

# Modens Bob Geldof

Velgørenhed blev for alvor en del af modebilledet i 2006. Men den britiske designer, Katherine Hamnett har i årevis arbejdet for at sætte fokus på Afrikas tekstilindustri for at bryde med branchens dårlige vaner. Af Camilla Alfthan

De fleste designere har det med at bombardere én med presse-materiale og billeder fra deres seneste kollektion, når der skal skrives en artikel. Katherine Hamnett sender én synspunkter. Et par dage efter interviewet kommer der en tyk konvolut ind af brevsprækken med materiale om solenergi.

»Min drøm er at genbeskove ørkenen, og at verden en dag kan blive selvforsynende i solenergi. I Afrika er der ingen elektricitet, og kvinderne bruger en masse tid og kræfter på at fælde træer til brænde, selv om naturen ligger inde med en ren og billig energikilde. Men lobbyen fra olie- og gasindustrien giver ikke et døjt for solenergi. De har interesse i holde folk i deres gamle vaner,« fortæller Katherine Hamnett over en kop kaffe og engelsk julekage i Aberdeen Studios udenfor London – et sted med unge kunstnere og NGO'er (Non Government Organisations, red.), hvoraf en, Women In Prison, ligger i samme gang som Hamnetts atelier.

Organisationen holder moralen oppe hos kvinder, som har mistet meget, og som ingen kommer og besøger, fortæller Katherine Hamnett og tager en bid af kagen, som traditionen tro giver ret til et ønske, hvis det ikke siges højt.

**DEN HØJE, JEANSKLÆDTE** designer med det lange mørke hår har altid haft mange ønsker, som hun normalt siger med store bogstaver. I 1980'erne lancerede hun t-shirts med slagfærdige slogans som »Choose Life« og »Clean Up or Die«, der blev brugt af popgrupper som Wham! og Frankie Goes to Hollywood. Da hun besøgte den daværende britiske premierminister, Margaret Thatcher, i nummer 10 i Downing Street var hun iført en xx-large trøje med sloganet, »58% Don't Want Pershing« – en reference til

datidens modstand mod nye atomvåben.

Og selv om slogans ikke altid er stærkere end våben, er mode et udtryksfuldt middel.

»Mode vil altid handle om status, selv-sikkerhed og identitet. Det er et meget stammepræget udtryksmiddel, som handler om sex og om at føle sig godt tilpas. Uden tøj ville fødselsraten være i bund. Efter en vis alder, ser vi meget bedre ud med noget på kroppen. Da jeg i sommer var i New York og mødte nogle magtfulde mennesker på stranden, var de ingenting uden deres tøj,« fortæller Hamnett, hvis egen stil bedst beskrives som britisk street couture – finurlig,

funktionel og sensuel. Hun har introduceret det krøllede look og gjorde Hobotai-silken til et modemust i 1970'erne. Hun designer kjoler og jakker – både til mænd og kvinder – og står bag 1980'er-udtrykket »power dressing«.

Stilen er stærk, og mon ikke det ligger i generne. Hamnett, som er født i 1947, har nemlig vikingeblood i årenerne og tilbragte sin ungdom i Stockholm, hvor hendes far var udstationeret som militærattaché.

»Jeg gik på den franske skole og til mange cocktailparties, hvor påklædningen var meget pyntet og formel. I dag er moden helt forandret – nu kan man tage et par jeans på til de fleste lejligheder,« fortæller Hamnett, hvis egen jeanslinie hører til hendes tidlige succeser.

Foruden mode til kvinder, mænd og børn, som forhandles over hele verden, designer hun også smykker og ure. Hendes butikker i London er designet af ingen ringere end Norman Foster og Nigel Coates, og briterne har flere gange udnævnt Hamnett til deres foretrukne designer.

På trods af succesen er hun særdeles jordnær og lidt af en ildkugle.

Midt under interviewet sætter hun pludselig i firspring efter en ung mand, som har tabt nogle papirer på gulvet og fortsætter bagefter, hvor hun slap.

»Da jeg gik i skole, var jeg den eneste, som studerede design og fysik. Da jeg så valgte at arbejde med mode, tænkte jeg, at det var det mest uskyldige job, som findes. I stedet fandt jeg mig pludselig i et mareridt. Tøjbranchen er skyld i millioner af dødsfald og sygdomstilfælde, og miljøskaderne er enorme. Konventionel bomuld dyrkes med sprøjtegifte, som er udviklet fra nervegas. Jeg var længe naiv og tænkte, at man ville fortælle folk om farerne ved giftene. Men producenterne var ligeglade, og jeg indså, at det ikke var nok at bare lave smukt tøj. Man er nødt til at handle,« fortæller Hamnett.

**EN CHECK, SOM EN** af hendes producenter skulle give arbejderne, blev først betalt, da hun troppede op med TV-stationen Channel 4 for at dokumentere forholdene. En jeansfabrik skiftede en miljøvenlig farve ud med en giftig og trøstede hende med, at der var kommet ekstra bestillinger på varerne.

»Mange forstod ganske enkelt ikke, hvad jeg ville. Men jeg har kørt min egen forretning, siden jeg var 21, så helt naiv er jeg heller ikke,« fortæller Hamnett, som tog konsekvensen i 2003 og brød med alle sine producenter.

Efter en rejse til Mali samme år vendte hun tilbage med en helt ny linie, Katherine E. Hamnett – »E« for etisk og »ecological«.

»Mali er et af verdens fattigste lande. Jeg mødte en kvinde, som havde mistet to babyer, fordi hun ikke havde nok næring i sin brystmælk. Jeg besluttede, at jeg måtte hjælpe dem. Jeg fandt ud af, at hvis de dyrker bomulden økologisk, bliver det 40 pct. billigere, og de kan dyrke dobbelt så meget,« fortæller Hamnett.

Ved at producere etisk mode til overkommelige priser håber hun på at ændre branchen. 15 pct. af overskuddet går til velgørenhed, og på lang sigt vil hjælpen give afrikanerne muligheden for at spise, sætte deres børn i skole og være i stand til at betale for lægehjælp,« forklarer hun.

Da det ikke er nok at stå alene med sit budskab, har hun allieret sig med den britiske supermarkedskæde, Tesco.

»Det vigtigste er, at tøjet ikke må være brunt og fodformet. Det skal være så sexet og sofistikeret, at du bare må eje det, selv om du er bedøvende ligeglad med situationen i Afrika,« siger hun.

Og det er et af de lange, seje træk. Modebranchen er noget af det mest langsomme, der findes, siger Hamnett, som begyndte sin sag for 18 år siden. I 2006 begyndte der for alvor at ske noget. Under Fair Trade-bannerne, der opererer med samme principper som den hollandske Max Havelaar-kaffe, debuterede den irske popsanger og aktivist, Bono, med etisk produceret tøj i Afrika. Andre, aspirerende mærker legitimerede deres høje priser med at ville

hjælpe de fattige – etisk mode er nemlig et smart marketingsstunt.

»Men modehuses bevæggrunde kan være lige meget, så længe de gør det rette og ikke lyver for folk. Enhver trend vil altid blive misbrugt, og derfor er man nødt til at have NGO'er til at tjekke, at forholdene også er, som de skal være. Jo flere, vi er om budet, jo større chance er der for at ændre branchens dårlige vaner,« siger Hamnett, som løbende får sine egne produktioner inspiceret ligesom Tesco.

**TØJET SYES I** Storbritannien, Portugal og Indien, i fabrikker som Hamnett selv har besøgt. Men hvor det meste af den øvrige modebranche er »Made in China«, er det et land, som hun ikke vil røre ved, så længe de ikke overholder menneskerettighederne.

»Kinesernes befolkningskontrol betyder, at gravide kvinder tvinges til abort indtil sidste måned i deres svangerskab. I Tibet er der steriliseringsprogrammer og varevogne med scannere, der kontrollerer, om kvinder er ulovligt gravide. Tibetanere må ikke gifte sig med en fra deres eget land – myndighederne gør alt for at under-



Hamnett med Thatcher i 1980'erne



»Choose Life«-sloganet var oprindeligt vendt mod unges stofmisbrug og høje selvmordsrater og bruges i dag som en appel for at redde vores planet.



Kathrine Hamnett er en pioner i den etiske mode – her med en T-shirt for fair handel.

trykke dem,« fortæller Hamnett, hvis søster arbejder i landet som NGO'er.

»I USA er der en del forvirring med hensyn til mine »Choose Life« t-shirts, som amerikanske abortaktivister har taget til sig. Jeg er ikke imod retten til at vælge selv. Jeg er imod tvungen abort i Kina,« siger Hamnett, som forlængst har fået tilnavnet Modens Bob Geldof.

Hun er medlem af organisationer som WHO, Friends of Earth og Greenpeace. I foråret var hun i Grenada til en konference om alternative energiformer som den eneste brite. Og når hun er engageret i mange sager, er det udtryk for et personligt behov.

»Det er ligesom, når du rydder op i et skab. Når du først går i gang, finder du hele tiden noget nyt, der også skal gøres noget ved,« siger hun.

»Solenergi er en velkendt energiform, som grækerne brugte til at brænde fjendernes skibe ned med. Samme teknik kan bruges til at pasteurisere vand og skabe elektricitet. Som tidligere kolonimagt har vi en pligt til at hjælpe andre og at udbedre de skader, som vi selv har skabt. Afrikanske bådflugtninge, som skyller ind på Europas kyster, ville blive i deres eget land, hvis vi hjælper dem med at skabe en fremtid,« siger hun.

»Det gode ved at rejse meget og møde folk over hele verden er,

at man indser, at mennesker er ens. Langt de fleste amerikanere vil gerne give bistand til udviklingslande. 92 pct. af briterne var ifølge en BBC meningsmåling imod en invasion i Irak. Problemet er, at folk ikke råber op. Men hvis vi kan ændre deres forbrugsvaner og få dem til at købe etiske varer, er det et stort skridt,« siger Hamnett, som selv satte Naomi Campbell på catwalken i en t-shirt med teksten »No War, Blair Out«.

»Choose Love« og »Bring Back God« er Katherine Hamnetts seneste slogans.

»Jeg er ikke religiøs, men tror på universets kræfter. Vores verden er et mirakel, som vi skal værne om. Vi er kun stjernestøv i det større perspektiv.«

Med eller uden tøj. ■

**Hamnetts adresser:**

[www.trecers.net](http://www.trecers.net), [www.solarpaces.org](http://www.solarpaces.org) og [www.solarcooking.org](http://www.solarcooking.org)  
vedrørende koncentreret solenergi til at pasteurisere vand og lave mad.

Katherine E. Hamnett kan købes på [www.katherinehamnett.com](http://www.katherinehamnett.com)

[m-s@berlingske.dk](mailto:m-s@berlingske.dk)