

Es ist warm in Kopenhagen. Viel zu warm für einen Wintertag in Dänemarks Hauptstadt. Statt eisigem Nordwind weht nur eine laue Brise durch die Stadt. Die globale Erwärmung verschont wohl auch Skandinavien nicht. Das macht neugierig auf einen Mann, der die Luxusmode auf den ethisch korrekten Weg führen will, weg von pestizidverseuchten Baumwollfeldern und vollkommen unterbezahlten Näherinnen.

Im Herbst 2005 zeigte Peter Ingwersen, früher Markenmanager bei Levi's, die erste Kollektion seines eigenen Labels Noir im Kopenhagener Kaufhaus No.11. Am Ende gab es Standing Ovations. Niemand hätte es für möglich gehalten, dass Kleider aus Stoffen mit Biosiegel so sexy, provokant und luxuriös aussehen können. Seither geht es mit Noir steil bergauf.

Im Hauptquartier von Noir, einer verwinkelten Fünzimmerwohnung, herrscht geschäftige Betriebsamkeit. Unter seinen jungen Mitarbeitern wirkt Peter Ingwersen fast gesetzt. Er trägt ein weites graues Hemd in einer schwarzen Röhrenjeans, Lackclipper und einen schwarzen Schal. An dem zieht er schon mal nervös, wenn von der „Corporate Social Responsibility“ (CSR), der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung der Modebranche, die Rede ist.

**Welt am Sonntag:** Herr Ingwersen, Sie haben nach drei Saisons in London die Frühjahr/Sommer-Kollektion 2008 in New York gezeigt. Ruiniert Ihnen der Langstreckenflug nicht die Ökobilanz?

**Peter Ingwersen:** Ich muss eines klarstellen: Ich bin nicht Mutter Teresa. Ich möchte zeigen, dass soziales Unternehmertum sexy aussehen kann. Das ist mein Kampf. Aber wir leben in einer globalisierten Welt, man muss reisen, man muss Geschäfte machen, und man kann nicht rundherum heilig sein.

**Warum überhaupt der Wechsel?**

**Ingwersen:** Wir wollten uns nach drei Saisons in London weiterentwickeln. London ist noch zu lokal, zu britisch. Man trifft dort nicht genug internationales Publikum. New York dagegen ist eine Metropole, in der Mode wirklich zählt. Nachdem wir in Europa schon eine Menge Fans haben, wollte ich nach Amerika. Ich habe mich gefragt: Wie können wir zwischen all den tollen Designern da drüben auffallen?

**Und, wie konnten Sie?**

**Ingwersen:** Indem wir extrem europäisch waren! Die Show fand in einem weißen Raum mit weißen Stühlen statt. Vier Streicher spielten Bach und Mozart, während die Models über den Laufsteg gingen. Auf den meisten Schauen laufen die neuesten Techno-Remixe, aber bei uns herrschte diese ruhige, zivilisierte Atmosphäre.

**New York gilt auch als der kommerziellere Standort. Ist Noir auf Expansionskurs?**

**Ingwersen:** Ja, wir wollen wachsen. Noir steht für elegante, luxuriöse, extrem weibliche Kleidung, aber 70 Prozent unserer Stoffe haben ein Biosiegel, alle unsere Zulieferer halten sich an UN-Vorgaben für faire Arbeitsbedingungen. Das ist unsere Nische, und jetzt wollen wir mit Black Noir ein sehr sexy Label im mittleren Preissegment einführen. Die gleichen Werte, der gleiche Look. Nur die ganz teuren Details fehlen. Keine Seide, kein Leder. Dafür kann es sich jeder leisten. Außerdem wird es eine Herrenlinie geben. Ich habe jetzt wirklich lange genug probiert, mich in diese Kleider zu zwängen (lacht). Die Zeit ist reif für eine Herrenlinie.

**Noir wächst, und gleichzeitig wurde der Start von Illuminati2, Ihrer Stoffkollektion aus afrikanischer Biobaumwolle, auf 2008 verschoben. Warum?**

**Ingwersen:** Wir wollen ohne Kompromisse die besten Baumwollstoffe der Welt anbieten. Dazu muss die Verarbeitung perfekt sein, aber momentan macht uns die Technik Schwierigkeiten.

**Es hat also nichts damit zu tun, dass die Biobaumwolle knapp wird?**

**Ingwersen:** Nein, das betrifft uns nicht. Aber Biobaumwolle zu bekommen wird tatsächlich schwieriger. In allen Baumwollnationen, in der Türkei, in China, Amerika und Ägypten, haben die Bauern massenhaft Pestizide verwendet, um konkurrenzfähig zu bleiben. In diesen Ländern müsste sich der Boden drei bis fünf Jahre erholen, um biologisch anbauen zu können. Unver-



Er zeigte allen, dass ökologisch und ethisch korrekt hergestellte Mode auch sehr luxuriös sein kann: Peter Ingwersen

# Umweltbewusster Luxus-Revolutionär

Der dänische Designer Peter Ingwersen führt die grüne Revolution in der Modebranche an. Sein Label Noir beweist, dass Ökoleidung durchaus sexy sein kann. Ein Gespräch über Moral, Bewusstsein und Fortpflanzung

suchte Felder sind knapp und damit die Biobaumwolle.

**Welche Firmen haben Interesse an Ihren Stoffen?**

**Ingwersen:** Ich kann keine Namen nennen, aber wir bekommen sowohl Anfragen von Luxushäusern wie auch von günstigen Marken. Sie haben erkannt, dass die Leute immer mehr darauf achten, dass Kleidung ökologisch hergestellt wird. Doch niemand kann von heute auf morgen sein ganzes Unternehmen umstellen. Mit unseren Stoffen bekommen sie ein Stück Fertigmoral. Die Baumwolle wurde fair gehan-

delt, Mindestlöhne sind garantiert. Die Farmer in Afrika bekommen etwas mehr Geld und können etwas mehr Geld ausgeben. Auf diese Art hebt sich langsam der Lebensstandard einer ganzen Gesellschaft.

**Warum ist niemand früher auf dieses Konzept gekommen?**

**Ingwersen:** Kennen Sie den Song „Me, Myself and I“ von De La Soul? Darum ging es in den 90ern. Man hatte die neueste Louis-Vuitton-Handtasche, und die drückte aus, wer man ist. Heute ist es immer noch wichtig, gute Designs zu machen, aber auf die moralische Art.

Heute würde ich lieber mit Kofi Annan zum Abendessen gehen als mit irgendeinem Supermodel.

**Sie lieben Kontraste. Wie finden Sie diesen: Ein Private-Equity-Manager kauft die Kleider für seine Frau bei Noir.**

**Ingwersen:** Ich wäre glücklich, wenn so jemand meine Sachen kauft. Eigentlich wäre es am besten, es würden nur Leute zu mir kommen, die nicht daran glauben, dass es möglich ist, auf moralische Art Geschäfte zu machen. Den Konvertierten brauche ich keine Predigt mehr zu halten.

**Noir soll „Sinn stiften“. Welchen Sinn hat Mode?**

**Ingwersen:** Letztendlich? Sex. Warum? Weil wir darauf programmiert sind, uns fortzupflanzen. Wir müssen auf den ersten Blick attraktiv sein. Da zählen Augen, Haare und Kleidung. Mode macht uns attraktiv. Sie – und daran ist nichts Verwerfliches – hilft uns dabei, uns fortzupflanzen. Natürlich kommt man irgendwann an einen Punkt, an dem man sich nicht mehr fortzupflanzen will. Und dann kann Mode Individualität ausdrücken. Sie dient dann dazu zu zeigen, wer man ist.

**Bei Levi's ging es auch darum, Menschen attraktiver zu machen. Warum konnten Sie dort den Sinn der Mode nicht mehr erkennen?**

**Ingwersen:** Attraktivität ist nur der äußere Sinn von Mode. Sieht man in ihr Inneres, dreht sich alles nur noch um die nächsten Trends. Was wird der Schnitt der kommenden Saison, was die Farbe? Das interessiert mich nicht mehr. Ich interessiere mich für die großen Strömungen, für die Zeitgeisttrends. Das Streben nach moralischerem Verhalten ist so einer. Das ist das große Ding für die nächsten sieben bis zehn Jahre. Wenn sich ein Zeitgeisttrend entwickelt, dann fühlt man es in den Fingerspitzen. Man will dabei sein.

**Wenn ich 1000 Euro im Lotto gewinnen würde, soll ich sie lieber spenden oder davon ein Noir-Kleid kaufen?**

**Ingwersen:** Sofort ein Noir-Kleid kaufen! Ich glaube nicht an Charity, wenn es um die Dritte Welt geht. Wir haben den Menschen dort 50 Jahre lang beigebracht, sich auf Hilfgeldzahlungen zu verlassen. So baut man keine funktionierende Beziehung auf. Ich glaube an gute Geschäftsmodelle, um der Dritten Welt zu helfen. Spenden sind keine guten Geschäftsmodelle.

**Neben Ihrem Einsatz für einen verantwortungsvolleren Umgang mit der Umwelt und unseren Mitmenschen proklamieren Sie auch die künftige Leitrolle der Frauen. Wie kommen Sie darauf?**

**Ingwersen:** Ich war schon immer ein absoluter Rock-'n'-Roll- und Metal-Fan, ich liebe diese total männerdominierte Musik. Aber als ich anfing, andere Sachen zu hören, waren da plötzlich Kate Bush, Joan Jett und Suzi Quatro. Diese Sängerinnen faszinierten mich. Sie waren nicht blond und spielten nicht das Mädchen, sondern stellten sich auf die Bühne und sagten: Ich bin die Hauptperson, die drei Jungs da hinten sind nur meine Musiker. Das hat mich geprägt.

**Aber das ist fast 30 Jahre her.**

**Ingwersen:** Heute haben wir Angela Merkel, Ségolène Royal oder Hillary Clinton. Frauen, die, im Gegensatz zu Margaret Thatcher früher, auch aussehen wie Frauen und mit einem weiblichen Blickwinkel clevere Politik machen. Ich glaube, deswegen wird auch Moral gerade so ein großes Thema. Es hängt alles an den Genen. Frauen bringen Kinder zur Welt und fühlen deswegen mehr für Kinder. Sie denken auch an Tiere, an die Umwelt, an Menschen in Not. Ich glaube, wenn Frauen an die richtigen Positionen kommen, wird es eine gerechtere Welt.

**Viele dänische Labels sind sehr erfolgreich im Mittelpreissegment, Sie machen Luxusmode. Wollten Sie sich von Ihren Landsleuten abgrenzen?**

**Ingwersen:** Nein, ich habe mich nie besonders als Däne gefühlt. Nach 20 Jahren im Ausland spielen Nationalitäten für mich keine Rolle. Ich denke eher global. Und Luxusmode habe ich gekauft, aber nie mit ihr gearbeitet. Das wollte ich nachholen. Darin stecken so viele Werte, so viele Geschichten, so viel handwerkliches Können, so viele fantastische Details. Außerdem bilden Luxus und Moral den größeren Kontrast. Man erwartet von einer Luxusmarke nicht, dass sie sich um ethische Werte kümmert.

**Was werden Sie tun, wenn sich die grüne Revolution doch nur als Trenderscheinung herausstellt?**

**Ingwersen:** In der Mode ging es immer um Veränderung, das wird auch in Zukunft so bleiben. Aber ich glaube nicht, dass wir einen Gegenstand zu diesem Streben nach mehr Ökologie und mehr Fairness erleben werden. Was haben wir schon für eine Wahl? Mehr Verschmutzung, mehr Kinderarbeit, mehr Korruption? Das ist keine Alternative für diese Erde.

Das Gespräch führte Maria Exner

## REPETITORIUM

### Karat

Selbstverständlich wissen Sie ganz genau, was ein Karat ist. Es ist Ihnen nur eben entfallen. Keine Sorge, wir helfen Ihnen auf die Sprünge

Es ist eine Standardszene aus unzähligen Hollywood-Produktionen: Jemand hat sich verlobt, und nun sitzt die stolze Bald-Gattin mit ihren besten Freundinnen beim Champagner und gibt mit ihrem Verlobungsring an. Je nachdem wie sympathisch oder unerträglich die Damen wirken sollen, wird gekreisch, gelobt, vielleicht auch ein bisschen geweint, ganz sicher aber wird irgendwann erwähnt, wie viel Karat der Ring hat.

Auch wer niemals in seinem Leben Diamanten gekauft hat, weiß natürlich: je mehr Karat, desto besser und desto teurer. Aber mal ganz ehrlich: Was genau ein Karat ist, ist vielen dann doch eher unklar. Und wenn es darum geht, was Edelstein-Karat-Angaben mit Gold-Karat-Angaben zu tun haben, da wird die Ratlosigkeit noch größer.

Darum hier die Grundlagen: Das metrische Karat ist in Deutschland eine gesetzliche Einheit zur Angabe der Masse von Edelsteinen. Ein Karat entspricht dabei 200 Milligramm. Das Wort selbst ist aus dem Griechischen abgeleitet und bedeutet „Horn“, benannt nach der hornförmigen Frucht des Johannisbrotbaumes. Denn früher entsprach ein Karat dem Gewicht eines getrockneten Samenkorns dieses Baumes. Diese Körner wiegen ungefähr 0,2 Gramm, sie dienen als Vergleichsgewicht.

Ganz anders verhält es sich beim Thema Gold und Karat. Hier geht es nicht um das Gewicht des Schmuckstücks, sondern um den Feingoldanteil der unterschiedlichen Legierungen. Reines Gold mit 24 Karat wird auch als Gold 999 bezeichnet, es hat den größtmöglichen Feingoldanteil von 99,9 Prozent. 18 Karat Gold hat demgegenüber nur 75 Prozent Feingold-Gewichtsanteil an der Gesamtmitmischung und 8 Karat Gold (auch bekannt als Gold 333) sogar nur noch ein Drittel. Ob die Rede von Edelsteinen oder Gold ist, erkennt man übrigens allerspätestens bei der Abkürzung: „kt“ bezeichnet Gold-Karat, während „ct“ für die Steine verwendet wird. *stil*

Mehr Folgen unter: [www.welt.de/repetitorium](http://www.welt.de/repetitorium)



Ein Karat entspricht 0,2 Gramm

## SMALL TALK

### Die Spice Girls

Mitreden, auch wenn Sie vom Thema keine Ahnung haben. Diese Woche: die Spice Girls. Am 20. Dezember geben die vier Sängerinnen in der Kölnarena ihr einziges Deutschland-Konzert.

**„Die ersten Konzerte der Mädels in Las Vegas und Los Angeles sollen ja alles andere als ausverkauft gewesen sein. Und für den Auftritt in Köln gibt es anscheinend auch noch Karten. Hoffentlich wird die Abschiedstournee nicht zum Fiasko, das hätten die vier nicht verdient.“** Unter Konzertveranstaltern

**„Natürlich kann man von den Spice Girls halten, was man will, fest steht aber: Sie haben den Weg für alle anderen Mädchengruppen – wie die Sugababes, die No Angels oder die Pussycat Dolls – geebnet.“** Für Fans des Girl-Group-Genres

**„Für 15 Millionen Euro würde ich auch noch mal auf große Abschiedstournee gehen. Bis auf Mel C. hatten die Girls nach ihrer Band-Dauerpause ja auch nur mäßigen Erfolg als Musikerinnen. Immerhin hat Victoria Beckham aber tolle Jeans entworfen.“** Für Anlagberater



### Erst Jeans, dann faire Mode mit sehr viel Sex-Appeal: Peter Ingwersen

#### SEIN LEBEN

■ Peter Ingwersen wurde am 10. Oktober 1962 in Kopenhagen geboren. Bis er anfing zu studieren, lebte er abseits der Großstadt auf dem Hof seiner Eltern. Heute wohnt er in einem der roten Backsteinhäuser im Zentrum der dänischen Hauptstadt.

Mode von Noir für den Sommer 2008

nischen Hauptstadt. Der 45-Jährige ist unverheiratet und hat keine Kinder.

#### SEINE KARRIERE

■ Das Studium an der Danish School of Design brach Peter Ingwersen nach drei Jahren ohne Diplom ab. Damals machte er ein Praktikum bei Levi's in Brüssel und bekam direkt ein Jobangebot. Dem amerikanischen Jeansriesen hielt er

fast 20 Jahre die Treue, zuletzt als Global Brand Manager von Levi's Red und Originals. Eine Sinnkrise führte ihn 2001 zurück nach Dänemark, wo er beim Label Day Birger et Mikkelsen den Posten des Managing Directors übernahm. 2004 verließ er Day und gründete Noir und Illuminati2. Die Kollektionen des Bio-Luxus-Labels entwirft er seither gemeinsam mit der Design-



Peter Ingwersen mit Artdirector Marlene Juhl-Jorgesen (r.)

nerin Rikke Wienmann. Sein gutes Netzwerk aus befreundeten Stylisten, Fotografen

und Models unterstützt Noir auf dem Weg zum Erfolg.

#### SEINE MODE

■ Rock 'n' Roll und ein gewisser Fetisch-Charakter prägen bisher den ethisch korrekten Noir-Look. Das Motto der New Yorker Show für den Sommer 2008 war „Transparenz“ und die Mode – mit durchsichtigen Einsätzen an Kleidern und Blusen – deutlich weiblicher.