

LIU JO DENIM WEIST DEN WEG

Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit hat sich die italienische Fashionmarke Liu Jo zuerst die Jeans vorgeknöpft: „Weil es das Produkt ist, das die DNA unserer Marke am besten verkörpert und das unsere Werte Weiblichkeit, Glamour und Qualität vereint. Aber natürlich auch, weil Jeans bei der Herstellung am meisten Umweltverschmutzung verursachen“, sagt Marco Marchi, Head of Style bei Liu Jo. „Unsere Serie Liu Jo Better Denim wird mit nachhaltigen Techniken hergestellt, überwiegend kommt Denim von unserem Partner Candiani zum Einsatz, die Chitosan verwenden, das ist ein natürliches Polymer aus dem Außenskelett von Krebstieren, das hundertprozentig biologisch abbaubar ist. Außerdem eine spezielle Färbetechnologie, die Candiani Indigo Juice nennt. Sie verhindert, dass das Indigo tief in die Faser eindringt und sie damit schädigt, trotzdem ist das Färbergebnis brillant. Aber bei Jeans geht es nicht nur um Denim. Wir haben jedes Detail daraufhin untersucht, wie man es grüner machen kann, von den Labels bis zu den Knöpfen, sogar das Nähgarn und die Verpackung.“

Die grünere Jeanslinie Better Denim markiert für Marco Marchi, Head of Style bei Liu Jo, nur den Anfang. Die Erkenntnisse will man Schritt für Schritt auf die gesamte Kollektion anwenden.



Unplugged Denim nennt Five Fellas seine Jeans und will damit eine bewusste Antithese zu Massenprodukten sein. Natürlich zollt Gründer Oliver Schultz damit auch seinen Wurzeln als Musiker Tribut.

FIVE FELLAS HERZENSSACHE

„Für uns war Nachhaltigkeit von Anfang an Herzenssache, kein PR-Gag“, sagt Oliver Schultz, Gründer von Five Fellas. Denim von Candiani für alle Modelle, egal ob Fashion oder NOS, ist daher selbstverständlich. „Kern unserer Marke ist außerdem, dass Nachhaltigkeit nicht mehr kostet. Mit VK-Preisen zwischen 100 und 130 Euro bei einer 3,0er-Kalkulation liefern wir ein durch und durch ehrliches Produkt. Das schaffen wir, weil wir die Overhead-Kosten sparen. Statt in teure Apparate investieren wir lieber in Qualität.“ Diese Botschaft liefere Händlern „ein Kommunikationsargument, zu dem der Kunde eigentlich gar nicht nein sagen kann. Niemand sagt nein zu Nachhaltigkeit, niemand sagt nein zu Premiumqualität.“ Nach vielen Jahren Tätigkeit in Modehandel und auf Markenseite war Five Fellas für Oliver Schultz und seine Mitstreiter Ausdruck des Wunsches, es selbst besser zu machen. „Und zum Bessermachen gehört Nachhaltigkeit integral dazu.“



PEPE JEANS IN ALLER KONSEQUENZ

Tru-Blu nennt Pepe Jeans ein neues innovatives Projekt, bei der verschiedene Techniken und Verfahren zum Einsatz kommen, um Jeans nachhaltiger zu machen. Darunter Modelle, die hydro-sulfittfrei gefärbt sind und bei denen der Chemikalieneinsatz und der Wasserverbrauch reduziert werden. Weitere Styles sind aus Biobaumwolle, aus Fasern auf Mais- oder Hanfbasis oder aus recycelten Fasern. Teil von Tru-Blu ist die Footwear-Capsule No.22. Die Sneaker sind mit Titandioxid beschichtet, mit dem Ziel, bis zu 80 Prozent der schädlichen Stickoxide zu eliminieren, die bei Einstrahlung von UV-Licht auf den Schuh entstehen.



Weniger Chemikalien, reduzierter Wasserverbrauch und alternative Fasern aus Hanf oder Mais: die Nachhaltigkeitsformel von Pepe Jeans.



Über seine Nachhaltigkeitsbemühungen glaubte Alberto Candiani viele Jahre „mit einer Wand zu sprechen“. Jetzt ist das Interesse so groß wie nie.

CANDIANI DENIM

„ZIRKULARITÄT IST DER RICHTIGE WEG“

Vor zehn Jahren wollte niemand recycelte Stoffe oder Denim aus Hanf kaufen, wie sieht's heute aus?

Alberto Candiani, Inhaber Candiani Denim: Jetzt bewegt sich was. Davor habe ich geglaubt, mit einer Wand zu sprechen, weil sich niemand für nachhaltige Innovationen interessiert hat. Das Thema ist momentan Nummer eins bei vielen Webern und Marken. Leider ist es allzu oft nur Storytelling im Marketing. Baumwolle ist eigentlich nicht das Problem, wenn sie rücksichtsvoll angebaut wird, weil 75 Prozent der angebauten Baumwolle mit Regenwasser auskommt und keine künstliche Bewässerung benötigt. Die Nachhaltigkeitswelle hat hier Informationen verzerrt, die klargestellt werden müssen.

Sie haben 2018 einen Stoff nur aus recycelten Fasern vorgestellt. Was ist das Besondere daran?

Wir haben ein Premiummaterial nur aus Abfällen mit Hilfe von Lening's Refibra hergestellt. Es besteht zu gleichen Teilen aus Produktionsmüll sowie regeneriertem Lyocell. Der erste Denim, der nicht nur „grüner“, sondern auch besser ist als herkömmlicher. Deshalb haben wir den ITMA Sustainable Innovation Award gewonnen. Gefärbt wird der Stoff mit Indigo und Kitotex, das auf aus Krabbenschalen gewonnenem Chitosan basiert und ziemlich schädliche Chemikalien ersetzt. Dadurch wird Waschwasser eingespart und weniger verschmutzt.

Wie wird die Zukunft des Denimwebens aussehen?

Zirkularität ist der einzig richtige Weg. Re-do, re-cycle, re-use und re-think wird eine große Rolle in naher Zukunft einnehmen. Wir müssen neuen „Re“-Denim ohne Qualitätsverlust entwickeln und dabei unseren CO₂-Ausstoß minimieren. Ich glaube an das regenerative Konzept, basierend auf natürlichen Fasern, die sich im Anschluss bestenfalls kompostieren lassen.

WUNDERWERK WENIGER WASSER

Wenn es um ressourcenschonende Denimproduktion geht, ist das Düsseldorfer Label Wunderwerk einer der Vorreiter. „Nur der Einsatz von Biobaumwolle reicht nicht aus, um nachhaltig zu sein. Faire Arbeitsbedingungen, der Verzicht auf giftige Substanzen zum Schutz von Mensch und Natur und eine energieeffiziente Produktionsweise sind ausschlaggebend für umweltverträgliche Produkte“, sagt Inhaber Heiko Wunder. Den ohnehin schon niedrigen Wasserverbrauch konnte er seit der Herbst-/Winter-Kollektion 2018 noch einmal deutlich verringern. „Alle Waschungen verbrauchen unter zehn Liter pro Hose. Das ist weniger als ein Zehntel im Vergleich zu konventioneller Herstellung. Jetzt kommen drei Modelle sogar mit nur 0,7 Liter aus“, erklärt Wunder. Viel wichtiger aber: Das Wasser wird nicht mehr verbraucht, sondern Dank der neuen Hightech-Wäscherei seines Produzenten aufbereitet und wiederverwendet. Dadurch bleibt es in einem geschlossenen Kreislauf. Auf Chemikalien wie Chlor oder Kaliumpermanganat, die anschließend wieder mit viel Wasser ausgespült werden müssen, verzichtet man bei Wunderwerk von jeher. Statt Lasertechnik, die die Elasthanfasern schädigt und durch die die Ware ihren nötigen Rücksprung und Haltbarkeit verliert, werden Used Effekte mittels Sauerstoffbleiche (Ozon), mechanischer Handarbeit oder Stone-Wash erzielt.



Auf nur mehr 700 Milliliter Wasser pro Waschung und Hose schafft es Wunderwerk.



Stetige Verbesserung: Wrangler will seinen Teil zum Umweltschutz beitragen.

WRANGLER INDIGOOD – FÄRZEN OHNE WASSER

Wrangler hat den ersten schaumgefärbten Denim als Teil seiner neunteiligen Icons Kollektion auf den Markt gebracht. Diese trägt das Add-on Indigood. Im Fokus steht neben Wasser- und Energieeinsparung der Einsatz von bis zu 30 Prozent recycelter Baumwolle. Die Farbstoffe werden mit Hilfe von Schaum auf Garne übertragen, womit herkömmliche Wasserbehälter und chemische Bäder des Indigofärbens vollständig ersetzt werden. Abwasser wird somit nahezu vollständig vermieden. Im Vergleich zum herkömmlichen Färben wird für den Prozess des Foam-Dyed Denims rund 60 Prozent weniger Energie benötigt, außerdem werden rund 60 Prozent Abfall vermieden. Entwickelt wurde das Verfahren zusammen mit der Texas Tech University. In Wranglers Denimfabriken in Asien und Nordamerika soll die Technologie in größerem Stil zum Einsatz kommen.