

# Buy less, but better

**Sie ist Fashion Revolution  
Ambassador für München: Mirjam  
Smend, Publizistik-Absolventin  
der Uni Salzburg und  
Modejournalistin bei „Vogue“ und  
„Elle“, hat ein Start-up gegründet,  
um Fans der High Fashion für  
bewussteren Konsum zu begeistern.  
Am 11. Oktober eröffnet sie im  
Isarforum im Deutschen Museum  
ihre dritte „Greenstyle  
munich“-Modemesse.**

JOSEF LEYRER



**D**ann werden wieder sechs Millionen Menschen aus aller Welt das Oktoberfest besucht haben. Wie steht Mirjam Smend zur Tracht? „Was man in den letzten Jahren auf der Wies'n immer wieder sieht, sind für mich oft Faschingskostüme – Dirndl, die gerade einmal das Gesäß bedecken, oder Lederhosen aus Plastik. Die eigentliche Tracht hat ja eine Aussage. Sie ist in Material und Schnitt ursprünglich von der Landwirtschaft und Arbeitswelt in der jeweiligen Region geprägt. So zeigt sie an, ob jemand aus Oberbayern oder beispielsweise aus Niederösterreich kommt. Die Fähigkeit, diese Bedeutung der Tracht zu lesen, ist kaum mehr vorhanden.“ Auch sie hat eine jugendliche Phase der Trachtenverweigerung mitgemacht. Heute schätzt sie die Nachhaltigkeit, die seit jeher zur Trachtentradition gehört – das Pflegen dieser Kleidungsstücke, die oft auch an die nächste Generation weitergegeben wurden. „Mein Dirndl habe ich von meiner Mutter übernommen und ich weiß, dass sie es 1956 in Reit im Winkel nähen ließ.“

Zu wissen, was man trägt, wer diese Kleidung gemacht hat – und unter welchen Bedingungen –, ist wertvoll. Genauso, wie man

sich heute wieder dafür interessiert, wo unsere Lebensmittel herkommen. Doch das Modebusiness folgt anderen Gesetzmäßigkeiten, weiß Smend. „In meinen 16 Jahren als Modejournalistin, Online- und Printredakteurin und Senior Editor bei renommierten Hochglanzmagazinen habe ich zu viele Trends mit ausgerufen, habe sie kommen, gehen und wiederkommen sehen. Heute Bomberjacke, morgen Parka. Und ein kleines Kimonojäckchen braucht man ja auch noch.“ Da bekam sie den Auftrag, in der Zeitschrift „Elle“ nachhaltige Modelabels vorzustellen, natürlich nur aus dem High-End-Bereich. Das führte Mirjam Smend auf die Ethical Fashion Show Berlin, die jetzt neonyt heißt. „Dort habe ich mit 30 Brands gesprochen, Leute getroffen, die sich wirklich der Idee nachhaltiger Mode verschrieben haben. Und das bedeutet auch, dass sie aus Überzeugung einen wirtschaftlich schwierigeren Weg gehen. Meist hört die Mode ja bei schön auf, aber hier fing es für mich erst richtig an. Wir wollen bei den Modekonsumenten ein Bewusstsein schaffen.“

Also hat Mirjam Smend den bisherigen Job bei „Elle“ gekündigt, um sich mit dem Blog my-Greenstyle.com selbstständig zu machen. Später entstand der Plan, in München eine Messe mit Konferenz für nachhaltige Mode zu veranstalten. „Als ich die erste ‚Greenstyle munich‘ vorbereitet habe, hatte ich noch wenig vorzuweisen, nur einen Na-

men für die Veranstaltung, den Termin und das Haus der Kunst als großartige Location.“ Trotzdem fanden sich bald 35 nationale und internationale Eco-Brands, die an Mirjam Smend glaubten und in München ihre Kollektionen ausstellen wollten. „Immer wieder wurde ich gefragt, ob sie viel verkaufen werden. Jumper aus recyceltem Cashmere für 350 Euro. Architektonisch inspirierte, vegane Taschen aus Papier – noch teurer. Also keine Voraussetzung für Spontankäufe. Ich hatte keine Antwort auf diese Frage und wusste nur, dass ich nichts versprechen werde, was ich nicht halten kann. Aber ich wusste, dass ich alles tun werde, um viele Menschen dorthin zu bringen, um meinen Ausstellern, die mir vertraut haben, eine adäquate Marketingmaßnahme zu garantieren.“

Dazu hat sie Magazine, Tageszeitungen, Blogs angeschrieben und alle Kontakte genutzt, die sie dank ihrer langjährigen Redakteurszeit zur Verfügung hatte. Kurz gesagt, die erste Messe war ein großer Erfolg. Im zweiten Jahr wuchs die „Greenstyle munich“ auf 45 Aussteller, 30 Speaker, dazu Workshops für Aussteller und Besucher, und sie wechselte an einen anderen spannenden Veranstaltungsort, das Isarforum beim Deutschen Museum. „Das Thema Nachhaltigkeit gehört an einen repräsentativen Ort im Zentrum.“ Auf der Messe wird auch die neue Green Fashion Tours Map für München prä-

sentiert, in der sich Stores und Ateliers aus anderen Stadtvierteln vorstellen.

Ist das alles letztlich nicht doch einfach eine geschickte Marketingidee? Oft ist auch von Greenwashing die Rede, wenn es um nachhaltige Produkte geht. „Ja, das wird kontrovers diskutiert. Das sogenannte Greenwashing verurteile ich dann, wenn es mit bösem Vorsatz eingesetzt wird, wenn also Produkte als umweltfreundlich beworben werden, die es in Wirklichkeit nicht sind. Wenn hingegen beispielsweise eine internationale junge Billigmodekette heute auch mit recycelten Stoffen oder dem Material Piñatex arbeitet – das ist ein Lederersatz aus Ananas –, wird dadurch das Thema verbreitet und unterstützt, und das ist gut. Mir ist es lieber, wenn Großunternehmen da ein bisschen was machen als gar nichts.“

McKinsey hat zusammen mit „Business of Fashion“ eine Studie herausgegeben – „The state of fashion“ – und dort heißt es, dass 2019 eine kritische Masse an Menschen erreicht sein wird, die eine Veränderung bewirken können. Die Textilindustrie wird irgendwann reagieren müssen. „Der Wandel kommt meiner Meinung nach aus drei Richtungen: Konsumenten, die anders konsumieren wollen, die Textilindustrie, die anders produziert, und die Politik, die entsprechende Richtlinien und Gesetze erlässt. Es geht nicht anders“, glaubt Mirjam Smend.

## SALZBURGER ALUMNI-NETZWERK NUN AUCH IN LONDON

**Um den Absolventinnen und Absolventen** der Universität Salzburg auch in anderen Städten eine gute Möglichkeit zu bieten, das eigene Netzwerk zu erweitern, errichtet der Alumni Club Außenstellen. Nach Wien, Linz und München wird nun das London-Chapter gegründet. Ehrenamtliche Alumni-Ambassadors helfen mit, das Alumni-Netzwerk in ihrer jeweiligen Stadt zu

stärken – über Studienrichtungen und auch über Generationen hinweg. Dabei profitieren die Neabsolventen vom Know-how der älteren – und diese wiederum von den offenen Sichtweisen der Berufseinsteiger. Demnächst ist das Österreichische Kulturforum London, eine Einrichtung des Außenministeriums, Treffpunkt für Salzburg-Absolventen, die ihre Berufslauf-

bahn nach England geführt hat. Zusätzlich zu den Mitgliedern, die das Alumni-Netzwerk dort bereits hat, werden dafür über die Karriereplattformen LinkedIn und Xing Salzburg-Abgänger kontaktiert. Am Programm steht ein Ausstellungsrundgang, und der anschließende Umtrunk bietet Gelegenheit, bestehende Kontakte zu pflegen und neue zu knüpfen. Die befreundeten Alumni Clubs der

Diplomatischen Akademie Wien und der IMC Fachhochschule Krams sind an diesem Abend ebenfalls dabei, weitere gemeinsame Unternehmungen sollen folgen.

Eine Woche zuvor trifft sich das München-Chapter des Alumni Clubs: Die Absolventinnen und Absolventen besuchen gemeinsam den Eröffnungabend der „Greenstyle munich“-Modemesse:

Veranstalterin Mirjam Smend bietet einen Blick hinter die Kulissen des Modebusiness (siehe Beitrag oben).

### Alumni-Treffen

München: 11. 10. 2019

London: 18. 10. 2019

Linz: 31. 10. 2019

Wien: 11. 11. 2019

### Info und Anmeldung

WWW.UNI-SALZBURG.AT/ALUMNI