



SMS Betrug
Die verborgenen Gefahren
des Online-Konsums
Seiten 20-21

Nachhaltigkeit – auch ohne Label

Der Juckerhof Seite 10 – 11

Circular Clothing:

kreislauffähige Textilprodukte Seite 14 – 15



Circular Clothing: kreislauffähige Textilprodukte

Soll der Planet für zukünftige Generationen bewahrt werden, muss die Textilindustrie den Weg vom linearen zum zirkulären Ansatz einschlagen. Die Vision der Genossenschaft und Kollaborationsplattform Circular Clothing ist eine abfallfreie Textilindustrie. Eine kreislauffähige Textilindustrie produziert keinen Abfall. Indem sie ihre Kräfte bündeln, sollen kleine Mode- und Textillabels befähigt werden, Cradle to Cradle Certified® Produkte auf den Markt zu bringen. Auf ihrem ambitionierten Weg werden sie unterstützt durch den Innovationspartner Migros- Pionierfonds, dem Zertifizierungspartner epeaswitzerland und dem Wissenspartner STF Schweizerische Textilfachschule.

Textilindustrie als zweitgrösster Umweltverschmutzer

Die Fakten sind eindrücklich: In den letzten zehn Jahren hat sich der Umsatz mit Kleidern mehr als verdoppelt, d. h. es werden jährlich mehr als 100 Milliarden neue Kleidungsstücke produziert. Die Produktion wird immer billiger und schneller. Nach einem Jahr sind 60 % der Kleidungsstücke bereits Abfall. Das entspricht einem Güselwagen voller Kleidung pro Sekunde. Viele Kleidungsstücke werden, wenn überhaupt, nur einmal getragen. Die restlichen 40 % werden weder verkauft noch verwendet (Quelle: Ellen MacArthur Foundation). Die Textilindustrie ist somit die zweitgrösste Umweltverschmutzerin der Welt.

Den Weg zur Kreislauffähigkeit ebnen

Im Interesse des Planeten muss die Art und Weise, wie Textilien entworfen, hergestellt und verwendet werden, neu gedacht werden. «Damit die Modeindustrie nachhaltiger werden kann, braucht es einen zirkulären Ansatz und besondere Unterstützung für kleine Unternehmen. Deshalb fördert der Migros-Pionierfonds das Projekt Circular Clothing, das kleinen Schweizer Textillabels den Weg zur Kreislauffähigkeit ebnet», so Corinne Grässle,

Projektleiterin beim Migros-Pionierfonds. Kleine und mittlere Textillabels stehen vor grossen Herausforderungen, wenn es um die Beschaffung von zirkulären Materialien geht. Dies liegt an kleinen Produktionslosen, begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen und fehlenden Informationen. An diesem Punkt setzt Circular Clothing an: es bietet Schweizer Textillabels eine Plattform, um gemeinsam mit Materialien zu arbeiten, die sicher, gesund und zirkulär sind. Hierzu wird auch das notwendige Wissen vermittelt, wie kreislauffähige Produkte in den Bereichen Fashion, Active Wear, Outdoor Wear und Home Textiles entworfen und produziert sein müssen, damit sie nach dem Cradle to Cradle®-Standard zertifiziert werden können.

Über 30 kreislauffähige Produkte entwickelt

Die intensive Forschung der letzten drei Jahre zeigt, dass Cradle to Cradle Certified®-Materialien und -Anwendungen auf dem Bekleidungsmarkt im Moment nur begrenzt verfügbar sind. Dennoch ist es gelungen, eine Auswahl an Materialien und Ausrüstungen für weitere Produkte in den Bereichen Mode, Accessoires und Heimtextilien bereitzustellen. So lancieren im Herbst 2023 vier Labels über 30 neue Cradle to Cradle Certified® Produkte:

the Blue suit

Wie muss ein Kleidungsstück designt sein, damit es biologisch abbaubar ist? Dies ist die zentrale Frage, die the Blue suit antreibt. Eine Antwort hierzu gibt der Cradle to Cradle®-Designansatz, der mit der Black Denim-Kollektion im 2022 umgesetzt wurde. Nach intensiver Recherche sowie Anpassungen an das Produktdesign und die Lieferkette ist mit der Black Denim Collection, die Cradle to Cradle Certified® ist, ein erster bedeutender Meilenstein erreicht. Biologische Abbaubarkeit beginnt bei der Materialwahl: In Frage kommen nur Materialien ohne Giftstoffe, die gesund für Mensch und Umwelt sind. Ebenso wichtig ist, wie die Materialien verarbeitet, welche Farbstoffe eingesetzt werden und wie die Waschungen und Drucke erfolgen. Auch diese Produktionsschritte müssen Cradle to Cradle®-konform sein. Last but not least, bildet die Black Denim-Kollektion von the Blue suit den Ausgangspunkt der gemeinsamen Lieferkette und Cradle to Cradle®-Zertifizierung.



Lavie

«Made to last», so der Name der Cradle to Cradle Certified® Gold Capsule Collection von lavie, welche an den Zurich Design Weeks 2023 erstmals gezeigt wird. Gleichzeitig ist «made to last» auch die Designmaxime, welche dem gesamten Sortiment des Heimtextil-Herstellers zugrunde liegt. Das junge Label aus Langenthal macht Textilien, die ihren Nutzer im Alltag begleiten. Im besten Fall ein Leben lang. Mit «made to last» lanciert lavie erstmals eine vollumfänglich biologisch abbaubare Kollektion, die das Cradle to Cradle®-Zertifikat trägt. Die Kollektion besteht aus Zierkissen und Kochschürzen, die in Italien gewoben, genäht und mit Lasertechnik graviert werden. Flüchtige, vergängliche Dinge haben zum Design der Capsule Collection inspiriert. Was beim Kochen an Gemüseabfällen entsteht oder im Alltag zwischen Sofakissen verschwindet: Unscheinbares zielt die «made to last»-Produkte.

STUNED

Die Mission des Start-ups STUNED war immer, hochwertige Taschen zu kreieren, die im Einklang mit der Natur stehen. Bisher stand der Designprozess im Vordergrund und die Wahl der Komponenten war eine vergleichsweise einfache Aufgabe. Auf diese Weise kommen für ein Produkt schnell zwischen 10 bis 20 verschiedene Komponenten zusammen. Die Gründerinnen mussten aufgrund der begrenzten Verfügbarkeit von Cradle to Cradle Certified®-Materialien und der geforderten Mindestbestellmengen umdenken. Not macht erfinderisch - die neue Frage lautete: Was ist alles möglich mit einer minimalen Anzahl an Komponenten? Entstanden ist ein erweitertes Produktesortiment, welches selbst die Jungunternehmerinnen überrascht. Zusammen mit dem klaren Bekenntnis zur Nachhaltigkeit wird weiterhin an der Schweizer Fertigung festgehalten und neue Produkte, die alle aus den gleichen vier Cradle to Cradle Certified®-Komponenten hergestellt sind und zeigen: Trotz minimalistischem Design muss auf nichts verzichtet werden.

Maison blanche

Der Modedesigner Yannik Zamboni, Gewinner der US Fashion Reality Show "Making the Cut" Ausgabe 2022, hat auf der diesjährigen Fashion Show der STF seine neuste Capsule Collection für *maison blanche* vorgestellt. Der Fokus der Kollektion liegt auf vier herausragenden Stücken, darunter zwei Bodies, ein Crop-Top und ein Tank-Top. Alle Modelle sind in der Schweiz hergestellt. Yannik Zamboni hat mit seiner Capsule Collection bewiesen, dass Nachhaltigkeit und Mode Hand in Hand gehen können, ohne Kompromisse bei Stil und Qualität einzugehen. Die einzigartigen Designs und die ressourcenschonende Herstellung setzen ein deutliches Zeichen für eine umweltbewusste Zukunft der Modebranche.



Gemeinsam Grosses bewirken

Mit kreislauffähigen Produkten, die keinen Abfall verursachen, kann der Planet für zukünftige Generationen bewahrt werden. Dazu braucht es Lösungen, die alle Aspekte des Produktlebenszyklus von Textilien abdecken: gesunde Materialien, ressourcenschonende Verarbeitungsprozesse ohne Giftstoffe und faire Arbeitsbedingungen, Ausbau und Digitalisierung einer zertifizierten Materialbibliothek, Ausbau einer zertifizierten Lieferkette, Digitaler Produktpass für maximale Transparenz vom Material, über Herstellung bis zur Rücknahme. Mehr kreislauffähige und gesunde Produkte für alle! Machen Sie einen Unterschied und werden Sie Förderer!

www.circularclothing.org

Was heisst *Cradle to Cradle* (abgekürzt C2C) eigentlich?

«Von Wiege zu Wiege», sinngemäss «vom Ursprung zum Ursprung» ist ein Ansatz für eine konsequente Kreislaufwirtschaft. Cradle-to-Cradle-Produkte sind demnach solche, die entweder als biologische Nährstoffe in biologische Kreisläufe zurückgeführt oder als technische Nährstoffe in technischen Kreisläufen kontinuierlich gehalten werden können. (Wikipedia)



Impressum

Herausgeber

Schweizerisches Konsumentenforum kf
Belpstrasse 11
3007 Bern

Tel. 031 380 50 30
info@konsum.ch

www.konsum.ch

Twitter: @kf_schweiz
Facebook: Konsumentenforum
Instagram: Konsumentenforum
LinkedIn: Schweizerisches
Konsumentenforum kf

Redaktion

Ruth Dickenscheid
Babette Sigg

Konsumhelden

Carl-Philipp Frank

Gestaltung

Fruitcake Werbung+Presse AG

Druck

Rubmedia AG, Bern
Michel Kläy

Auflage

1'500 Stk.

Beratung

Tel. 031 380 50 34
beratung@konsum.ch

Präsidentin / Geschäftsführerin

Babette Sigg Frank

kf – wo die Sprachwelt noch in Ordnung ist.

Das kf hat sich entschieden, die Genderdiskussion zugunsten Wesentlicherem auf später zu verschieben. In unserem Magazin finden Sie keine*, keine: und keine Binnen-i. Wir setzen auf generisches Maskulinum und stehen dazu.

Aus Erfahrung stark in Kommunikation.

rubmedia

www.konsum.ch