

Wirtschaft

Alles Bio im Kleiderschrank

Diese Saison trägt man ökologische und soziale Verantwortung – Biomode als Trend auf dem Laufsteg.

Astrid Kasperek

„Green is the new pink“, lautet der Marketing-Slogan des US-amerikanischen Modeunternehmens Victoria's Secret. Grüne Unterwäsche lässt dort derzeit die Kassen klingeln. Mit Grün ist jedoch nicht die Farbe gemeint, denn auch rosa Unterwäsche kann grün sein. Es handelt sich schlicht um Ökodessous, hergestellt aus biologischer Baumwolle.

Ökotextilien und faire Mode (keine Kinderarbeit, faire Bezahlung) sind dabei, ihr Nischendasein in Bioläden und Dritte-Welt-Shops zu beenden, und halten Einzug in große Mode- und Versandhäuser. Eco-Fashion – ein neuer Modetrend im Zeitalter des Klimawandels. Weit entfernt vom ärmlichen Schlabber-Look der dogmatischen Biofreaks der 80er Jahre ist die Ökomode sogar auf internationalen Laufstegen gelandet. Motto: „Haute Couture mit gutem Gewissen“. Auch Armani und Co haben erkannt, dass Öko gut ankommt, förderlich fürs Image ist und nicht kratzt.

Zwar stammen derzeit nur 0,1 Prozent von insgesamt 25,7 Mio. Tonnen Baumwolle der Saison 2006/2007 aus kontrolliert biologischem Anbau, aber die Nachfrage nach Biobaumwolle steigt kontinuierlich. Für die nächsten Jahre werden laut *Organic Cotton Market Report* Wachstumsraten bis zu 116 Prozent erwartet. Zu den Hauptabnehmern von Biobaumwolle gehören derzeit die Sportartikelunternehmen Nike und Patagonia sowie die Schweizer Supermarktkette Coop.

Heimischer Biobaumwoll-Trend

„Auch in Österreich wurschteln sich Ökotextilien raus aus der Nische in Richtung Trendprodukt“, sagt Michaela Knieli vom Verband Österreichischer Umweltberatungsstellen „Die Umweltberatung“ in Wien. Allerdings sei das Wissen um Ökotextilien sehr gering. Die Hälfte der Österreicher konnte laut Gallup-Umfrage 2006 mit dem Begriff nichts anfangen, nur 21 Prozent der Befragten wussten von den mit Label gekennzeichneten Ökotextilien. Das könnte sich jedoch heuer noch ändern. Nach dem Modehauskonzern H&M wirbt nun auch C&A in den 15 österreichischen Filialen mit einem hauseigenen „Bio-Cotton“-Siegel. H&M bringt eigene Kollektionen aus

100 Prozent Biobaumwolle auf den Markt und kündigt an, diesen Anteil im gesamten Sortiment zu erhöhen. Die Nachfrage ist da, betonen die Sprecher der Modeunternehmen unisono und führen das große Interesse an biologischen Textilien auf gesteigertes Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Kunden zurück.

„Allerdings ist noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten“, betont Knieli und bemängelt den Umstand, dass das Gros

der Konsumenten bei der Angabe von 100 Prozent Baumwolle auf dem Etikett nach wie vor glaubt, 100 Prozent Natur zu kaufen. Nur langsam dringt es bis zu den Verbrauchern vor, dass bei der herkömmlichen Produktion von Baumwolle kaum mehr von Naturfaser gesprochen werden kann. Denn zehn Prozent der weltweit eingesetzten Pestizide und 25 Prozent aller versprühten Insektizide werden für die Ackerfläche von Baum-

wollfeldern gebraucht. Kontaminationen von Boden, Wasser und Nahrungsmitteln sind die Folge. Auch Vergiftungs- und Todesfälle unter den Feldarbeitern und Bauern sind keine Seltenheit. „Man sollte sich bewusst machen, dass durch den Kauf eines einzigen T-Shirts aus Biobaumwolle sieben Quadratmeter Ackerfläche pestizidfrei gehalten werden können“, appelliert Knieli an das Gewissen der Konsumenten.

Wo die ASFINAG auf reibungslosen Datenfluss setzt ...

... und mit IT Operations Zuverlässigkeit und Leistung verknüpft.

- IT Operations
- Outsourcing
- Security Services
- Software Solutions
- Client Management
- Output Services

Info

● **Baumwolle** ist die weltweit am häufigsten verwendete Naturfaser zur Herstellung von Kleidung. Das „weiße Gold“ wird in rund 70 Ländern angebaut. Hauptproduzenten: China, Indien, Türkei und die USA. In den Entwicklungsländern sind etwa 140 Mio. Menschen im Baumwollanbau oder der Verarbeitung tätig. Der Wert des gesamten Baumwoll-Handelsvolumens beläuft sich auf rund 8,7 Mrd. Euro. Übrigens: Für die Baumwolle eines einzigen Paares Jeans benötigt man bis zu 8000 Liter Wasser.

Die Raiffeisen Informatik entwickelte und betreibt die zentrale IT-Infrastruktur des LKW-Mautsystems der ASFINAG. Täglich werden über 2,6 Millionen Maut-Transaktionen verarbeitet. Moderner IT-Betrieb beinhaltet Echtzeit Monitoring, mehr Überblick über Infrastruktur, höchste Verfügbarkeit sowie Optimierung der Abläufe. Dies ermöglicht dem Kunden Kostentransparenz und Effizienzsteigerungen. Wir übernehmen die gesamte Verantwortung für Ihren IT-Betrieb. Damit Ihr Geschäft wie am Schnürchen läuft und Sie somit wettbewerbsfähig bleiben.

Nähere Informationen und Ansprechpartner auf www.r-it.at oder unter 01-21136-3870



RAIFFEISEN INFORMATIK