



Som tidligere kaospilot og chefredaktør på Eurowoman blev Eva Kruse den, der fik professionaliseret Københavns Modeuge. Med sit indblik i modebranchen var det oplagt for hende at tage næste skridt i retning af at kæmpe for bæredygtighed og CSR, social ansvarlighed. I dag er Eva Kruse en af de førende stemmer på den globale modescene.

Tekst Louise Nyboe Andersen Foto Asger Mortensen

Modens svar på Greta Thunberg

Enhver sag har brug for en bannerfører, et ansigt. Og når det gælder bæredygtig og ansvarlig mode, er det danske Eva Kruse, der er i front. Hun har i mere end 10 år kæmpet for, at moden – på globalt plan – tog ansvar. Ansvar for dens ansatte, ansvar for dens miljøaftryk. Hun har for længst fået den seriøse del af modebranchen til at komme ud af starthullerne, men der kan altid gøres mere, og især vi forbrugere kan stemme med fødderne ved at købe mere bevidst, påpeger hun. Mød en passioneret, men jordbunden kvinde, der elsker modens livskabende skønhed, men hader dens destruktive bagside.

Bæredygtig mode rimer på Eva Kruse. For Eva Kruse har på imponerende vis gjort København til centrum for den globale modebranches grønne omstilling og spottede, at der var noget helt galt i modebranchen, længe før vi alle sammen begyndte at tale om klimaforandringer og komplicerede CO₂-regnskaber.

Som CEO for interesseorganisationen Global Fashion Agenda har hun i mere end 10 år kæmpet for bæredygtig mode på globalt plan og samler hvert år den internationale modebranche til konferencen Copenhagen Fashion Summit, hvor branchens grønne og sociale udfordringer diskuteres. Siden 2016 har den danske modeaktivist da også været på brancheorganisationen Business of Fashions liste over modens 500 mest indflydelsesrige personer, ligesom hun har modtaget både Dannebrogordenen og Den Franske Ambassades Menneskerettighedspris for sit store arbejde for samfundsansvar i modebranchen.

Men hvordan skal vi forbruge nu og i fremtiden? Hvordan kommer modebranchen til at se ud? Og hvordan finder Eva Kruse styrke til at blive ved med at være bæredygtig banebryder? Vi har talt med modens svar på Greta Thunberg, som ikke alene tegner de store linjer inden for bæredygtig mode på alverdens bonede gulve, men også selv køber brugt og sorterer sit skrald hjemme i lejligheden.

VI STÅR LIGE PÅ KANTEN

Hvis der er noget, Eva Kruse vil, går hun målrettet efter det. Det var da også sådan, hendes rejse mod en mere bæredygtig modebranche for alvor begyndte. Året op til COP15 i 2009, hvor hele verden skulle mødes i København for at diskutere klimaforandringer, fik hun indsigt i dele af dagsordenen for mødet og kunne konstatere, at modebranchen slet ikke var repræsenteret:

“Mange forskellige industrier spillede ind med bæredygtige initiativer, men der var ikke et eneste ord fra modebranchen. Selvom der dengang ikke var tal på, hvor meget branchen forurener, vidste jeg, at det havde indflydelse på vores klima. Jeg kan huske, jeg undrede mig over, at modebranchen altid havde stået uden for det politiske,” siger Eva Kruse, hvis organisation, Global Fashion Agenda, i dag arbejder tæt sammen med det politiske system for at gennemføre de nødvendige reformer.

Takket være den danske ildsjæl fik den danske modebranche alligevel en stemme ved COP15, og herefter tog det fart. I dag har langt de fleste modeforbrugere hørt om bæredygtige materialer, ligesom en stor del af modebranchen tager både socialt og miljømæssigt ansvar for alt lige fra produktion til pakning af varer. Men havde Eva Kruse mon dengang forestillet sig, at bæredygtig mode ville blive så stort?

»Vi har allerede nået planetens grænse i forhold til naturlige ressourcer. Vi bliver nødt til at blive bedre til at genanvende det, vi har, og forbruge på en helt anden måde «

“Ja altså, målet var jo at lave en global bevægelse for bæredygtig mode,” svarer Eva Kruse med en selvfølgelighed, der kendetegner hendes målrettede karakter: “Det var en del af vores 10-års handlingsplan. Bæredygtighed er blevet det største emne i modebranchen, ja, i hele verden. Det bør det også være, for vi står lige på kanten til ikke at kunne bremse den negative udvikling, som vil få kæmpe – kæmpe – miljømæssige og sociale konsekvenser. Tænk bare på klimaflygtninge. Vi taler om lande, der vil blive oversvømmet, og millioner af mennesker, som vil være nødt til at flygte. Det bliver en helt anden verden, vi kommer til at se.”

Hun fortsætter: “Jeg tror ikke, vi forstår den sam-hørighed, vi stadig har med naturen. Hovedparten af verdens befolkning lever jo i byerne og opholder sig meget lidt i naturen. Vi har ingen bevidsthed om, at havet og skovene er vores lunger. At vi er fuldstændig afhængige af naturens balance. Hver gang dyre- og plantearter uddør, har det kæmpe konsekvenser for det liv, vi lever herinde på stenbroen. Det tror jeg ikke, der er særlig mange mennesker, der tænker over til hverdag. Helt ærligt så synes jeg, vi er for lidt i naturen.”

Hun holder en pause som for at mærke efter og tilføjer: “Jeg tror, vi har glemt, hvor fantastisk den er, og hvor vigtig den er for vores eksistens.”

SÆLG T-SHIRTEN FEM GANGE

Men hele præmissen for modebranchen er vel forbrug og fornyelse – hvordan forener man det med bæredygtighed, uden at branchen kommer til at lide store økonomiske tab? For vi er vel lige vidt, hvis vi fortsætter med at købe for mange T-shirts, uanset om de er i økobilg?

“Modebranchen skal helt klart tænke i nye forretningsmodeller. En løsning kunne være at få de store virksomheder ind på *resell*-markedet – flere er allerede

i gang,” siger Eva Kruse og refererer til, at man kan indlevere sit brugte tøj til det pågældende brand, som så sælger det videre til en lavere pris.

“Hvorfor ikke sælge den samme T-shirt fem gange?” spørger hun. “Jeg har en datter på snart 18 år, som stort set kun køber brugt tøj, og det har faktisk ikke noget med bæredygtighed at gøre. Det kunne jeg ellers have håbet på med mig som mor.”

Eva Kruse ler og fortsætter: “Hun finder noget, som er unikt og til nogle bedre priser end i butikkerne. Det er en cool tilgang, synes jeg. De fleste køber desværre ikke tøj for at redde verden, men fordi de skal til fest på lørdag eller har lyst til at se anderledes ud. Vi må fange forbrugerne der, hvor de er. Der er selvfølgelig altid Greta Thunberg og hendes følgere, som vil gå radikalt til værks. Men de fleste vil stadig købe tøj, vælge fly frem for tog og spise en bøf, indtil de finder ud af, at det ikke er sundt for dem.”

Hun holder dog fast i, at mode stadig har sin berettigelse: “Modeindustrien er en af verdens største industrier og en vigtig spiller for økonomisk vækst, samfundsudvikling og jobskabelse. Moden er desuden meget magtfuld og har indflydelse på vores holdninger og handlinger, både bevidst og ubevidst. Derfor er det så uhyre vigtigt, at moden bruger sin størrelse og gennemslagskraft til at gå forrest i en bæredygtig omstilling, der involverer både produktionen og måden, vi forbruger på.”

GRÅDIGHED OG MANGEL PÅ RESPEKT

Eva Kruse går hastigt videre til et emne, som ligger hende meget på sinde: Overforbrug.

“En af de helt store udfordringer er, at det er blevet alt for billigt at købe tøj. Jeg er med på, at der er masser af mennesker, som ikke har råd til at betale flere tusinde kroner for en bluse, og der skal selvfølgelig stadig være tøj for enhver pengepung, men det er

simpelthen blevet for billigt, fordi der hele tiden er udsalg og tilbud. Hvis modebranchen hævdede priserne, ville de også tjene flere penge. Lige nu betyder det bare, at vi køber alt for meget tøj og bruger det mere respektløst. I gamle dage købte folk et stykke tøj, som de syede og lappede på og værnede om på en helt anden måde, end vi gør i dag. Det er simpelthen folks grådighed,” siger hun og hæver stemmen. “Folk, der ikke kan stoppe med at forbruge.”

Hun henviser til, at prisen på tøj i EU generelt er faldet med 30 % siden 2000, og at en gennemsnitlig person køber 60 % mere tøj og beholder/bruger det halvt så længe som for 15 år siden.

“Hvis modebranchen fortsætter, som den gør nu, stiger den med 81 % i volumen frem mod 2030. Det kan slet ikke lade sig gøre. Vi har allerede nået planetens grænse i forhold til naturlige ressourcer. Vi bliver nødt til at blive bedre til at genanvende det, vi har, og forbruge på en helt anden måde. Der er tre R'er, som virksomheder og individer bør huske på: Reduce, Reuse og Recycle (begræns, genanvend og send videre, red.),” siger Eva Kruse, og dermed minder hun os om, at moden berører os alle, og ikke bare er en lukket branche.

Men hvem skal egentlig stå i spidsen for en ændring?

“Det kræver en systemisk forandring, og derfor skal forbrugerne, politikerne og virksomhederne alle gøre en indsats. Hos Global Fashion Agenda er vores primære målgruppe brands og forhandlere, men vi har også folk i vores team, som udelukkende arbejder politisk og på at få gennemført de nødvendige lovmæssige tiltag. Når vi måler på det, kan vi se, at 60 % af industrien flytter sig, mens de sidste 40 % ikke gør noget som helst. Hvis de ikke vil flytte sig, er politisk indblanding nødvendig,” siger Eva Kruse, som også er meget optimistisk i forhold til, hvad innovation kan gøre.

“Jeg tror rigtig meget på teknologisk udvikling, materialeinnovation og kunstig intelligens. Hvis man formår at udvikle nogle systemer med de rigtige for-tegn, tror jeg, en stor del af løsningen skal findes her. F.eks. får vi jo nok ikke brug for at rejse mindre, men forhåbentlig kommer biobrændsel og el-fly hurtigere ind på markedet, så vi kan fortsætte med at flyve. Jeg har rigtig meget tillid til, hvad vi som individer og befolkninger kan flytte, men vi bliver også nødt til at mødes på tværs af landegrænser. Hvis vi vil lave en reel forandring i verden, må vi stå skulder ved skulder.”

GENBRUG ER GOD FORRETNINGSSANS

Men hvordan forbruger Eva Kruse mon selv, for som en af modebranchens absolut skarpeste frontfigurer køber hun vel stadig tøj?

“Jeg tænker meget over at reducere mit forbrug, og så køber jeg mest genbrug. Faktisk køber jeg ikke særlig meget, men det handler nok mere om tid end lyst,” siger hun og henviser til sin globale arbejdsplads, som betyder mange rejsedage, og at der altid er nogen på sms, Whats App eller mail.

“Der er jo så mange cool vintagebutikker, og rigtig mange af dem har en Instagram-profil, så man kan ligge derhjemme og scrolle igennem de sidste nye ting. Man kan få superfede ting, og de dyre mærker kan man ofte få til det halve. Genbrug er god forretningssans, og så har det minimal miljømæssig påvirkning. Jo flere gange, tøjet bliver brugt før genanvendelse, des bedre.”

”Helt grundlæggende tror jeg, det handler om at balancere sit eget regnskab. Hvis der er noget, man ikke kan leve uden, må man gøre noget mindre af noget andet. F.eks. har jeg nogle gange lyst til at tage et langt bad. Så må jeg bare sørge for at tage nogle korte bade resten af ugen. Og så flyver jeg en del pga. mit arbejde, men det kan man nemt CO₂-kompensere



for – det tilbyder de fleste flyselskaber i dag. Jeg tænker også meget over, hvad jeg spiser, og forsøger at reducere mit kødindtag, men uden at være fanatisk. Jeg tror, det vigtigste er, at vi hver især er bevidste om, at vores handlinger har et miljømæssigt eller socialt aftryk.”

DU ER IKKE BARE EN LILLE BRIK

For Eva Kruse er overbevist om, at det nytter at handle. Ikke bare sammen med andre, men også hver for sig.

“Jeg tror, at rigtig mange føler sig som en forsvindende lille brik i et stort spil og derfor nogle gange føler sig lidt paralyseret af globale problemstillinger. Men jeg kan godt blive rystet, når jeg går ned i min gård og konstaterer, at nogen har smidt en kæmpe papkasse i almindeligt skrald, lige ved siden af papcontaineren. Jeg kan blive så ærgerlig over, at folk ikke synes, det er vigtigt – at de ikke tænker, at det gør en forskel.”

”Jeg kan huske, at jeg som ung ikke gad gå med i en demonstration, fordi ’der jo var så mange andre, der gik med,’ og at min far sagde til mig: ’Jamen, hvad hvis alle sagde det?’ Det er jo fuldstændig rigtigt. Hvis vi alle sammen har den holdning, at vi hver især ikke gør en forskel, så er det da klart, at det ikke flytter

noget,” siger hun eftertænksomt og fortsætter: “Vi sorterer f.eks. alt skrald derhjemme, og når jeg står og skyller plasticbakker, har jeg da nogle gange tænkt på, om det egentlig hænger sammen i forhold til det øgede vandforbrug. Men jeg bliver bare så ærgerlig, når Ekstra Bladet laver en forside med overskriften: ’Danskerne indsamler tonsvis af plastikaffald: Du er til grin ved skraldespanden.’ Bare fordi vi i Danmark endnu ikke har fundet et ordentligt genanvendelsessystem for plastik, mener jeg stadig, det er vigtigt at indarbejde sorteringsrutinerne. Hvis vi bare kunne få den ind: At alle kan gøre en forskel.”

Forældrenes holdning om, at det nytter noget at forsøge at gøre en forskel, har da også fulgt Eva Kruse siden barndommen.

“Jeg har altid haft en naiv barnetro på, at man godt kan lykkes, og har altid bare kastet mig ud i tingene. Og så har jeg lært, at hvis man virkelig brænder for noget, skal man bare blive ved, og gøre sig umage.”

”I starten var der da også vildt mange, der ikke gad at høre på mig,” siger Eva Kruse og henviser til dengang, hun begyndte at tale om bæredygtig mode. “Men jeg er røvirriterende,” siger hun og ler – “jeg bliver bare ved.” +

Derfor skal tøj genbruges

- Der produceres ca. 150 milliarder stykker tøj om året.
- Danskernes tøjforbrug er steget med 20 % siden år 2000.
- Vi køber i gennemsnit 16 kg tekstil om året. Det svarer til over 89.000 ton om året.
- Hvert år bliver knap 45.000 ton tøj smidt ud i Danmark, dvs. den CO₂-udledning, der er brugt i produktionen og transporten, går tabt.
- Ifølge Danmarks Statistik har vi de seneste år brugt færre penge på tøj og sko, men mængden er steget markant, dvs. vi køber billigere ting, der som oftest er dårligt produceret.
- En EU-borger køber i gennemsnit to par sko om året. Dette svarer til 70 kg CO₂-udledning.
- Det vurderes iflg. Ellen MacArthur Foundation, at verdens tøj køb vil være tredoblet i år 2050.
- Det estimeres, at der på verdensplan produceres 30 % mere tøj, end der købes. Tøj som typisk ender på lossepladsen. I alt ender ca. 70 % af alt tøj på lossepladsen.
- Modens udledning af drivhusgasser svarer til den samlede mængde fra Storbritannien, Frankrig og Tyskland.
- Moden står for en dobbelt så stor udledning af CO₂ som flyindustrien (4 % vs. 2 %).
- Ca. 20-25 % af alle verdens kemikalier bruges i tekstilindustrien.

DET KOSTER DIT TØJ PÅ KLIMAKONTOEN

- Et par jeans: 33,4 kg CO₂
- Kondisko: 14 kg CO₂
- T-shirt: 8,77 kg CO₂
- Undertøj: 1,9 kg CO₂

FØR DU KØBER TØJ

- Hvis du køber nyt tøj, så tænk, før du køber. Køb kun det, du vitterligt får gået med og er vild med.
- Køb tøj i en god kvalitet, så det holder længere og f.eks. kan gives videre, når du ikke længere selv kan bruge det, eller kan få genanvendt fibrene. Jo kortere fibre i f.eks. bomuld, jo sværere er de at genanvende.
- Køb vintage- eller genbrugstøj, så vil dit CO₂-aftryk være minimalt.
- Gå efter tidløse design, så bruger du tøjet i længere tid.

EFTER DU KØBER TØJ

80 % af tøjets klimaaftryk er sat, inden du køber det. Men du kan forlænge tøjets levetid og dermed også udskyde at sætte de sidste 20 %'s aftryk:

- Vask sjældnere. Særligt billigt og dårligt produceret tøj slides ved for mange vaske. Tjek om tøjet trænger, før det ryger i vaskekurven, eller om det kan klares med f.eks. lidt hurtigt pletfjerning i hånden.
- Vask ved lavere temperatur. Du kan vaske det meste ved 20-30 grader, hvis vaskepulveret indeholder enzymer.
- Drop tørretumbleren. Den slider yderligere på tøjet samt bruger energi.
- Reparer dit tøj, og gå til hælebaren med skoene.
- Smid ikke dit tøj ud, men giv det til genbrug eller til genanvendelse. Flere butikker har tekstilindsamling, og de sørger for, at det tekstil, som ikke længere kan bruges som enten påklædning, sengetøj e.l., genanvendes som nye fibre i nye typer tekstiler, eller genbruges som fyld i f.eks. bilsæder eller i asfalt.