

Nachhaltige Mode, das galt lange Zeit als Nische und wenig schick. Doch in Berlin etabliert sich ein Eldorado, wo Zukunftsträume zur Realität werden – geprägt wird die neue Modebewegung von Frauen

TEXT // JAN RÜBEL
FOTOGRAFIE // SASCHA MONTAG

Ein gemeinsamer Traum – *WO STIL AUF HALTUNG TRIFFT*

Links: Bei ihrer Schau auf der Berlin Fashion Week schickt Sia Arnika Models rund um eine Stretchlimousine. Hier: Die „Kleiderei" in Berlin-Kreuzberg lädt ein zur Abo-Ausleihe von Mode – und damit zum langsameren und gemeinsameren Konsum



Links: Der „Fetzenmarkt“ versammelt zweimal im Jahr die Modeszene zum Austausch über Vintage und nachhaltige Mode. Mitte: Hibiki Kawahara in ihrem Atelier und Schlafzimmer zugleich. Rechts: In der Textilwerkstatt sinniert Kawahara (2. v. l.) mit Barbara Beit (3. v. l.) über deren aktuellen Prototyp





Der Himmel über Berlin strahlt aufs Dachfenster ein, doch Hibiki Kawahara schaut nicht auf. Wie versunken beugt sie sich über eine Bernina Matic und lässt ihre Nadel über blau-weißen Stoff fliehen. Der Cardigan aus Jeansstoff und Airbag-Resten soll noch fertig werden an diesem Sommertag. „Mich fasziniert die Beständigkeit dieses Materials“, sagt sie mit Blick auf den Nylonsack, der in ihren Händen neuen Schick erhält.

Viele Karrieren beginnen klein. Der Pennäler Bill Gates lungerte im Computerraum seiner Schule herum, das erste Windrad des späteren Branchenriesen Enercon entstand in einer Kleinwagengarage – und Kawaharas Atelier, 13,5 Quadratmeter groß, ist auch ihr Schlafzimmer in einer Zehner-WG in Berlin-Moabit. Vor zwei Jahren schmiss die Modedesignerin ihren Job bei einer Strickwarenfabrik in Tokio hin und zog nach Berlin, um ihr eigenes Label zu starten. „Ich hatte in Japan viel gelernt“, sagt sie, „aber es war mir nicht nachhaltig genug. Das alles macht viel Müll. Ich will einen Unterschied machen.“ Als Kind schon wollte sie Kleider kreieren – und Umweltforscherin werden. Nun kommt Kawahara, 32, diesem doppelten Traum nah: Ihre Mode fußt auf gebrauchtem Stoff und schont Ressourcen.

Berlin ist für Fashion-Glücksritterinnen ein Magnet. Allein elf Hochschulen bieten an der Spree modebezogene Studiengänge – und eine neue Modekultur wächst gerade heran. Sie will nicht nur gut aussehen, sondern auch gut sein. Fair, umweltbewusst und elegant. Warum Berlin? Kawahara lächelt. „Es gibt mehr umweltbewussten Lifestyle unter den Berlinern, auch hat die Stadt noch Freiräume.“ Und da sei die in Berlin ausgeprägte Clubkultur, der Hang, sich fürs Tanzengehen zu verkleiden, „das ist wie eine kurze Flucht aus der Welt“. Schließlich der alte Berliner Wahlspruch „Jedem nach seiner Fasson“, eine Offenheit zum Ausprobieren. „Arm, aber sexy“, so lautete ein jüngerer Slogan der Stadt. Dieser neueste Modetrend macht Berlin reicher und anziehender.

Am Nachmittag schnappt sich Kawahara einen Beutel und verlässt die Altbauwohnung, im sechs Kilometer östlich gelegenen Haus der Materialisierung (HdM) will sie sich gegen eine Spende Stoffreste besorgen. Unweit des Alexanderplatzes betritt sie einen Containerbau, das HdM ist ein Zusammenschluss verschiedener Initiativen zum nachhaltigen Wirtschaften, ein Warenlager und Experimentierlabor zugleich. Drei Frauen und ein Mann hocken in der Offenen Textilwerkstatt an Nähmaschinen, alle bessern mitgebrachte Hosen aus. „Schön die Linie halten“, rät Barbara Beit dem Mann im Vorbeigehen. Die studierte Modedesignerin coacht mit Kawahara Besucher der Werkstatt, die Nutzung kostet vier Euro pro Stunde. Auf dem Tisch mustert die Österreicherin Seile, die sie selbst zu einem Ganzkörperschmuck zusammensteckt. „Zeichnest du vorher eine Skizze?“, fragt Kawahara. Beit: „Den Prototyp entwerfe ich hier direkt an der Schneiderpuppe.“ Kawahara lächelt. Ihre Entwürfe daheim testet sie am eigenen Körper.

Als sie ein Kind war, schneiderte ihr die Mutter viele Kleider, „die waren sehr hübsch und feminin“, erinnert sie sich. Kawahara aber gefielen Farben der Männermoden mehr. „Ich akzeptiere mich gerne als Frau, trage aber ungern klassisch weibliche Kleidung.“ So entwickelte sie ihren Stil, rauer, offener und entspannter: „Ich will nicht immer meine Bodyline zeigen. Meine Mode ist für alle, die selbstbewusst mit ihrem Körper umgehen.“

Und Berlin ist ein passender Ort, dies auszuleben. Am Zoologischen Garten, schnaubt eine Frau. „Wenn man sich die Zahlen anschaut, ist das ernüchternd“, sagt Marte Hentschel. Sie blättert in einer Studie mit dem Titel „German Fashion Footprint“ und zeigt auf Seite 6: „Die Treibhausgasbilanz der deutschen Modeindustrie betrug 2019 rund 38 Millionen Tonnen“, liest sie vor. „Das entspricht 8,7 Millionen Fahrten rund um die Erde mit einem Familien-Pkw.“ Hentschel, 44, ist Professorin für Sustainable Fashion an der BSP Business & Law School in Berlin. „Fast drei Viertel des Modemarkts bestehen aus synthetischen Fasern – also aus fossilen Rohstoffen“, eine Mode, die zu 90 Prozent im Müll lande. Hentschel steht im ersten Stock von Bikini, einer Konzept-Shoppingmall unweit vom Zoo, an einer Stoll-Flachstrickmaschine, so lang wie ein Van. „In unserer Mikrofactory erforschen wir, wie mit weniger Energie und näher am Bedarf produziert werden kann“, sagt sie – in Teilzeit ist sie Co-Geschäftsführerin von „VORN“. Der vom Land Berlin mitfinanzierte Fashion Hub erprobt skalierbare Lösungen für positive Auswirkungen in der Modeindustrie. „So günstig wie Fast Fashion à la SHEIN kann man nicht werden“, sagt sie. Siebzig Prozent aller Kunden seien an Nachhaltigkeit interessiert, aber nur zehn Prozent kauften entsprechend. Hentschel nennt es „das Preis-Ding“. „In Deutschland ist der Markt preissensibler als etwa in Frankreich oder Italien“, sagt sie. Heißt: Die Deutschen wollen viel kaufen, aber möglichst wenig dafür zahlen. „Umlernen dauert.“ Eine Perspektive sieht sie durch Regulation: „Wenn die wahren Kosten von Mode – auch für die Umwelt – eingepreist werden, verschieben sich Kaufentscheidungen.“

Hentschel erkennt indes einen Trend. Als sie vor 20 Jahren ihre eigene Firma gründete, war sie als Frau allein. „Eine

> „In Deutschland ist der Markt preissensibler als etwa in Frankreich oder Italien … Wenn die wahren Kosten von Mode – auch für die Umwelt – eingepreist werden, verschieben sich Kaufentscheidungen“
>
> **MARTE HENTSCHEL**

►





Oben: In der Textilwerkstatt entsteht aus Seilen ein Ganzkörperschmuck. Rechts: In der „Kleiderei" steht den Mitgliedern hochwertige Mode zur Verfügung

Studentin von mir hat in ihrer Bachelor-Arbeit herausgefunden, dass es in Berlin inzwischen 190 Start-ups im Bereich nachhaltiger Mode gibt", sagt sie, „und 60 Prozent von ihnen werden von Frauen geführt." Bei Start-ups generell liegt der weibliche Führungsanteil bei 17 Prozent. „Es gibt tolle Innovationen", berichtet sie: „Zum Beispiel den Direktverkauf über Social Media – damit lassen sich Zwischenhändler umgehen." Überhaupt hat sich der Onlineumsatz-Anteil im Mode-Einzelhandel seit 2012 europaweit verdreifacht. „Gerade nachhaltige Modeproduzenten konnten seit der Pandemie über Social Media eine eigene Kommunikation mit ihrer Community aufbauen." Seitdem zeige sich in Berlin eine Konzentration dieser Szene wie nirgends in Europa.

Diese präsentiert sich auch im Schatten der Berlin Fashion Week. Das Thermometer steigt auf 36 Grad Celsius, als sich in Berlin-Neukölln eine Gruppe aus elf Frauen zur „Green Fashion Tour" aufmacht, die Designerinnen und Händlerinnen kommen aus Antwerpen, Frankfurt am Main und Utrecht und wollen Bojen nachhaltiger Berlinmode sehen – organisiert von COSH. Die Plattform dient der Vernetzung von Kunden und Anbietern. „Designer sind bei dieser Revolution schon an Bord, nur die Verbraucher ziehen mit steigenden Lebenskosten weniger nach", sagt Tourführerin Marie Budde. Dann geht es hinein in den ersten Laden: Drinnen, bei „Vincente", begutachten sie eine zehn Meter lange Produktionslinie. „Unsere Strickmode stellen wir aus nachhaltiger Wolle her", erklärt Gründerin Birgit Tappe. Hinter dem Verkaufsraum liegt das Atelier. „An einem Pulli stricken wir zweieinhalb Stunden." Rechts neben der Tür hängt ein Plakat, darauf mit Edding: „Männer!" „Das ist unsere auszubauende Zielgruppe", sagt Tappe schmunzelnd. „Das hängt da aber schon lange."

Als nächsten Etappenpunkt steuert die Tour die „Kleiderei" in Kreuzberg an. „Wir sind wie eine Bücherei für Kleider", begrüßt Verkäuferin Marlene die Gruppe. Der Altbau mit hohen Decken wirkt erst mal wie ein kubischer Modeshop, nur weist ein Plakat auf das Geschäftsmodell hin: „Stil hast du, Kleider leihst du" steht darauf geschrieben. Gegen eine monatliche Gebühr können aktuell 200 Mitglieder vier Teile auf einmal leihen – so oft und lange, wie sie wollen. Drei Kilometer westlich dann das Endziel: ein Pop-up-Store von COSH in einer Filiale von Peek & Cloppenburg am Potsdamer Platz; die „Conscious Fashion Store"-Filiale will generell Ansätze nachhaltiger Mode testen. Der Laden ist gut besucht, „viele Kunden wissen gar nicht, was alles hier nachhaltig ist", sagt Tourführerin Budde.

Es gibt eine in diesem Berlin, die wirklich weiß, was sie will: Barfuß läuft Sia Arnika durch einen engen Schminkraum, der erstrahlt ist durch Scheinwerferlicht und die Sonne, die durch Fenster dringt – ein Kontrast zur Halle zwei Türen weiter: breit wie ein Hangar und lichtlos in Schwarz verhüllt. Noch 60 Minuten bis zu ihrer Show dort, der Spring/Summer-Kollektion 2026 „Summer Time Sadness" auf der Berlin Fashion Week. Haarspray zischt durch den Raum, Kameras klicken. Jedes Model trägt vorm Einkleiden Schwarz. Und Sia Arnika sowieso. In Berlin ausgebildet, hat die Dänin in der Stadt ihr eigenes Label gegründet und startet durch: Die Musikerin Charli XCX zeigte sich mit einem Höschen Arnikas aus dem Kragen eines Herren-Poloshirts, die Unternehmerin Kylie Jenner ließ sie eine Kollektion gestalten. Und: Der German Fashion Council hat ihr Label dieses Jahr ausgezeichnet, wegen umweltfreundlicher Materialien, fairer Produktionsprozesse und Langlebigkeit. Sia Arnika, 36, ist Zeugin dafür, dass Nachhaltigkeit made in Berlin in die globale Beletage einzieht. „Meine Eltern gaben mir mit", sagt sie im Vorbeigehen, „dass wir für die Welt, in der wir leben, zu sorgen haben." Sie versuche dies in der Mode, so gut sie könne. „Wir Designer sind so weit. Nun braucht es einen Push aus der Politik." Sie sei, sagt sie mit Blick auf die Uhr, chronische Optimistin.

Es ist 18:28 Uhr, Sia Arnika stellt sich in die Mitte des Raums, die Models umringen sie. „Everybody dresses", gibt sie ruhig den Startbefehl. Ein Stimmengewirr hebt an, man stellt sich in eine Reihe, Arnika schweigt. Dann flutet Musik heran, tiefe Basstöne wie Donner und purzelnde Regenfall-Sounds. Models schreiten in die Halle, ein Nebelwerfer dimmt das Neonlicht der Decke. 20 Minuten lang umkreisen sie eine Lincoln-Stretchlimousine in der Mitte – dann beendet tosender Applaus die Show. Arnika kommt kurz hinein, winkt, lächelt gelöst und verschwindet gen Schminkraum, wo der Berliner Himmel immer noch strahlt.