

VOGUE

DEUTSCH

11/2025
NOVEMBER
€ 9,-
DEUTSCHLAND
€ 9,- ÖSTERREICH
SFR 14,40 SCHWEIZ

DAKOTA
JOHNSON

THE
NEW
CLASSICS

MODE,
DIE
BLEIBT

LIEBER OHNE
MÄNNER?
WAS FRAUEN
HEUTE
PRIORISIEREN

DIE NEUE
NATÜRLICHKEIT
ALLES ÜBER
DEN WANDEL IN
DER ÄSTHETIK



MODE



FOTO: PAOLO ROVERSI

WERTVOLL
ODER

V

ERWERFLICH?

Die aktuellen Koll-
ektionen werden
dominiert von Leder-
Optiken – das heizt
den DISKURS über
ECHTLEDER und
vegane LEDER-
IMITATE an. Dabei
geht es nicht nur
ums Tierwohl und
Umweltaspekte.

olkan Yilmaz' Eingangsfrage ist immer die gleiche: „Mal sehen, ob das sein Geld wert ist?“ Kurzer Blick in die Kamera und dann sticht er sein Allzweckmesser mitten ins Leder der mehrere Tausend Euro teuren Luxustasche. Als der „Typ, der die Designerhandtaschen auseinandernimmt“, wurde der in der Türkei geborene Wahltextaner auf den Social-Media-Kanälen berühmt. Heute verfolgen auf Instagram und TikTok Millionen von Menschen seine schonungslosen Kritiken über Markenaccessoires. Sein Account „tanner.leatherstein“ avancierte zum digitalen Mekka der Taschen- und Lederfans. Und die außergewöhnliche Kenntnis und Leidenschaft für das Täschnerhandwerk verschaffte ihm 2024 den Eintritt in den exklusiven Club der „BoF 500“, die vom Fachmediendienst Business of Fashion handverlesene Liste der „500 Menschen, die die globale Modeindustrie prägen“. Ein Ritterschlag.

Yilmaz ist ein Exot in dieser illustren Gesellschaft, in der sich ansonsten CEOs, Chefdesigner:innen, Models und Social-Media-Größen tummeln. Erstens, weil er in seiner rustikalen Schürze eher wie der nette Typ von nebenan wirkt als einer, der die elitäre Modeszene aufmischt. Zweitens, weil sein ganzes Streben darin besteht, dem hoch kritisierten und weithin „gebashten“ Echtleder zu neuen Ehren zu verhelfen. Das älteste Material der Bekleidung hat bereits seit mehreren Jahren ein Imageproblem, die Nutzung ist rückläufig, dafür sind vegane Alternativen aus beschichteten Kunststoffen, meist aus Polyvinylchlorid (PVC) oder Polyurethan (PU), auf dem Vormarsch. Studien zeigen, dass Echtlederimitate heute bereits einen Marktanteil von 70 Prozent erobert haben. Das liegt vor allem am Preis dieses plastikähnlichen Materials, aber nicht nur daran.

„Für Leder werden jährlich Milliarden Tiere getötet“, behauptet zum Beispiel PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) auf ihrer Website. Die weltweit tätige Tierschutzorganisation gehört zu den bekanntesten Kritikern von Leder. Ihr zur Seite stehen Vertreter:innen der Vegan-Bewegung wie auch viele andere Tierschutzvereine und -NGOs. Die Gegenseite, zu der viele Personen aus Wissenschaft, Umweltschutz und sogar dem World Wide Fund For Nature (WWF) zählen, ist der Ansicht, dass 90 bis 95 Prozent des in der Industrie benutzten Leders ein Abfall- oder Beiprodukt der Fleischindustrie sind. Welche der beiden Seiten hat nun recht? Wem ist der Flächenverbrauch für Weideland, wem die Abholzung des Regenwalds, wem das umweltschädliche Methan der pupsenden Kühe und wem der hohe CO₂-Ausstoß der Tierhaltung zuzurechnen: der Lebensmittelindustrie oder der Mode-/Schuh-/Möbel- und Automobilindustrie?

Diese Fragen sollten am allerbesten die Bauern beantworten, meint Thomas Lamparter, Geschäftsführer von Olivenleder, einer neuartigen Gerbmethode mit Olivenblättern, die weltweit als eine der ökologisch besten Gerblösungen gilt. Sie könnte in Zukunft sogar die Chromgerbung ersetzen und damit die Lederindustrie bedeutend nachhaltiger machen. Der Schuhtechnik-Ingenieur, der sein Start-up 2013 mit Kollegen gründete, sieht die eigene Branche durchaus kritisch. Doch das aktuelle Leder-Bashing geht ihm dazu weit. „Ich kenne keinen Landwirt, der mit der Haut seiner Rinder und Kühe Geld verdient. Im Gegenteil! Die meisten müssen >

OHNE PLASTIK geht es bei VEGANEN LEDERERZEUGNISSEN (noch) nicht.

sogar für die Entsorgung draufzahlen. Wirtschaftlich macht es für keinen Bauern Sinn, die Tiere ausschließlich für ihre Haut zu züchten. Dafür sind der Arbeitsaufwand und die Investitionen mit Weidenpachten, Stallausmisten, Impfen et cetera viel zu groß.“

Ähnliches berichtet auch Sébastien Kopp, Mitgründer der nachhaltigen Sneakermarke Veja aus Frankreich. Kopp kauft sein Leder oft direkt bei Biobauern ein – früher in Brasilien, heute in Uruguay. „Die Landwirte sind froh, dass ich ihnen die Häute für ein bisschen Geld abnehme. Es ist eine Win-win-Situation.“ Auch die Schlachthöfe, die laut PETA mit den Häuten „große wirtschaftliche Erfolge“ verbuchen, bekommen meist nur zwei Euro das Kilo, weiß Experte Lamparter. Erst die nachgelagerten Häutehändler verdienen mit dem Leder Geld. In den Stufen davor geht es wirtschaftlich um andere Produkte, nämlich Fleisch, Milch, Talk, Fett, Horn und auch zum Beispiel um Hyaluron für die Beauty-Industrie.

Betrachtet man Leder als Abfallprodukt der Milch- und Fleischwirtschaft, verändern sich die Ergebnisse der Ökobilanzen beider Seiten. Wissenschaftliche Untersuchungen quantifizieren die Umweltschäden zum Beispiel durch Wasserverbrauch, Abwasserverschmutzung, Chemieeinsatz oder den Carbon-Footprint und versuchen so, verschiedene Materialien vergleichbar zu machen. Als eine der aussagekräftigsten Studien zum Thema gilt die „Leather Carbon Footprint“-Untersuchung der UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) aus dem Jahr 2017. Unter der Prämisse, dass Tierzucht ein Teil der Lebensmittelindustrie ist, ergibt sich hier ein CO₂-Verbrauch von 17 kg/m² für Echtleder gegenüber 16 kg/m² für klassisches Kunstleder. Der Unterschied ist gering, dennoch brechen die UNIDO-Forscher:innen eine Lanze für das Naturprodukt: „Wenn Leder nicht als Material zur Verfügung stünde, würde die gleiche Menge an Produkten mit alternativen Trägermaterialien hergestellt werden, die zum Großteil auf nicht erneuerbaren Materialien wie PU-beschichteten Ersatzstoffen basieren. Ihre Vermeidung ist ein Gewinn für die Umwelt.“

Das sehen viele Veganer:innen anders. Auch wenn sich nur etwa zwei Prozent der Weltbevölkerung vegan ernähren und der Fleischkonsum weltweit weiter steigt, so hat diese Bewegung viel dazu beigetragen, dass Industrien wie die Mode oder der Automobilsektor dem Naturmaterial sukzessive abschwören. „Vegane Ersatzprodukte“ zu benutzen, gilt heutzutage als vorteilhaft fürs Markenimage. Dabei hat weder Leder noch Kunstleder eine gute Ökobilanz vorzuweisen, und auch der Vorwurf der Tierquälerei kann für beide Materialien gelten: Massentierhaltung, Tiertransporte und Schlachtung schlagen beim Naturleder zu Buche. Beim erdölbasierten Kunstleder geht es um Millionen Tonnen von Öl, die jährlich ins Meer fließen, und Erdölbohrungen an Land, die ganze Gegenden verseuchen. Die Folgen für die Ozeane, Flora und

Fauna sind verheerend. Dazu kommt die Belastung der Meere mit Mikroplastik, das auch vom Kunstleder abgesondert wird. Die Entscheidung der Hersteller wie auch der Konsument:innen für oder gegen Leder ist also eine persönliche, fast schon philosophische Abwägung: Was bin ich eher bereit, zu akzeptieren?

„Aber es gibt ja jetzt auch pflanzenbasierte Lösungen als Alternative“, erinnert Julia Zhorzel, Fachreferentin für Bekleidung und Textil bei PETA Deutschland. Die Tierschützerin hat recht: In den vergangenen Jahren kamen diverse Lederalternativen auf pflanzlicher Basis auf den Markt. Es gibt Kunstleder aus Kaktus, Ananas, Apfel, Spargel, Trauben, Teak- und Eukalyptusblättern wie auch aus Kork, Mais, Kombucha und selbst aus im Labor gezüchteten Pilzkulturen. Das Gros dieser Produkte hat jedoch exakt den gleichen Aufbau wie ein klassisches Kunstleder: Auf ein Trägermaterial wird eine PVC- oder PU-Schicht aufgetragen, in die eine Lederanmutung geprägt oder gestanzt wird. Beim normalen Kunstleder besteht das Basismaterial aus einem gewebten Stoff aus Polyester oder Baumwolle. Bei den pflanzenbasierten Alternativen werden gepresste Fasern von Früchten, Blättern und auch Stängeln verwendet, die mittels einer Verklebung oder eines Thermobondings miteinander verbunden sind. Trotz des vegetarischen Rohstoffs ist der Anteil erdölbasierter Polymere, Kleber und Weichmacher bei diesen Lösungen weiterhin hoch: Beim Kaktusleder liegt der Plastikanteil bei 65 Prozent, beim Apfelleider um die 55 Prozent, beim Traubenleder bei 45 Prozent.

Ohne Plastik geht es bei veganen Ledererzeugnissen also noch nicht. Das ist auch PETA-Referentin Zhorzel klar. Dennoch ist sie optimistisch: „Die Forschung steht noch am Anfang. Ich gebe die Hoffnung nicht auf, dass die Laborversuche Früchte tragen oder ein Produkt auf den Markt kommt, das komplett pflanzenbasiert ist.“ Die Prophezeiung der Tierschützerin ist auf dem Weg, Realität zu werden. Ende 2024 kündigte das französische Start-up Faircraft an, erstmals echtes Leder „in vitro“ gezüchtet zu haben. Aus der Hautzelle eines lebenden Kaninchens wurde im Labor in Paris eine Kultur an Kollagen- und Elasthan-Fasern angelegt, aus der am Ende ein 30 mal 50 Zentimeter großes Stück Echtleider entstand. Co-Gründer Haïkel Balti: „Wir sind die Ersten, bei denen es geklappt hat, aber bis zu einer industriellen Nutzung ist es noch ein sehr weiter Weg. Unser Leder ist aus ethischen Gründen interessant und weist keinerlei Makel oder Narben auf. Zudem kann es schnell und ohne Abfall produziert werden. Aber bis dato ist der Einsatz noch sehr limitiert.“

Andere Forscher:innen versuchen, aus dem klassischen Kunstleder das Erdöl komplett zu eliminieren und nur mit pflanzlichen Rohstoffen zu arbeiten. Eine Handvoll Start-ups kann bereits Erfolge vorweisen, die meisten aber stecken noch in der Projektphase, und oft sind ihre Entwicklungen in Haptik und Aussehen kaum mit Echtleder zu vergleichen. Eine Ausnahme bildet hier Oleatex. Dem Türken Esref Hilmi Acik ist es nach fünf Jahren Forschung gelungen, aus Abfällen der Olivenölindustrie ein veganes Lederimitat ohne fossile PU- und PVC-Beschichtung zu entwickeln. Oleatex gilt als „Next-Gen-Material“ mit einer vielversprechenden Ökobilanz und einer hundertprozentigen Recyclingquote. Zudem hat die Idee längst die Produktreife erreicht und steht in ausreichender Menge zur Verfügung. Das dänische Modelabel Ganni, Vorreiter im Ausprobieren textiler Innovationen, hat für 2025 bereits Schuhe aus dem neuen Material im Angebot. Schon vor zwei Jahren schwor das Label aus Kopenhagen dem Echtleder ab. Ganni-Gründer Nicolaj Reffstrup ist sehr stolz auf diesen Schritt und bewirbt die Entscheidung mit markigen Sprüchen: „Der Verkauf von Lederprodukten ist so veraltet wie das Rauchen im Fernsehen. Die hohen Methanemissionen aus der Tierhaltung stehen im Widerspruch zu unseren Bemühungen, verantwortungsbewusste Kollektionen anzubieten und unsere Umweltbelastungen zu minimieren.“

Fortsetzung auf Seite 229

WERTVOLL ODER VERWERFLICH?

Fortsetzung von Seite 68

Die schwarzen Ballerinas mit Schnüren sind mit einem Preis von fast 400 Euro übrigens so teuer wie echte Lederschuhe. Aber halten sie auch so lange? Die Antwort darauf kann Dr. Michael Meyer, wissenschaftlicher Direktor und Geschäftsführer der Freiberg Institute gGmbH, kurz FILK, geben. Das Forschungsinstitut aus Ostdeutschland untersucht seit Jahren Leder und seine Alternativen auf wichtige Parameter wie Stabilität, Elastizität, Luftdurchlässigkeit et cetera. Das FILK gilt in der Branche als erste Adresse für Informationen rund um Polymere. Selbst hochrangige Automobilmanager und die vegane Luxusdesignerin Stella McCartney schätzen Dr. Meyers Rat.

Welche Meinung hat der promovierte Biologe also zur Diskussion, dass Leder nicht mehr zeitgemäß ist? „Das kann man so pauschal nicht beantworten. Die Fragestellung sollte eher lauten: Was ist den Verbraucher:innen wichtig? Eine schöne Oberfläche, die sich gut anfühlt? Eine weiche Struktur? Wasserbeständigkeit? Langlebigkeit?“ Die am Markt erhältlichen Lederimitate und Next-Gen-Materialien hätten alle ihre Vor- und Nachteile: Das aus Ananasblättern gewonnene Pinatex habe zum Beispiel eine schöne Oberflächenstruktur, aber rein gar nichts mit einer Lederanmutung gemein. Die aus Pilzkulturen gewonnenen Materialien wie Sylvania von MycoWorks oder Muskin wie auch Korkleder hätten eine hervorragende Wasserdampfdurchlässigkeit, aber leider keine mechanische Stabilität. Klassisches Kunstleder sei sehr wasserresistent und stabil, aber wenig luftdurchlässig. „In der universellen Anwendung, also über verschiedene Parameter hinweg, schneidet Leder weiterhin am besten ab. Viele der neuen Produkte sind für mich sehr interessante eigenständige Materialien, aber keine Alternativen zur gewachsenen und dreidimensional strukturierten Tierhaut“, so Meyer. Insbesondere in der Langlebigkeit schwächeln viele der Ersatzstoffe. „Die neuen Materialien halten die Nutzungsdauer ihrer Garantiezeit. Und mehr müssen sie meist auch gar nicht leisten, denn in einer Zeit des Fast-Fashion-Konsums werden Produkte immer schneller ausgetauscht. Wer trägt seine Schuhe schon ein Jahrzehnt lang, wer seine Handtasche länger als drei, vier Jahre?“

Auch wenn Dr. Michael Meyer nur die Fakten unserer aktuellen Konsumgesellschaft aufzeigt, so regt sich bei Janine Dudenhöffer angesichts solcher Aussagen sofort der Widerstand. Als „The Sustainable Stylist“ hilft die Berlinerin ihren Kund:innen, aus bestehenden Kleiderschränken ein Maximum an Looks herauszuholen sowie gleichzeitig Fehlkäufe und Überkonsum zu minimieren. Die inzwischen gebräuchliche Formel des „Cost per Wear“ ist ihr Mantra. Bei dieser Herangehensweise wird der Preis eines Kleidungsstücks durch die Anzahl der tatsächlich genutzten Male geteilt, um seinen „wahren Wert“ festzustellen. Ein veganer Kunstleder-Plisseerock von einer italienischen Designermarke, gekauft 2016 für über 300 Euro wurde nach dieser Rechnung zum teuersten Stück in Janines Schrank. Warum? „Nach neun Jahren löste sich die PU-Beschichtung am Bund vom Trägermaterial und bröckelt nun in Fetzen abwärts. Dabei hatte ich das klassische Teil gekauft, um ihm ewige Treue zu schwören.“ Das Material zersetzte sich ohne äußere Einflüsse. Getragen hat Janine den Rock nur selten. Mit Kunstleder steht die nachhaltige Stylistin seit dieser Erfahrung auf Kriegsfuß. Das Material passe einfach nicht zu ihrem ganz persönlichen, auf Langlebigkeit ausgerichteten Konsumstil.

Aber das muss ja nicht für jede:n gelten. Wer bei der Entscheidung zwischen echt und Imitat noch unschlüssig ist, sollte beim Instagram- oder TikTok-Account von Tanner Leatherstein vorbeischaauen. Denn Volkan Yilmaz fragt und antwortet nicht nur bei Lederprodukten, sondern auch bei den veganen Alternativen: „Mal sehen, ob es das wert ist.“

BARBARA MARKERT