



# HAUTE GREEN

## - den nya ecochica evolutionen

GLÖM RADIKALA ECO WARRIORS. NU GÅR ISTÄLLET FASHIONISTAS I SPETSEN FÖR DEN NYA ECOREVOLUTIONEN. HÅLLBART MODE ÄR HETARE ÄN NÅGONSIN UTAN ATT DET OSAR ECO. VI KARTLÄGGER DE MEST INNOVATIVA KONCEPTEN SOM KOMMER MEDFÖRA RADIKALA FÖRÄNDRINGAR – OCH NÅGRA SOM LIGGER I FRAMKANT REDAN NU.

AV JONNA DAGLIDEN OCH MALIN LUNDBERG  
FOTO ALL OVER PRESS

**ÅRET ÄR 2025, OCH SOM ALLTID** inför varje ny årstid är du sugen på att uppdatera din garderob. Men de senaste åren har du fått tänka om. Det är inte längre hållbart att köpa nytt varje säsong. Samhället tvingas hålla ihop på ett helt annat sätt med de olika klimatförändringarna som hotar oss, och på nyheterna såg du just att fabriker där kläderna tillverkas hotas av beväpnade gäng. Du gör din vanliga shoppingrunda, men istället för att den börjar i någon av alla butiker besöker du klädbiblioteket. Det är en vana för dig att låna, och ibland besöker du även en av alla community-grupper där man kan designa och sy sina egna kläder - och samtidigt diskutera mode och miljöfrågor. När du kommer hem fortsätter du din shoppingrunda med att prova kläder på nätet med en 3D-skanner. Med ett enkelt musklick skickar du sedan iväg ditt val till en 3D-printer som skriver ut kläderna. På så sätt har du hoppat över alla onödiga transportsträckor.

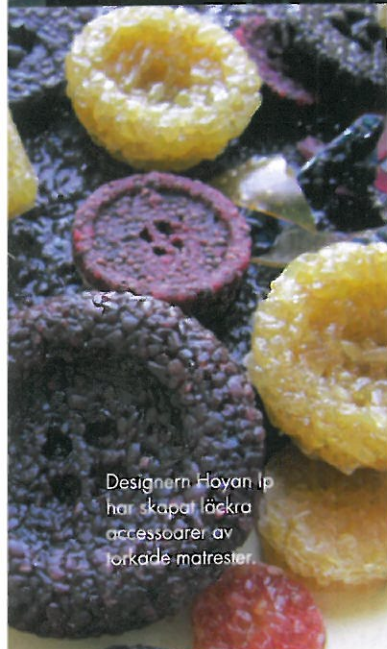
Låter det här extremt främmande? Inte om du ställer frågan till den brittiska organisationen Forum for the Future som tillsammans med Levi Strauss & Co har presenterat fyra olika scenarier för framtiden.

- De här provocativa scenarierna utmanar oss alla att blicka lite längre fram och att använda vår gemensamma kraft att skapa den typ av värld vi vill ha under 2025, säger **John**





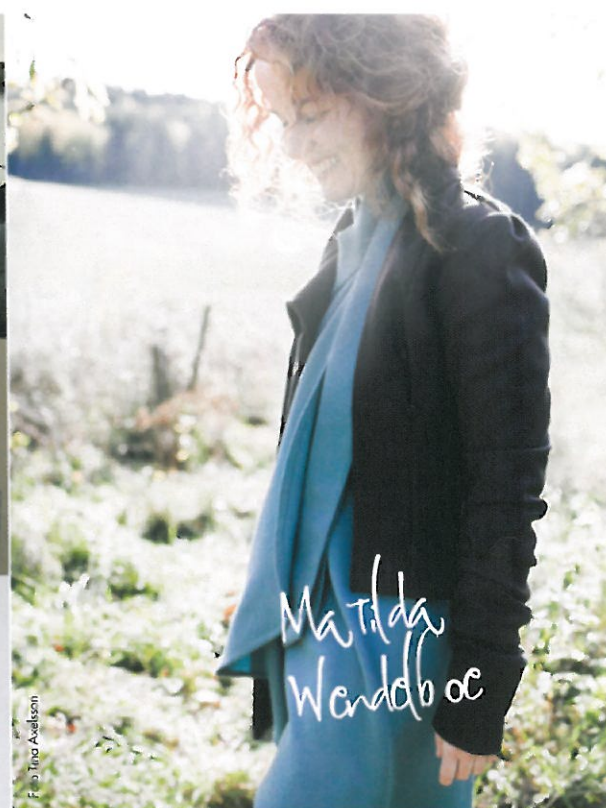
Blue Jeans Company försöker förändra vårt konsumtionsbeteende från grunden.



Designern Höyan Ip har skapat läckra accessoarer av torrkäde matrester.



Architectural Lace by Mercy Daniels.



Matilda Wendelboe



Stella McCartney

### Anderson, vd för Levi Strauss & Co.

Du kanske är medveten om att siffrorna inte ser speciellt ljusa ut just nu. I Sverige konsumerar vi 15 kilo kläder per person och år – och av dem hamnar hälften på soptippen. Den genomsnittliga livslängden för ett klädesplagg är tre år, och för snabbt mode mycket mindre. Vissa plagg slängs till och med efter en användning, eller utan att användas alls.

– Det kommer att ta lång tid att förändra massmarknaden. Men genom att bygga alternativ kommer människor att anamma det till slut, säger **Rebecca Earley** som är chef för Textile Futures Research Centre (TFRC), en del av världsledande Central Saint Martins och Chelsea College i London.

Just nu jobbar de tillsammans med svenska **Mistra Stiftelsen för miljöstrategisk forskning**, med sitt Textile Toolbox, ett program med tio budord som verkar för att lära svenska designers att skapa hållbart mode. Medan Rebecca Earley håller workshops för designstudenter på Konstfack i Stockholm och för stora företag som H&M, har hon ett helt team som jobbar med att ta fram innovativa koncept för modeindustrin, nu senast i rapporten Material Futures.

– Medan designers i Storbritannien gör visuellt större statements vad gäller hållbart mode, så finns det i svenskarnas





**Hållbart mode på framkant**

Förutom Nudie Jeans som är kända för sitt innovativa hållbarhetstänk, uppmanar ett annat Göteborgsbaserat jeansmärke, Blue Jeans Company, människor att byta jeans på sin flea market, och lämna in på lagning i butiken.

– Det vi försöker förmedla är ett ändrat konsumtionsbeteende. Det må ta tid, men den mängd kläder som produceras och slängs idag är ohållbar. Genom att visa på hur vackra plaggen blir efter en lång tids bärande tror vi även att vi kan inspirera och bidra till att konsumenten konsumerar på ett förnuftigare sätt för miljön, säger Klas Ericson, grundare av märket.



DNA att tänka på naturen och miljön. Man gör mode som håller länge. Men det menas även att det är en mindre riskfaktor här, vi behöver mer utmanande sätt att tänka. Framgångsrika designers i framtiden kommer att avfärda de traditionella säsongerna och trenderna, menar hon bestämt.

Det innebär även att inte bara tweaka produkter, det vill säga att bara ändra lite i ett plagg, utan även att tänka i det stora hela – på mode som ett system.

– Under 80- och 90-talen pratade man enbart om hållbart mode genom produkter. Nu pratar man istället om människorna som ligger bakom dem.

Vilken är designerns roll i kedjan, till exempel? Och hur kan man minska glappet med de som producerar kläderna?

Med sitt People's Print-projekt är det precis det som textil-designern **Melanie Bowles** gör. Tillsammans med **Dr Emma Neuberg** guidar hon dig i att designa dina egna kläder i processen som de kallar DIY Couture.

– Vi går emot de negativa effekterna av masskonsumtion, snabbt mode och globalisering. Det handlar om att investera i människors egen kreativitet och att ge dem ett förtroende, en vision och ett verktyg att skapa specialdesignade produkter.

Och det här är något som händer just nu. Precis som att många redan besöker klädbibliotek, som Lånegarderoben i Mid-sommarkransen i Stockholm, är det även möjligt att printa sina egna kläder med hjälp av People's Print. Något vi måste se mer av, enligt Rebecca Earley.

– Det innebär en demokratisering av mode, alla kan ta del av teknologin. Om man är involverad redan från designprocessen

får man en helt annan känslomässig tillhörighet med kläderna. På så sätt uppskattar man plagget mer.

Men om vi för en stund backar bandet, till då miljövänligt mode för första gången blev ett begrepp. Då, förknippat med urvattnade färger och stela tyger i beige, var det ett slags antimode som direkt skulle signalera att du minsann tänkte på miljön.

– Den förra vågen var hållbart mode utan hög modegrad. Hittills har konsumenter inte varit beredda att kompromissa med lägre modegrad till förmån

för större miljöhänsyn, menar **Christine Sundberg Carendi**, generalsekreterare för Association of Swedish Fashion Brands.

När ekologiskt mode blev trendigt i början av 90-talet, med hela Nature Calling-hysterin, blev ekologisk bomull som mest på tapeten.

– Men man ville ju inte köpa plaggen. Modet var mer en trädkramargrej där färgerna gick i petrol, rost och beige och plaggen hade kokosnötsknappar. Men 2004 började H&M göra något mer handfast och nu är vi störst köpare i världen av ekologisk bomull – och vi kommer nog att vara det ett tag, säger **Catarina Midby**, ansvarig för mode- och hållbarhetsfrågor på H&M.

Vad H&M nu har gjort är bland annat att satsa på Better Cotton. De har introducerat nyckelpigor som äter insekter ute på bomullsfälten, och de sparar upp till 40 procent vatten och upp till 80 procent kemikalier. En jättestor och viktig utveckling, enligt dem själva.

”Den förra vågen var hållbart mode utan hög modegrad.”



– När vi inledde vårt samarbete med **Stella McCartney** 2006 insisterade hon på att några av plaggen skulle vara gjorda av mer hållbara material. Det öppnade ögonen för vårt designteam – att det uppenbarligen fanns en länk mellan mode på hög nivå och hållbarhet, understryker Catarina Midby.

För precis som Stella McCartney så är det idag mer självklart för flera designers att tänka medvetet. Laurence Airlane, Maiyet och Honest by Bruno Pieters är bara några av dem, men även coola svenska märken som Sandra Backlund, Matilda Wendelboe och giganten Gudrun Sjödén som nu i mars öppnade upp sin gröna oas till butik i New York. **Gudrun Sjödén** är en sann pionjär, och har sedan starten för nästan 40 år sedan arbetat för hållbart mode, inte minst med ekologisk bomull. När hennes Green Store på Greene Street i NYC slog upp portarna stod press och fashionistas i kö – för aldrig har väl hållbart mode haft större inflytande på modebranschen än nu. Kläderna hos Gudrun Sjödén görs i naturmaterial och New York-butiken går i samma anda under temat "Nordic light meets green nature". Men vad tror hon själv kommer att dra New York-kunderna till sig?

– Det gröna och de gröna värdena, förklarade designern som även tror att alla färger och mönster kan locka folk.

I samma takt som medvetet mode fått högsta modegrad, så kan du inte längre urskilja det på plaggen. Det pratas istället om en ny green army av fashionistas med **Emma Watson**, **Lily Cole**, **Natalie Portman**, **Alexa Chung** och **Laura Bailey** i spetsen. Det vill säga inte längre synbara eco warriors utan några av världens mest stilsäkra kvinnor. Men vad är då skillnaden mellan ethical fashion och eco fashion? Förenklat koncentrerar sig ethical fashion på vikten av ett humant arbetssätt vid framställning av kläderna, medan eco fashion handlar mer om ett miljötänk.

Det bubblar och kokar i en stor gryta på Central Saint Martins i London. Det ser ut som en stor balja med öl, men det är fermenteringen av jäst, te och bakterier som bubblar i **Suzanne Lees** och forskaren Dr **David Hepworths** Bio Couture-projekt. Deras vision är att en dag kunna gro material till kläder från levande organismer.

– Det finns möjligheter att förändra alla aspekter av design. Du skulle i princip kunna äta dina kläder i framtiden, menar Suzanne Lee.

I sin bok *Fashioning the Future* beskriver hon olika potentiella scenarier – som att spraya din klänning direkt på kroppen, eller en t-shirt som pratar. På sin hemsida biocouture.co.uk visar hon hur ett krabbskal kan bli material till en hjälm och snäckskal plast till en mobil. Andra visioner har redan blivit verklighet; klänningar och jackor har hon redan grott fram.

– Så fort du har något så bekant som en klänning att visa kan du säga: "Vet du vad? Den här klänningen är faktiskt gjord från en helt annan process än du tror." Sedan kan du börja prata om vetenskapen bakom den.

Idag kanske inte plaggen är vad vi skulle bära. Men att potentialen finns där betyder mycket för modebranschen. ▶



## ECOFASHIONISTANS CHECKLIST

Att vara eco chic innebär även att kunna slänga sig med de rätta termerna. De här bör du ha koll på just nu.

### Cradle to Cradle

Cradle to Cradle (C2C) handlar om att eliminera avfall. När produktens livslängd är slut kan den brytas ned och användas till något annat. Pumas Incycle-kollektion är ett bra exempel på biologiskt nedbrytbara produkter, precis som Matilda Wendelboes Cradle to Cradle-jackor och Stella McCartneys skor från A/W 12.

### Zero Waste Fashion

Det finns även ett begrepp som beskriver hur designers använder sig av tekniker som innebär att de inte slösar med material. I dagsläget används generellt 85 procent av materialen, och 15 procent går till spillo.

### Design Activism

Hållbart mode handlar inte bara om produkter, utan om ett helt system. Nu börjar designers tänka på hur de kan påverka hela kedjan.

### Transparent mode

Konsumenter efterfrågar allt mer att företag ska vara öppna i sin kommunikation om hållbarhet. Vad görs egentligen? Att få ta del av svaret är lyx för många.

### Co-Creation

I framtiden kommer du som konsument att vara mycket mer involverad i designprocessen. På så sätt minimeras onödiga mellanhänder.

### Living Technology

Nu jobbar designers och vetenskapsmän tätt ihop för att hitta alternativa sätt att ta fram material på. Det här inkluderar att experimentera med levande organismer för att gro fram material.







Central Saint Martins-studenten Dahea Sun använder rent naturligt blekningsmedel i sin Rain Palette-kollektion, som ändrar färg utefter regnvattnets pH-värde.



Designern Suzanne Lee gör fram material från levande organismer i sitt BioCouture-projekt.

Med sina återvinningsbara kläder är svenska **Matilda Wendelboe** först i världen med att skapa en hel kollektion gjorda inom Cradle to Cradle, ett begrepp som innebär att allt går att kompostera eller återvinna.

– Ett exempel är mina Cradle to Cradle-jackor där tygets färgningsprocess renar vatten, luftet från väveriet används till växtfilter att lägga på åkern och när man slänger jackan bryts den ned i komposten till fin matjord.

”Naturliga material” kommer även att diskuteras ur ett mer kontroversiellt perspektiv på Espace Fondation EDF i Paris i vår. Här kan allmänheten ta del

av designern **Carole Collets** utställning *Alive: Designing With Living Technology*, som samlar vardagliga produkter gjorda av biologiska material så som formgivarna förutspår att de kan se ut år 2050 och framåt. Precis som det diskuteras mycket kring etiken kring genmodifierad mat i framtiden, frågar sig nu designers vilka för- och nackdelar det finns med att genmanipulera till exempel växter för att ta fram material för kläder.

– En hybrid-jordgubbe, till exempel, skulle kunna ge bär samtidigt som den formar en organisk spets till kläder i sina rötter. Det ena skulle användas till matkedjan och det andra till textilindustrin. Samtidigt som det svarar på 2000-talets främsta hållbarhetsutmaningar – mat och produkter för den ökade populationen, uppkommer även helt nya frågeställningar i och med det. Vad händer om vi skapar något som är destruktivt för andra organismer, frågar sig Carole Collet.

Ambitiösa forskningsprojekt som detta får ofta mycket uppmärksamhet. Men vad händer med dem efter att media skrivit om dem?

Enligt Rebecca Earley är det viktigt för deras forskningsavdelning att de fortsätter sitt kreativa arbete som påverkar attityden kring vad massmarknaden vill ha. Stora varumärken som Burberry, Gucci och Louis Vuitton stödjer alla den här typen av projekt för att ständigt ligga i framkant. Hållbarhet ger nämligen stort utrymme för kreativitet, menar **Matilda Tham** som är en ledande aktör inom det här området – både i Sverige och utomlands i sitt arbete med bland andra Beckmans,

Sustainable Fashion Academy och som föreläsare på Goldsmiths College i London.

– Man kan se på ett begrepp som second hand. Förr ansågs det smutsigt och mindre värt, det var den sista utposten för konstnärer och fattiga. Idag är det väldigt inarbetat i modeindustrin, och det visar att det är möjligt att skifta beteenden. Det är väldigt positivt att den här typen av attitydförändringar sker, säger hon.

För det är när de stora jättarna, som H&M, gör något radikalt som det verkligen händer något. Deras Conscious Collection, som i år även innehåller en Conscious Exclusive Collection, är två kollektioner baserade på ekologiska och återvunna material

som har kommit att bli omåttligt populära. Precis som företagets andra specialkollektioner så släpps den mer medvetna Conscious Exclusive Collection bara i 140 utvalda butiker världen över – tre av dem finns i Sverige – vid ett speciellt datum. I samma veva tar H&M ännu ett krafttag för att öka konsumentens egen medvetenhet

då de i mars startade egna klädinsamlingar i butik. Tanken är att man ska kunna lämna in de plagg man inte använder till H&M:s butiker där de samlar in kläder för återvinning.

– De fina sakerna blir vintage, de mindre åtråvärda går till välgörenhet. Trasor blir isolering eller nya material. Sedan hoppas vi på att kunna presentera en kollektion gjord av kläder vi har samlat in, säger Catarina Midby.

Den här typen av förändringar är ett bevis på den oerhörda optimism som Matilda Wendelboe har för framtidens modeindustri.

– Jag ser en längtan och en nyfikenhet hos unga designers att göra något annat. De är inte drabbade av stereotyperna som har präglat miljösituationen i modebranschen, att hållbart mode är foträtt och osexigt. Man ska inte underskatta människors förmåga att se de här sakerna i sin helhet. Vi har möjlighet till handling. Och självklart ska man inte ignorera de små sakerna, som att tvätta på lägre temperaturer. Då sår vi hopp istället för frustration och apati.

Ibland är det så enkelt som att vi måste sluta se oss själva som offer, menar hon.

– ”Men jag har bara shoppat, det fanns ingen information.” Man måste bete sig lite smartare än så. Media måste sluta se hållbarhet som en trend och företagen måste kommunicera mer attraktivt. Istället för att ständigt prata om allt vi måste reducera, låt konsumenten se möjligheterna: ”Så här kan du göra!” Jag är övertygad om att hållbarhet är en möjlighet och inte ett problem! ●

”En hybrid-jordgubbe skulle kunna ge bär samtidigt som den formar en organisk spets till kläder i sina rötter!”