

**Verleihung des KAIROS-Preises 2012  
an Katell Gélébart**

**Rede von Prof. Dr. Christoph Stölzl**  
*Vorsitzender des KAIROS-Preiskuratoriums*

*Es gilt das gesprochene Wort*

*Kleider machen Leute:* Seit Menschen sich bedecken zum Schutz gegen Hitze und Kälte, gegen Sturm und Regen, gegen den Biss wilder Tiere oder nur gegen den strafenden Blick Gottes, wie es im Ersten Buch Mose erzählt wird, wollen sie durch ihre Hüllen auch schöner werden, wollen sich unterscheiden von den anderen. Welche Lust und welches Leid sie dabei erleben, davon handeln unzählige Geschichten. Von biblischen Joseph, Jakobs selbstverliebtem Sohn, dem nicht zuletzt sein „buntes Kleid“ den Hass seiner Brüder einträgt, wodurch er fast ums Leben und schließlich nach Ägypten kommt, kann man einen weiten Bogen spannen zum Schüler-Mobbing von heute, das sich um Besitz oder Nicht-Besitz von „Marken-Klamotten“ dreht.

*"Du bist am Ende - was du bist. Setz dir Perücken auf von Millionen Locken. Setz deinen Fuß auf ellenhohe Socken. Du bleibst doch immer was du bist."* Es ist Mephisto, dem Goethe sein modefeindliches Bonmot in den Mund legt. Aber wer glaubt schon dem Teufel? Der Autor selbst schon gar nicht: Ein paar Jahre zuvor hatte er seinem Werther den blauen Frack mit gelber Weste angezogen und damit eine europäische Modewelle ausgelöst. Folgenlos auch Andersens Märchen von des Kaisers neuen Kleidern. Gottfried Kellers moralische Geschichte vom armen Schneidergesellen Wenzel Strapinski, eben die, welche *„Kleider machen Leute“* heißt, steckt als utopisches Muster noch in jedem unserer Besuche in einem Textilkaufhaus: indem wir in ein neues Kleid schlüpfen, ziehen wir auch eine neue, bessere Identität an, die uns im doppelten Sinne „anziehend“ machen, uns Status und Würde geben soll. „Geltungskonsum“ nennen das die Soziologen, seit 1899 der Amerikaner Thorstein Veblen seine „Theorie der feinen Leute“ (The Theory of the Leisure Class) geschrieben hat. Die anonyme Massengesellschaft ermuntert den Menschen, so bescheiden sein Einkommen auch sei, *„Imponierverhalten durch modische Statussymbole“* auszuleben, durch Unterscheidung Identität zu gewinnen. Und dass dies funktioniert, Saison für Saison, für Millionen von Menschen vornehmlich der westlichen und nördlichen Welt, hat mit der Umkehrung unseres Eingangsatzes zu tun: Jetzt lautet er: *Leute machen Kleider.*

Und diese Leute sind nicht nur die nimmermüden „Kreativen“, die prominenten Designer von Paris, Mailand und New York, sondern hauptsächlich die Hunderttausende, ja

Millionen Unbekannte, die in Indien oder China in 12-Stunden-Tagen und in Gehäusen, stratosphärenfern vom Glamour der Laufstege und Fotoshootings, in entfremdeter Arbeitsteiligkeit, zusammennähen, was dann zu „demokratischen“, unschlagbar günstigen Preisen in den Schaufenstern der westlichen Metropolen hängt. Allein in Deutschland wandern jährlich 900.000 Tonnen Textilien über die Ladentische in die Kleiderschränke. Was passiert damit, wenn wir „es nicht mehr sehen können“, wie ein psychologisch wahres Alltagswort sagt? In Deutschland werden jährlich knapp 750.000 Tonnen Textilien gesammelt. Die Hälfte wird zu Papier oder wird verbrannt, die andere wird als Secondhand-Kleidung weiterverwendet. 150.000 Tonnen gehen davon nach Afrika. Der Preis für eine Tonne unsortierter Altkleider schwankt zwischen 150 und 300 Euro. Es gibt aufregende Reportagen über diesen globalen Wertschöpfungs- und Wertvernichtungsprozess. Man hat den Weg von T-Shirts von Indien über Europa bis auf die Märkte Afrikas verfolgt.

Der Kreislauf der Textilproduktion ist, das soll hier deutlich gesagt werden, ja nur ein kleiner Ausschnitt unseres globalen Wirtschaftens. Die zum Teil aberwitzigen, immer aber Ressourcen vergeudenden Wege, die andere Waren, ob Yoghurtbecher, Eiscremetüten, ob Bierflaschen, ob Elektronik rund um die Welt nehmen - vom World Wide Web gesteuert, durch ungerecht eingekaufte billige Arbeitskraft, nur scheinbar billige Energie, nur scheinbar billige Containerlogistik ermöglicht - sind ein konstitutives Grundprinzip der gegenwärtigen Weltwirtschaftsordnung. Die ökonomische, ökologische, erst recht die moralische Bilanz dieser Produktions- und Austauschwege ist – um das wenigste zu sagen – fragwürdig. Offenherzigere Kritiker sagen auch: himmelschreiend skandalös, weil immer andere den Preis dafür zahlen: die Natur, die Machtlosen, die Zukunft der Erde.

Globalisierung, so hat ein Philosoph einmal gesagt, sei eine „*planetarische Rodung*“ der ersten Natur, um an ihre Stelle ein zweite, artifizielle zu setzen. Dass diese eine rundum bessere sei, mag kein noch so eingefleischter Fortschrittsfreund behaupten. „*Ein Planet wird geplündert.*“, so hieß schon eines der ersten populären Bücher der ökologischen Bewegung. Die Geschwindigkeit im Produzieren und Wegwerfen ist atemberaubend. Fünf Planeten brauchen wir demnächst, haben kühle Ökonomen ausgerechnet, wenn wir mit der gleichen Wachstumsgeschwindigkeit von Menschheit und Industrie weitermachen, von der die Textilproduktion ja nur ein Teil ist.

Was tun? Idealisten fordern das „Nullwachstum“. Seit den Kassandrarufen des Club of Rome haben sich Reformbewegungen auf dem weiten Feld der Zivilisationskritik entfaltet, die einen „grünen Frieden“ mit der Natur und den Ausstieg aus allem irreversiblen Naturverbrauch und den Stop des technischen Wachstumswahns einfordern. Wem wäre dies alles nicht hochsympathisch?

Unsere Freude darüber wird regelmäßig dann ernüchtert, wenn uns die Sozialpolitiker vorrechnen, dass Vorsorgestaat und sozialer Frieden, unser gesamtes Lebensmodell also, mit der Selbstverständlichkeit des wirtschaftlichen Wachstums verknüpft seien. Ohne

Wirtschaftswachstum sei weder der Generationenvertrag zu erfüllen noch die Hochleistungsmedizin und Pflege für eine alternde Gesellschaft zu finanzieren. Wachstum = Demokratie, so heißt es. Wenn das stimmt, dann hätte der demokratische Staat Anlass zur Panik: hat er sich doch als Garant von Arbeitsplätzen, von Wohlstand und sozialer Sicherheit, von Bildung und Gesundheit geriert. Ohne Wachstum steht der Staat da mit leeren Händen, will er nicht die Verschuldung ins Unermessliche steigern.

Was tun? An biographischen Wendepunkten sagt die innere Stimme: „*Du musst Dein Leben ändern.*“ Woher kommen neue, also bisher „un-erhörte“ Botschaften an den Wendepunkten unserer Zivilisation? Der Blick in die Geschichte gibt eine klare Antwort: Aus der Kultur. Kultur, das ist das ewig veränderliche, schöpferische Amalgam aus Zweckhaftem und Zwecklosem, aus Ideal und Wirklichkeit, aus Lust am Neuen und Liebe fürs Ererbte, aus Ästhetik und Moral, aus Verschwendung und Askese. Kultur ist die immer labile Hängebrücke, auf der wir zwischen dem Reich der Notwendigkeit und dem Reich der Freiheit hin- und herwechseln können. Kultur ist das Labor, in dem die Symbole und die magischen Worte entstehen, ohne die keine zivilisatorische Wende beginnen kann. In diesem „Zukunftslabor Kultur“ sind es immer wieder missionarische, charismatische und prophetische Gestalten, ohne die nichts geschieht. Wer genau hinsieht, der erkennt, dass die Losungen für die großen Aufbrüche zur Humanität immer zuerst in der Kultur formuliert worden sind, bevor sie Gesellschaft und Wirtschaft ergriffen haben. „*Die Wirtschaft ist unser Schicksal*“, wohl wahr, was Walter Rathenau vor einem Jahrhundert prophezeit hat. Aber es liegt an uns, unserer kulturellen Selbstdefinition, *welche* Aufgaben wir ihr geben. Eine neue Wirtschaftsethik, die jenseits von Wachstumsfetischismus und Wachstumsverteufelung liegt, könnte lauten: Vom *quantitativen* Wachstum zum *qualitativen*. Dazu bedarf es der Phantasie und eines radikalen Denkens im echten Sinn des Wortes.

Und damit bin ich bei Katell Gélébart.

Der Weg unserer Preisträgerin vom „Normalfall“ des antiindustriellen Protestes hin zu einer Mission, in der sich Umweltbewegung und Kunst, nüchterne Ökonomie und gelebte Ökumene zu einem begeisternden, originellen und zukunftsfähigen Modell verbinden, ist von solcher Radikalität getragen. Am Anfang hat sie den Atomstrom und die Zerstörung der Wälder bekämpft. Sie hat andere zur Umkehr zu bekehren versucht, zu Konsumverzicht und verantwortungsvollem Recycling. Dann kam die Einsicht, dass negative Pädagogik wenig bewirkt, weil der Mensch so ist, wie er ist: er will *heute* glücklich werden, und lässt sich nicht gern durch Bußpredigten zum Verzicht zugunsten einer Zukunft verpflichten, die er selbst nicht mehr erlebt. Dass Menschen nach dem Lustprinzip handeln, dass das „*Consumo, ergo sum*“ und das Urbedürfnis des Menschen nach Unterscheidung nicht wegzupredigen ist, erkannte die Umweltaktivistin, weil sie im Herzen Künstlerin war und damit wusste, wie hungrig wir alle nach Distinktionsgewinnen sind.

Und damit war der zündende Funke für das Gélébart-Prinzip des „Eco Designs“ schon da: Kunst, Gestaltung, Mode, attraktive, wirtschaftlich verwertbare Produktion aus Rohstoffen, die es als Müll, als scheinbar Unbrauchbares in Hülle und Fülle gab. Ist das nun Modedesign, nur mit anderen Mitteln? Das Wort passt nicht ganz genau. Gélébarts ästhetischer Impetus kommt nicht aus der Lust am zyklischen Wechsel, dem Lebensgesetz der Modebranche, dem auch der aktuelle Trend angehört, aus abgelegten, zerschnittenen Modeteilen per Collage neue „Pret a porter“-Stücke zu collagieren. Unsere Preisträgerin gehört, kunsthistorisch gesprochen, in die Tradition der „Objet trouvé“-Philosophie, der Avantgarde des frühen 20. Jahrhunderts. „*The material is the message*“ ist Gélébarts Credo. Aus dem Geist der Kunst etwas Neues zu erschaffen, ohne dabei Ressourcen zu verschwenden oder Abfall zu produzieren, war für sie Herausforderung und Inspiration zugleich. Posttüten und CDs, Kronkorken und Tetrapaks, Bierdosen, Reifenschläuche, Zementsäcke, Plastikplanen, Zeitungen: Die Botschaft ist, scheinbar unerwünschtem, unbrauchbarem Material ein neues Leben zu geben und zu zeigen, dass es ästhetischen Wert hat. Am Ende, wie sollte es anders sein bei der Begegnung von Kreativität und Material, entstehen dann dennoch unerwartet schöne und sogar elegante, auf ihre Art luxuriöse Dinge. Dass dies gelingt, hat sehr viel mit der sozialen Dimension von Katell Gélébarts Methode zu tun: Die ästhetischen Impulse vieler Menschen aus vielen Weltgegenden gehen in ihre Schöpfungen ein.

Denn der Globalisierung des Mülls antwortet die Künstler-Missionarin mit ihrer Existenz als „moderne Nomadin“: sie will ihr Modell und die Folgen, die sie anstößt, persönlich erleben, die Botschaft von der Umwertung des Wertlosen persönlich an Menschen weitergeben, denen sie in Empathie zugetan ist. *„Entscheidend für meine Arbeit ist, dass ich sie überall auf der Welt tun kann“*. Aber auch, dass dies alles nicht eine folgenlose Konsumkritik-Performance ist, sondern ein neue Form des Wirtschaftskreislaufs. *„Die Welt ist unter Müll begraben“*, sagt Katell Gélébart: *„Aber der Abfall ist das Gold nicht nur von morgen, sondern schon von heute.“*

Wie kommt das Neue in die Welt? Indem schöpferische Menschen Gedanken miteinander verbinden, die vorher nicht zusammengebracht worden sind. *„Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind“*, hat Albert Einstein einmal gesagt.

Der KAIROS-Preis für Katell Gélébart: weil sie eine *kulturelle* Antwort auf eine *ökonomische* Weltfrage gibt, und dies zur rechten Zeit.

Herzlichen Glückwunsch !