzeitig meinem eigenen Anspruch an Nachhaltigkeit gerecht werden? Sind die coolen Outfits von den *Role-Models* der Werbung überhaupt etwas für mich oder mache ich mich damit eher lächerlich? Der Schuss könnte nach hinten losgehen ...

Harry hat daraufhin recherchiert. Und er hat sich beraten lassen: Für seine Auftritte in diversen Videoformaten intern oder extern vor der Presse trägt er inzwischen Maßanzüge und -hemden, da gut sitzende Kleidung souveräner macht und im engen Bildausschnitt besonders die Schulterlinie im Blick ist. Die Herstellung in der Auflage 1 gewährleistet, dass es genau diesen Look nur einmal gibt – und nicht vielfach. Das stärkt sein Profil als Vorreiter seiner Branche. Darüber hinaus kann er verschiedene Stoffe für unterschiedliche Anlässe individuell zusammenstellen und wird somit zum Designer seiner eigenen Garderobe – mal mit, mal ohne Weste, auffällig oder dezent. Je nach Bedarf.

Und da er auch im Businessanzug öfter mal Fahrrad fährt, wodurch der Stoff im Schritt schneller verschleißt, kann er sich nun noch eine zweite oder dritte Hose im selben Stoff dazu bestellen – was bei vorgefertigter Ware unmöglich ist. Er weiß heute, dass jede weitere Hose die Lebensdauer seines Anzugs nahezu verdoppelt, da ein gut behandeltes Sakko – oder eine Jacke – lange hält. Für Hemden wählt er nun mehr Farbe und weniger technische Ausrüstung, welche zwar für eine geringe Knitterneigung sorgt, aber durch den Einsatz von Chemikalien erreicht wird. Auch reine Baumwolle knittert edel, ein Gütesiegel für Eingeweichte ...

Das Vorurteil, Maßkleidung sei etwas Abgehobenes für Reiche, hat er ebenfalls abgelegt: Die meisten Anbieter beginnen in einer Preislage, die wir auch für Serienware von der Stange hinlegen müssen – nur dass wir bei der individuellen Anfertigung ordern können, was unserem ureigenen Bedarf dient. Auch Freizeitklei-

dung wie *Chinos* und Jeans gibt es übrigens inzwischen auf Maß oder auf Teilmaß.

Wenn Harry heute Videoaufzeichnungen von sich anschaut – und wer von uns ist *nicht* inzwischen vielfach im Bildformat online? – fragt er sich, wie er sich jemals mit den „einfachen Weißen“ zufrieden geben konnte. Die Krawatte hat er längst abgelegt. Er weiß, welcher enorme Wasserverbrauch für die Herstellung einer einzigen Jeans notwendig ist und trägt die Modelle, die ihm noch passen, erstmal auf. Von seinem Bestand wird er sich noch viele Jahre kleiden können und trotzdem trendgerecht aussehen, weil er inzwischen mutig und modisch kombiniert.

Harry ist stolz, das Thema Kleidung für sich gelöst zu haben. Nun muss er nämlich nicht mehr darüber nachdenken und weiß: Er sieht gut aus.

Dass Harry auch eine Henriette sein kann, Lara genauso gut ein Lars oder Lionel und Alex geschlechtlich möglicherweise divers ist, versteht sich von selbst. Und natürlich hat nicht jede Frau so eine dichte Beziehung zu ihrer Kleidung wie Lara: Freude an Schöнем kennt viele Gesichter. Und Begeisterung auch. Es sind sympathische Züge, die uns menschlich machen.

Männer wie Frauen, Jungen wie Mädchen und Menschen des dritten Geschlechts interessieren sich sehr individuell für Textilien, Accessoires und Statussymbole, Lederwaren und Beautyartikel, was ihren Umgang mit Konsum definiert. Es gibt Männer, die eine größere Garderobe haben als ihre Partnerinnen, was genauso gut ist, solange die Garderobe überlegt und nicht zufällig gewählt – und damit im besten Sinn nachhaltig ist.

Harry, Alex und Lara haben aber schließlich eines getan: Sie haben umgedacht. Nicht nur haben sie ihren tatsächlichen Bedarf sowie ihre emotionalen Bedürfnisse reflektiert, sondern auch verstanden, dass Nachhaltigkeit bei uns selbst anfängt. Nicht etwa bei als ökologisch deklarierten Waren.

So kann und darf nachhaltiger Konsum modisch sein und Spaß machen – und fügt der Wirtschaft keinen Schaden zu, wenn wir zu Ende denken: Auch Produzenten haben schließlich mehr Spaß, wenn sie weniger Material in besserer Qualität verarbeiten können und dafür angemessene Preise verlangen dürfen. Dann können sie auch wieder bessere Löhne zahlen. Die Vokabel *preiswert* hat nämlich zwei Wortteile.

Mehr Leichtigkeit durch bewussten Konsum

„Viele Leute glauben, dass Nachhaltigkeit Opfer verlangt. Dabei ist sie die natürliche Folge eines Verhaltens, das nach mehr Selbstausdruck, Erfolg und Wertschätzung für sich selbst und andere strebt.“

Erst heute ist die Zeit reif für eine Denkweise, welche nicht nur die Hersteller, sondern auch uns selbst als Konsumenten mit einbezieht.

Zwischen meinem Vorgängerbuch *Clever konsumieren* von 2014 und heute steht nicht zuletzt eine ganze Corona-Pandemie – und mit ihr der Beginn eines neuen Denkens: Die Mode- und Trendnachrichten-Plattform *Fashion United* etwa berichtet im April 2020 von einem Brief, den niemand Geringeres als die *Fashion*-Ikone Giorgio Armani an die US-Amerikanische Fachzeitschrift für Mode und Modeindustrie *Women's Wear Daily* (WWD) schrieb und sich für eine Verlangsamung in der Mode einsetzte: Weniger Kollektionen, weniger Überproduktion, weniger sinnlose Geldverschwendung – mehr Authentizität.

Wir beleuchten nun die andere Seite – den Konsum an sich. Denn nur, wenn wir die Hintergründe kennen, können wir unsere eigenen Handlungsweisen und deren Konsequenzen zu Ende denken.

Wir müssen die Konsumkette als einen Zyklus verstehen lernen, in dem niemand verlieren darf.

Und erst wenn wir etwas über ein Produkt wissen, können wir seinen Wert beurteilen und entscheiden, ob es uns den Preis wert ist. Wir konsumieren dann im positivsten Sinn teurer, da Hochwertiges uns „lieb und teuer“ ist und Respekt verdient hat.

Nur zeigen sich im Konsum von Kleingütern und -waren oft klaffende Lücken gegenüber dem von kostspieligen Anschaffungen wie Autos, Waschmaschinen oder auch Heimtieren: Unsere Vorinformation als Kunde sinkt mit dem Kostenrahmen der Produktgruppe.