

Der gläserne Trench

Bruno Pieters hatte genug von den manchmal fragwürdigen Produktionsbedingungen in der Modebranche. Deshalb probt der Designer nun radikale Transparenz: Sein neues Label legt alles offen, vom Herstellungsprozess bis zur Preisgestaltung

Daniela Leistikow, Antwerpen

Löcher im T-Shirt-Kragen, ungekämmtes Haar, Tabakkrümel an den Händen – so haben sie Bruno Pieters bei Boss wohl nie erlebt. Bis vor zwei Jahren noch wirkte er in Metzungen, war Chefdesigner der jungen Linie Hugo by Hugo Boss. Als Perfektionist bekannt, schuftete er unermüdlich an dem jungen Label und nebenher noch an der eigenen Kollektion. Stars wie Lady Gaga oder Diane Krüger zeigten sich in seinen Kreationen. Pieters machte immer weiter, bis an den Rande des Burnouts. 2010 schmiss er hin, wollte mit dem ganzen Business nichts mehr zu tun haben, nie mehr Mode.

Heute sitzt der 37-Jährige in seinem schneeweißen Antwerpener Loft und übersät die Schreibtischplatte mit Tabakresten, ganz entspannt. Pieters ist endlich bei sich angekommen. Zurück in seiner Branche zwar, aber mit einer Idee, die für die Geheimnisträger der Fashionbranche eine Revolution gleicht: völlige Offenheit. Ein Modelabel, das alles über seine Produkte verrät, totale Transparenz von der Naht bis zum Knopf. Dafür steht Pieters' neues Label Honest by. Es ist das erste Unternehmen überhaupt, das Herstellung und Preiskalkulation seiner Waren komplett öffentlich macht.

Die Inspiration für den ehrlichen Neuanfang scheint einem Erleuchtungsratgeber entnommen. Nach dem Boss-Aus verbrachte Pieters ein Jahr in Indien. Dort erlebte er, wie Luxusmode von fachkundigen Händen zu Dumpinglöhnen genäht wurde. Wissen, wie seine italienische Designertasche produziert wird – das wollte er als Kunde. „Nur weil etwas teuer ist, bedeutet das nicht, dass eine positive Geschichte dahintersteckt und es zu fairen Be-

„Die Geschichte hinter der Mode muss so schön sein wie das Design“

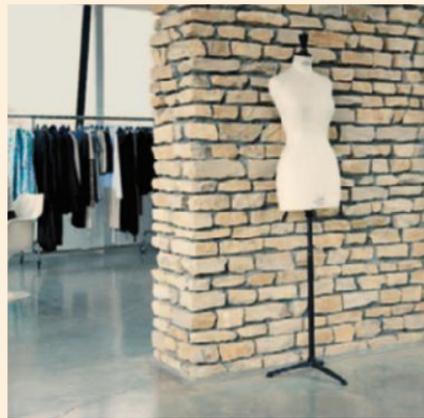
BRUNO PIETERS

dingungen produziert wurde“, sagt Pieters. Nach Italien sei die Ledertasche, die er sich gekauft hatte, leider nur zum Verpacken gekommen. Schick fand der Belgier sie da nicht mehr. Und wollte beweisen, dass das auch anders möglich ist.

Auf den ersten Blick gleicht seine Honest-by-Webseite, die seit Januar am Netz ist, jedem beliebigen Onlinemodeshop, ein wenig aufgeräumter vielleicht, ein wenig ausgesuchter und teurer. Topgestylte Models auf Hochglanzfotos präsentieren Shirts, die so viel kosten wie ein iPad.

Doch wo bei anderen die Produktinformationen kaum über „80 Prozent Baumwolle, 20 Prozent Viskose, Maschinenwäsche 30 Grad“ hinausreichen, haben sie bei Pieters den Umfang einer Kurzgeschichte. So steht in der Beschreibung nicht nur, woher der Hemdknopf aus Holz kommt und wer ihn wo geschnitten hat, sondern auch, wie viel das Material kostet: Er stammt vom belgischen Großhändler Alies, ist aus Ölbaumholz, kostet 49 Cent und wurde in der belgischen Manufaktur Belwico angenäht, unter mutmaßlich angenehmen Arbeitsbedingungen für deren 18 Angestellte. Sämtliche Angaben über Material und Hersteller hat Pieters zusammen mit seinen zwei Mitarbeitern monatlang recherchiert und in einer Datenbank festgehalten, einmal jährlich wollen sie künftig die Standards prüfen.

„Ich denke, die Geschichte hinter der Mode muss so schön sein wie das Design. Sonst gibt es keinen Grund, sie zu kaufen“, sagt Pieters. Deswegen produziert Honest by hauptsächlich in Europa und verwendet fast ausschließlich natürliche, vegane Materialien, um nachhaltig produzieren zu können. Das hat seinen Preis, auch weil Pieters bislang maximal 20 Exemplare jedes Kleidungsstücks herstellen lässt, auf die die Kosten umgelegt werden können. Das Material für das weiße Hemd, an dem der Knopf



Nicht so honest: Bevor die Fotografin ihn in seinem Loft (o., u.) porträtieren durfte, tauschte Bruno Pieters (r.) den Kreativ- gegen den Repräsentationslook



hängt, kostet 37,34 Euro. Dazu Herstellung, Transport und Branding, macht 96,02 Euro. Der kreative Prozess und alles, was ein Designer zum Arbeiten braucht, verdoppeln den Preis auf 192,05 Euro. Die Aufwendungen für die Honest-by-Plattform, ihre Mitarbeiter, den Webshop, das Büro noch obendrauf: 386,10 Euro zahlen US-Käufer, Europäer 476,76 Euro inkl. Mehrwertsteuer. Weit mehr Informationen, als der Durchschnittskunde gewohnt ist.

Noch ist diese Form der Transparenz ein Luxusgut. Viele Besucher von Pieters' Webshop schreckt der hohe Preis des bewussten Konsums. Deswegen arbeitet der Designer zwar daran, seine Kollektion auch in Läden zu verkaufen – dann kann er höhere Stückzahlen produzieren, und der Preis sinkt. Seine originäre Zielgruppe aber sind die, die sich alles leisten können. „Die sind von einem schönen Kleid nicht beeindruckt, denn sie können sich einfach alle Kleider kaufen, die sie schön finden“, sagt Pieters. Was diese Leute wollten, sei eine Geschichte zur Kleidung: Woher kommt das Material für den Trenchcoat, wer hat den Regenmantel wo angefertigt, wie nachhaltig ist er? Klar, dass diese Story nicht von Kindern handeln kann, die sich beim Nähen eines Designerstücks die Finger blutig stechen.

Pieters hat den Zeitgeist erkannt. Lange war die Verschränkung von Nachhaltigkeit und Luxus eine Ausnahme in der Branche. Wer Designerkleidung



wollte, konnte kaum nachhaltig konsumieren. Und selbst als der Bioboom von Lebensmitteln auf Kleidung übergriff und Eco-Chic zu einem Trend wurde, den sogar H&M mitging, war nachhaltige Designermode selten. Das hat sich geändert: Auf der Fashion Week in London, die am 14. September beginnt, gibt es eine eigene Ausstellung für ökologische Luxusmode, die Esthethica. Pieters zeigt seine zweite Kollektion für Honest by zuerst dort und dann Ende September im eigenen Showroom in Paris.

Außer ihm haben bisher fünf andere Modeschöpfer nachhaltige Luxusmode unter der Marke kreiert, darunter Nicolas Andrea Taralis, früher für Dior tätig. Alle drei Monate soll ein neuer Designer hinzukommen. Die Vorgaben für ihre Entwürfe sind streng. Knöpfe aus Horn oder Perlmutter gibt es bei Pieters ebenso wenig wie Lederwaren oder Fell. Die Kollektionen sind nahezu vollständig aus organischen Materialien wie Baumwolle gefertigt, wenige Stücke aus recycelter Wolle oder Naturseide.

Für den Labelgründer ist der Abschied von tierischen Stoffen das Ende eines Reifungsprozesses. Einst war Pieters ein großer Fan von Häuten: Zwischen 2005 und 2009 war er Kreativdirektor bei Delvaux, der ältesten Ledermarke Europas. Als die 90er vorbei waren, in denen alle die Welt hätten retten wollen, sei es nicht mehr cool gewesen, ökologisch zu denken, sagt Pieters. „Das war etwas für Hip-

Honest Buy

Angebot Anfangs gab es im Webshop nur Damen- und Herrenbekleidung, vieles davon aus Leinen oder Baumwolle. Seit August sind auch Schuhe erhältlich: Die High Heels von Maison des Talons werden aus veganen Materialien komplett in Europa gefertigt. Weitere Accessoires sollen folgen.

Preis Ein einfaches Muskelshirt gibt es schon für 124,44 Euro. Am oberen Ende des Spektrums: ein Seidenkleid zu 1427,68 Euro.

pies – ich denke, ich bin mit dem Strom geschwommen und habe mir eingeredet, dass es okay ist, Fell und Leder zu verwenden.“ Nun, da er eingesehen hat, dass Kleidung aus Tieren nicht gut ist, ist Pieters auch optimistisch, was seine Kunden angeht. „Wenn ich meine Einstellung ändern kann, dann kann das wirklich jeder.“ Kaufen sei schließlich wie wählen gehen: Man heiße gut, wie jemand seine Waren produziere. Bei den Verkaufszahlen allerdings ist plötzlich Schluss mit der Transparenz. Zufrieden jedenfalls ist Pieters, dafür, dass Honest by erst so kurz besteht. Und sollte sein Unternehmen Gewinn machen, will er 20 Prozent spenden.

Um das große Businessding aber scheint es ihm nur nebenbei zu gehen. Bei Boss habe er alles gehabt, eine Horde Assistenten, Flüge erster Klasse, Verantwortung für Kollektionen im Wert von 250 Mio. Dollar. „Aber all das hat mich nicht glücklich gemacht. Ich fühlte mich wie ein verwöhntes Kind – und habe mich wahrscheinlich auch so benommen.“ Bei Honest by könne er zum ersten Mal zu 100 Prozent sagen, dass er liebt, was er tut.

So, wie er dafür brennt – ist da der nächste Burnout nicht nah? „Bei Honest by macht es mir nichts aus, lange zu arbeiten und so viel Aufmerksamkeit zu haben“, sagt Pieters. „Ich habe das Gefühl, dass ich etwas Sinnvolles tue. Wenn ich morgen sterbe, muss ich nichts bereuen.“

CULTURE CLUB DER PFÜTZENKINDERBLUES



Anja Rützel

Was soll das Theater, wo spielt die Musik? Unsere Expertin weist den Weg durch den Kulturbetrieb der nächsten Woche

Es gibt einen einfachen Wesenstest, um relativ verlässlich herauszufinden, ob einem die Musik von **How to Dress Well** behagen wird oder eher nicht. Erinnern Sie sich an die Sanostol-Werbespots, in denen eine Gruppe Schulkinder nach Hause geht? Die meisten von ihnen toben lärmend dahin, während ein einzelnes – das Sanostol-Kind – hängend Kopfes und trüben Blickes durch Regenpfützen schlurft. Nun der Test: Mit welchem dieser Kinder würden Sie spontan sympathisieren? Sie ahnen den Ausgang.

Doch auch wenn Sie eher ein vernünftiges Lärmerkinder wären, besteht die Chance, dass Sie etwas mit „Total Loss“ anfangen können, dem zweiten Album von Tom Krell alias How to Dress Well, das nächste Woche erscheint. Zumindest wenn auch Sie Bon Iver mögen, jenen Schmerzmann, auf den sich im vergangenen Jahr irgendwie alle einigen konnten, Sie bei Prince nicht gleich Zustände bekommen und nichts Grundsätzliches gegen Falsettgesang haben. How to Dress Well könnte der nächste Konsensschwä-

nensänger werden, wenn die Hypemaschine nach den gewohnten Mustern schnurrt.

Tom Krell war erst Brooklyn-Hipster und studierte dann Philosophie in Köln, und genau so klingt sein Album: leicht verzärtelte Kopfstimme, minimalistisches Piano, Streicher, dazu feinschauliges R'n'B-Soufflé (wobei ein Kritiker schlaunmerkte, das „B“ stehe bei diesen oft leiseretrischen Konstruktionen wohl eher für „Bedroom“) und tüchtig Hall. Dazu brummt manchmal etwas, das wie ein Rasierapparat klingt oder ein nicht passgenau eingestellter Radiosender.

Zynismusüberwindungsmusik soll das sein, sagt Krell selbst, die den beherrschten Kontroletti im Kopf mal für eine Weile ausschaltet. Musik, zu der man den Kopf über Wasser halten kann. Damit passt „Total Loss“ naturgemäß perfekt in die Zeit, obwohl dem Künstler selbst die aktuelle Weltgemütslage ziemlich schnurz sein dürfte. Er hat zwei Todesfälle im engsten Kreis zu verarbeiten, die bereits sein erstes Album „Love Remains“ und eine EP beeinflussten.



So düster, depressiv und vegetarisch, wie das nun klingt, ist „Total Loss“ aber wirklich nicht. Es wäre ein Jammer, würde das hoffnungsvolle, luftige Album in diesem Herbst nur von dickbesockten Knödelduftmäddchen gehört werden, die dazu vermutlich immer noch diesen grässlichen Vanilletee trinken.

Wagen Sie also ruhig mal einen Ausflug aus der Welt des Kraftmeierischen und Zupackenden, probieren Sie es mal mit dem offensiv Gefühligem bis Wehleidigen. Nur ein bisschen müssen Sie dabei aufpassen: „The bad part about flying is having to come back down to the fucking world“, warnt eine Kinderstimme zum Auftakt des Stücks „Say My Name or Say Whatever“ (ein Sample aus dem Film „Streetwise“), und danach ist ein herzhafter Wasserplatscher zu hören. Immer rein in die Sanostol-Pfütze!

„Total Loss“ von How to Dress Well erscheint am 14. September. Im Oktober folgen drei Deutschland-Konzerte: 26.10. Hamburg, 29.10. Berlin, 30.10. München.