

# WHO'S THAT GIRL ?

IM INTERVIEW MIT **MARIE VON DEN BENKEN**

Text und Interview: Markus Megyeri  
Fotos © Christine Rosinski



Zugegeben, ich kannte Marie von der Benken nicht. Bis zu dem Zeitpunkt, als mir zugetragen wurde, dass es ein hübsches Model/Influencerin/Autorin gibt, welches nicht nur auf den Laufstegen namhafter Labels unterwegs und auf Plakaten abgebildet ist, sondern sich einsetzt für genau das, was auch wir mit unserem Magazin schützen möchten. Die Tiere! Dann ist da noch ihre erfolgreiche Fashion-Kolumne im Stern. Die sei nicht nur spannend, intelligent und leicht zynisch geschrieben, sondern habe auch viele Leser/innen. Und der Stern sei ja sowieso ein seriöses und verlässliches Medium. Selbstverständlich stimmen auch die Zahlen bei Instagram und Twitter, deswegen müsse man diese junge Dame anschreiben und einladen. Nach all den Informationen über Marie von den Benken saß ich nun da und folgte meiner inneren Stimme. Google auf und Schwups. Trotz der Flut von Infos über Marie war irgendwie klar, der Blick trägt etwas in sich, was es kennenzulernen gilt. Zu erleben. Face-to-Face. Um zu spüren, was von all dem übrig bleibt. Was Bestand hat. Was hinter der Maske sich verborgen hält. Je mehr ich über die Person Marie erfahren habe, desto klarer wurde auch, dass da einiges dahintersteckt. Freilich, die Schönheit liegt im Auge des Betrachters, heißt es so schön. Doch wenn du heute in dieser Branche erfolgreich sein willst, ist es von Vorteil so auszusehen wie Marie. Groß, nicht zu groß. Ein sehr spezielles anderes Gesicht, und eine Figur die jedem Shooting für Bademoden nicht nur standhält, sondern es bereichert. Stark geprägt durch meine eigene sportliche Geschichte, kann ich sehen, dass hier jemand viel arbeitet, diszipliniert ist und sein Geschäft versteht. Denn auf lange Sicht kann ein Model ohne körperliche Ertüchtigung und Achtsamkeit bei der Ernährung nicht (so) erfolgreich sein wie Marie es ist. Es gibt nur wenige Ausnahmen, wo Genetik und Disposition ausreichen, um trotzdem als Model langfristig erfolgreich sein. Doch zurück zur Vielfältigkeit der im Schwarzwald geborenen Influencerin. Es gibt ja wirklich viele Menschen die ihre Geschichte und ihre Erlebnisse auf Social-Media Kanälen wie Facebook, Youtube, Instagram oder Twitter teilen, und viele User/innen begeistern. Bei manchen gewinnt man den Eindruck, dass ausnahmslos alles gefilmt und kommentiert wird. Und sei es noch so unwichtig. Die Klicks und Likes sind ausschlaggebend. Und über jedes Argument, das erklären möchte wie uninteressant der Content sei, erhaben. Als ich mir dann aber Maries online Output angesehen habe, fiel sofort auf, dass die Haltung zu manchen Themen, vor allem im Bereich des Tierschutzes, un-

umstößlich ist. Ohne Besserwisserei und mit einer Offenheit, die andere dazu einlädt nachzudenken, verpackt sie bzw. zeigt sie diese Haltung. Eine der Königsdisziplinen im Bereich des Wissenstransfers ist es, den gegenüber dort abzuholen, wo er eben gerade steht. Bei Marie, die bereits mit 14 Jahren von einem Modelagenten entdeckt wurde, wird dieser Wissenstransfer durch eine Portion Sarkasmus und Humor unterstützt. Und fast unmerklich am Torwächter unserer „Besserwisser Lounge“ vorbeigeschleust. Ihre Fashion-Kolumne beim Stern lesen mit Sicherheit nicht nur junge Mädels, die Marie als Vorbild nehmen und von einer großen Karriere als Model, Autorin oder Influencerin träumen, sondern auch die Macher der Szene. Maries geschriebene Worte stellen viel Wahres dar und halten der Szene selbst einen Spiegel vor Augen, der nicht nur die perfekten Seiten der Modewelt aufzeigt. Aber am Ende dann doch wieder so gekonnt, dass niemand wirklich böse darüber ist. Mich würde nicht wundern, wenn Karl Lagerfeld oder Wolfgang Joop sich auf Maries Kolumne freuen. Und beim Gläschen Wein mit Blick in die Abendsonne augenzwinkernd ein Lächeln von sich geben.

Dann sind da noch Maries Instagram und Twitter Account. Ersterer ist gespickt mit Bildmaterial, wie man das eben so kennt. Doch nicht überladen. Der zweite jedoch, den sie bereits seit 2011 betreibt, mit markantem Wortwitz. Wortspielerein. Man hat das Gefühl, es macht der 29-jährigen richtig Freude, diesen Kanal zu nutzen. Ein Gegenstück zur sonst so perfekt gemachten Modewelt tritt hier in Kraft. Alles ist erlaubt, und ein wenig mehr Freiheit findet hier statt. Die Zahl ihrer Follower und die Interaktionsrate ist auf beiden Accounts beeindruckend. Jedoch im Vergleich zu manch anderen nicht weltbewegend. Ob mehr nackte Haut und schlaue Weisheitssprüche die Zahlen der Protagonisten nach oben schnellen lassen, ist nicht unbedingt messbar. Und auch nicht wirklich wichtig. Doch Maries Zahlen und das Feedback zeigen mir ganz klar, hier wird beim Leser/innen etwas in Gang gesetzt, was dann auch außerhalb des virtuellen Lebens stattfindet. Etwas ins Alltagsleben integrierbares. Glaubhaftes.

In den letzten Jahren ist das Geschäft mit den Influencern und Bloggern enorm gewachsen und bald jeder Industriezweig macht sich das zu nutzen. Die Kosten sind überschaubar und von einem derartigen TKP Preis konnte man vor Jahren nur träumen. Teure und aufwendige Werbeproduktionen waren nötig, um

eine höchstmögliche Anzahl an potenziellen Kunden zu erreichen. Heute drückt man der oder demjenigen mit den meisten Followern ein Produkt in die Hand, kreiert eine passende Headline, und schon springt die Like-Zahl nach oben als gäbe es kein morgen mehr. Die von Konsum getriebene Gesellschaft will eben unterhalten werden.

Ich betrachtete meine Recherchen über die vegan lebende Marie bis zum Zeitpunkt unseres physischen Aufeinandertreffens als objektiv und unbeeinflusst, auch wenn wissenschaftlich längst belegt ist, dass durch die persönliche und gesellschaftliche Konditionierung ein derartig bedingungsloser Blick unmöglich ist. Doch als sie dann, für mich gefühlt unschuldig und stark, zum ersten Mal in der Redaktion erschien, passierte etwas Wunderbares. Unaussprechliches. Diese fast schon unscheinbare Elfe ist nicht nur ein seit Jahren erfolgreiches Model, Autorin und Influencerin, sondern birgt etwas Geheimnisvolles in sich, was Interesse weckt. Etwas, wo Erklärungen und Kategorisierungen keinen Platz haben. Man bekommt einfach Hunger, mehr von ihr zu erfahren und weiß nicht so recht, weshalb. Im Laufe des Gesprächs wurde dann eine Art von Unsichtbarkeit ihres Wesens sichtbar, zeigte sich flimmerhaft. Und bei allen Themen verstärkte sich von Minute zu Minute das Gefühl, hier passt etwas zusammen. Marie legte klar dar, was ihr wichtig ist und unter welchen Voraussetzungen eine Zusammenarbeit stattfinden könnte. Auch wurde offensichtlich, dass Menschlichkeit, Verständnis, Nächstenliebe und Tierschutz eine Triebfeder ihres Schaffens sind. Am Ende waren wir uns alle einig, hier entsteht etwas Schönes, und wir verabredeten ein Folgetreffen. Zu dieser zweiten Begegnung war auch ihr Manager zugegen, der nicht minder sympathisch und zugänglich gewesen ist. Einer der versteht, wovon er spricht. Der nicht versucht, Dinge aufzublasen und zu versprechen, was nicht haltbar ist. Man hatte den Eindruck, dass diese beiden Menschen unbewusst bewusst aufeinander abgestimmt sind, und gerade diese Kombination aufrecht hält, was man als Symbiose bezeichnet. Einfach stimmig. Und last but not least wurde bei diesem Treffen bestätigt, was vom ersten Moment an klar gewesen ist. Marie von den Benken ist fleißig, nicht käuflich, steht zu dem was sie tut, und lässt ihre Haltung durch Ungemütliches sicher nicht beeinflussen. Ein Gewinn für die sonst so eintönige Unterhaltungsindustrie und alle, die den Tieren ihre Stimme geben.

Im folgenden Interview erfahren wir, warum Paris ihr Herz gewonnen hat und erhalten einen Einblick in das Leben der Hamburgerin.



Die Chemie stimmt zwischen Marie und Markus - Die beste Voraussetzung für eine tolle Zusammenarbeit.

**WVM: Was treibt dich an aufzustehen, obwohl du weißt, der Tag ist voll verplant und ein Termin folgt dem nächsten?**

**Marie:** Ich würde gerne sagen: Alles kein Problem, ich wache um kurz vor sechs Uhr schon vor dem Wecker auf, weil ich mich so sehr auf meine morgendliche Yoga-Stunde freue. Aber um ehrlich zu sein, bin ich ein ziemlicher Morgenmuffel. Ich habe mir aber angewöhnt, zu versuchen, jeden Termin und auch Hektik dennoch als Inspiration und Erweiterung des Horizonts anzusehen. Selbst wenn man nur einen Termin beim Verkehrsamt hat, um sein Auto umzumelden. Auch dort trifft man neue Menschen mit neuen Geschichten. Und natürlich hilft der Gedanke an meine langfristigen Ziele, wenn ich mal wieder am liebsten liegen bleiben würde. Ein kleiner Teil einer Bewegung zu sein, die das Thema Nachhaltigkeit und Nächstenliebe für alle Lebewesen in den Fokus stellt und in die Wahrnehmung der Menschen rückt, ist für mich eine riesige Motivation. Werte, Achtsamkeit, Bewusstsein schaffen - zum Beispiel dafür, nicht mehr die Augen vor den Produktionsketten zu verschließen und blind zu konsumieren. Zudem sind auch die Termine an sich meistens sehr spannend. Ich habe das Glück, dass ich sehr oft neue, fantastische und inspirierende Menschen kennen lernen darf - euch ja beispielsweise auch. Wäre ich damals nicht zu unserem ersten Termin gekommen, weil ich lieber ausgeschlafen hätte - das wäre doch verheerend gewesen!

**WVM: Passt Du dich der Geschwindigkeit der Modewelt an, oder gelingt es dir, in deinem eigenen Rhythmus zu bleiben?**

**Marie:** Die Modewelt ist tatsächlich extrem schnelllebig. Alle sechs Monate beginnt eine neue Saison, die Designer müssen sich und ihre Kollektionen quasi im Halbjahrestakt neu erfinden. Wenn Du eine Cruise-Kollektion hast, sogar noch öfter. Auch das führt dazu, dass es auf dem Modemarkt einen Überschuss von mehr als 30% gibt. Kleidung wird also produziert, nur um nach einiger Zeit unverkauft wieder vernichtet zu werden. Das ist für alle Beteiligten eine Katastrophe, inklusive dem Planeten, auf dem wir leben. Ich finde es daher klasse, wenn Designer den Mut haben, umzudenken. Steinrohner, eine junge Marke aus Österreich, bringt beispielsweise keine Kollektionen auf den Markt, sondern Editionen. Sie möchten nachhaltiger im Trend denken und wiederkehrende Klassiker

anbieten, die langfristig tragbar sind und nicht nach einem halben Jahr schon wieder out. In der Modewelt sind darüber hinaus Trends ja selten komplett neue Erfindungen, sondern meist ein Revival von etwas, was es schon mal gab. Deshalb lohnt sich auch der Gang in Vintage-Stores, um seinen Kleiderschrank mit besonderen Stücken auf nachhaltige Weise zu füllen und dennoch mit dem Trend zu gehen. Auch Leihservices für Kleidung wirken dem Fast-Fashion-Trend entgegen und ich nehme sie immer wieder in Anspruch. Warum auch nicht? Es ist nachhaltiger, spart Platz im Kleiderschrank und schont den Geldbeutel. Auch ich werde aber von dieser Geschwindigkeit immer wieder mitgerissen. Natürlich versuche ich, mich so oft wie möglich raus zu ziehen und dem Leben meinen eigenen Rhythmus zu geben. Aber ich arbeite eben nicht in einem dieser so oft besungenen „9-to-5“-Jobs, so dass das oft schwer ist. Insbesondere während der Fashion Weeks kommen so viele verschiedene Stränge meiner Arbeit zusammen, dass vom eigenen Rhythmus nur noch wenig übrig bleibt. Als Model, Autorin, Markenrepräsentantin und Influencerin bin ich während der Modewochen in allen Disziplinen gleichzeitig unterwegs. Da muss man sich nichts vormachen: Ich passe mich dem vorgegebenen Rhythmus an und der ist hektisch. Abseits der Saisons gelingt es mir aber dafür immer besser, auch den notwendigen Ausgleich zu finden. Ein Yoga-Retreat auf Ibiza oder ein Nachmittag bei meinem Pferd lassen das Pendel dann etwas entspannter kreisen.

**WVM: Was muss passieren, damit Marie ausfliept... und für einen Moment oder länger vergisst, Contenance zu bewahren?**

**Marie:** Ich bin zwar womöglich ein eher zurückhaltender Mensch, aber ich bin gleichsam ein sehr emotionaler. Wenn ich also große Ungerechtigkeit verspüre, kann ich schon sehr schnell in eine Situation geraten, wo ich meine Kinderstube vergesse. Bei Tierquälerei etwa. Ich wäre sicherlich eine Kandidatin, die auf der Autobahn einen Tiertransporter stoppen und die Tiere freilassen würde, weil das einfach mein Impuls ist. Ich habe aber nach vielen Gesprächen eingesehen, dass das den Tieren nicht wirklich helfen würde und versuche deshalb, meine Energie dann an anderer Stelle einzusetzen, um denen, die keine eigene Stimme haben, meine zu geben. Ähnlich sieht es bei Diskussionen um gesellschaftliche Themen aus. Zum Glück finden die hauptsächlich online statt, denn sonst hätte ich mit Sicherheit schon eine ganze Reihe Klagen am

Hals. Wenn ich lese, was so mancher da absondert, wird mir schlecht und ich möchte diese Leute einfach nur durchschütteln und anschreien.



Bei dieser frohen Ausstrahlung würde niemand denken, dass Marie auch mal ihre gute Kinderstube vergessen könnte, aber bei Tierquälerei kennt sie kein Pardon!

**WVM: Du hast eine top Figur und strahlst so schön. Wie hältst Du dich fit?**

**Marie:** Top-Figur, ja. Das Kompliment gebe ich mal an meinen Photoshop-Account weiter. Ansonsten kann ich als wichtigsten Schritt zu einer gesunden Fitness nur empfehlen, sehr genau auf die Ernährung zu achten. Und damit meine ich nicht, Diäten zu machen, sondern eben zu schauen, was dem Körper guttut. Wenn man im Supermarkt eine Packung Salami für 0,29 Cent kaufen kann, muss man kein Genie sein, um zu wissen, dass man sich damit keinen Gefallen tut - so viel Schrott und Chemie wie da drin sind. Mal ganz

abgesehen von dem Faktor, dass für dieses Billigprodukt bestialisch ein Tier getötet, ein Leichenteil von ihm durch viel Chemie und Kühlketten am Verwesen gehindert und dann mit viel Gewürzen in der Pfanne gebraten wird. Aber jetzt klinge ich wahrscheinlich wie eine dieser Hardcore-Veganerinnen. Das bin ich nicht. Ich kann nur für mich selber sagen: Vegane Ernährung hat mich fitter, gesünder, strahlender und leistungsstärker gemacht. Das ist eine Tatsache. Ich kann nicht beurteilen, ob das bei jedem anderen auch so wäre, aber der Schlüssel zu einem gesunden Körper ist sicherlich eine gesunde, für einen selber optimal ausgewogene Ernährung und ein wenig Sport. Das reicht schon. Ich zum Beispiel versuche, so viel wie möglich zu Fuß zu machen. Dazu dann noch ein wenig Ballett hier und da und bei Gelegenheit mit meinen beiden Fußball verrückten Cousins auf dem Bolzplatz auspowern. Ich sage Dir, 5- und 8-jährige Jungs haben beim Fußball eine Ausdauer, da kann ich nur von träumen. Aber mir stehen dafür die Borussia Dortmund Trikots besser.

**WVM: Du nutzt deine Bekanntheit auch für Tierchutz und vegane Kampagnen. Welche Kriterien muss man erfüllen, um eine Marie für ein Projekt zu begeistern?**

**Marie:** Ich möchte mich nicht heroischer darstellen, als ich bin. Ich kooperiere mit vielen unterschiedlichen Partnern und bei diesen Projekten sind sicher auch Partner dabei, die man nicht unbedingt als 100% veganes Unternehmen bezeichnen würde. Das ist aber auch nicht mein Anspruch oder meine Philosophie. Ich möchte im Gegenteil vor allem zeigen: Egal, wie man leben möchte oder was man mag, es gibt immer mehr fantastische, tierfreundliche Alternativen. Man muss nicht Veganer werden oder Kommerz verteuflern, um die Welt ein Stück besser zu machen. Eine nachhaltige, tierfreundliche Lebensweise heißt nicht, auf Luxus verzichten zu müssen. Immer mehr große Designer erkennen den Zeitgeist und verwenden verstärkt Leder-Alternativen oder Canvas in ihren Kollektionen. Auf Echtpelz verzichten ohnehin fast alle bereits. Und von der Haute-Couture ist man schnell bei der Haute-Cuisine, wenn es um Luxus geht. Da sieht es ähnlich aus. Es gibt ja kaum noch ein Restaurant, in dem man nicht wenigstens eine schöne vegane Option bekommen kann, die aus mehr besteht als nur Pommes und Salat. Diese Tendenz ist eindeutig und in meinen Augen unumkehrbar, das freut mich natürlich.

**WVM: Du reist viel um die Welt. Was verbindest Du mit Paris?**

**Marie:** Paris ist für mich der Ort, an dem sich alles kumuliert, was ich als Anforderung an eine Stadt hätte, wenn ich mir eine malen würde. Es ist ein Epizentrum der Kultur, der Kunst, der Kulinarik und natürlich auch der Mode. Ich habe fantastische Kindheitserinnerungen an die Stadt von den Besuchen mit meinen Eltern. Paris war ein Abenteuer, die Gärten Kunstwerke, die Boulevards wie eine Filmkulisse, die Süßigkeiten so verlockend wie nirgendwo sonst. Der Geruch von Kaffee und Croissants in den Straßencafés ist heute immer noch so wie vor 20 Jahren. Ich habe Freunde dort, ich bin beruflich sehr oft dort und jedes Mal, wenn ich mit dem Thalys in den Gare du Nord einfahre, ist es ein bisschen wie Weihnachten nach Hause zu kommen in dieses absurd riesige Haus der Großeltern, das vollbehangen ist mit Geschenken, Schmuck und Süßkram. Dazu die historische Bedeutung, die man in jedem Winkel der Stadt spüren und sehen kann. Ich habe das Gefühl, in Paris ist jeder eine bessere Version von sich selber, weil die Stadt Liebe ausstrahlt, Romantik und Lebensfreude. Und sie ist laut, aber auf eine angenehme Art und Weise. Ich fühle mich immer so, als würde Charles Aznavour im Hintergrund ein Chanson singen, auch wenn es vielleicht nur das Hupen der Müllabfuhr ist.

**WVM: Grüne, faire und vegane Modelabels nehmen Fahrt auf und erobern den Markt. Wie transportiert man diese „kleinen“ Labels, bzw. die kleinen Produktionen in Richtung Massentauglichkeit?**

**Marie:** Das schönste an diesem Gedanken ist ja, dass die Zeit für diese Labels spielt. Die Menschen haben angefangen, sich über ihre Gesundheit, aber auch über Nachhaltigkeit, die Probleme des Planeten, ihre und die Zukunft ihrer Kinder Gedanken zu machen. Was vor 20 Jahren noch als linksalternativ galt, ist heute in den großen Mode-Wallfahrtsorten angekommen. Galeries Lafayette und Printemps in Paris, Harrods in London, die 5th Avenue in New York – egal wo Mode von den großen Designern zelebriert wird, hat sich das Bild geändert. Wo es früher nicht pompös genug sein konnte, ohne jeden Gedanken an Umwelt oder Zukunft, heißt es heute überall „eco friendly“ und „sustainability“. Das zeigt ja, wohin die Reise geht. Die Labels, die das heute bereits zu 100% leben, werden früher oder später automatisch eine viel höhere Aufmerksamkeit bekommen. Und schon

heute sollten sie konsequent auf die neuen Medien setzen, mit denen sie ja quasi gemeinsam den Siegeszug angetreten haben.

Vor 10 Jahren gab es kein Instagram, heute haben sogar meine Eltern, die mir vor 15 Jahren noch gesagt haben: „Nur Spinner brauchen Handys“, Instagram-Accounts. Es ist etabliert. Die junge Generation, Millennials oder wie immer Du sie nennen möchtest, ist damit aufgewachsen. Gleichzeitig wuchs die Überzeugung, dass wir unser Verhalten ändern müssen, um den Kollaps unserer Welt zu verhindern. Dazu gehören Dinge wie faire Arbeitsbedingungen überall und Verzicht auf unnötiges Leid, vor allem auch bei Tieren. Insofern sollten diese Labels die beiden zukunftssträchtigen Entwicklungen kombinieren und konsequent auf Influencer mit veganer und nachhaltiger Philosophie setzen. Diese Stringenz wird sich auszahlen und durchsetzen, denke ich. Influencer mit einer starken Philosophie werden verstärkt Relevanz erhalten. Es ist mir schon heute ein Rätsel, wie Labels wie Stella McCartney solche Fehler machen können. Ich liebe die Marke eigentlich sehr, ich trage heute sogar Stella McCartney Schuhe, die ersten veganen Stan Smith Sneaker. Aber wenn es um deutsche Influencer geht, laden sie sich zu ihren Shows, ihren Fittings und Events ausgerechnet die Influencer ein, die ein paar Tage vorher auf Instagram noch stolz im Pelzmantel posiert haben. Wie kann das sein? Ist es ihnen egal, solange vermeintlich die Reichweite stimmt? Liegt es an den PR-Agenturen, die Jobs eben gerne an eine überschaubare Gruppe von Influencern vergeben, weil sie keine Lust haben, für jeden Kunden die wirklich perfekt passenden Protagonisten zu finden? Ich denke, das ist ein Fehler. Denn die Leute sind nicht dumm. Irgendwann fragen die sich, wie ernst es Stella McCartney mit der Tierliebe wirklich ist, wenn in der Kommunikation mit dem potenziellen Kunden so operiert wird. Ich habe neulich bei einem Fashion-Dinner eine Redakteurin von einem sehr großen Mode-Magazin getroffen, die der Meinung ist, dieses Tierschutz-Thema wäre bei Stella McCartney eine PR-Nummer. Wenn die Leute irgendwann dieses Gefühl bekommen, ist das Kind, wie man so schön sagt, in den Brunnen gefallen. Diesen Fehler sollten die kleinen Labels nicht machen, bei denen die Philosophie mehr ist als nur eine PR-Strategie. So spielen sie sich langsam, aber spürbar in die Köpfe der Kunden, was ja für die meisten dieser Labels ohnehin der beste Weg ist. Nachhaltig, fair und animal cruelty free zu produzieren ist ein aufwändiges Unterfangen, das

man nicht von heute auf morgen auf die Stückzahlen in H&M-Größenordnungen skalieren kann. Daher ist es vermutlich ohnedies besser, organisch aber dafür langfristig zu wachsen.

**WVM: Die jahrzehntelange Konditionierung der Modewelt „Kleider machen Leute“ hat funktioniert, und tut das noch. Wenn Kleidung/ein Label mit Tierleid in Verbindung steht, dann will doch eigentlich niemand mehr diese tragen. Warum ist dem nicht so?**

**Marie:** Niemand ist perfekt und zu einem Bewusstsein für solche Zusammenhänge gelangt man ja nicht automatisch über Nacht. Ich kann mich da selber als bestes Beispiel heranziehen. Ich habe Fleisch geliebt und mir niemals Gedanken darum gemacht, dass dafür ein Tier getötet werden musste. Kein Kleinkind würde doch jemals Salami essen, wenn wir es ein paar Stunden mit einem süßen Schweinchen spielen lassen, und dann sagen: „So, genug gespielt, wir schlachten das Schwein jetzt, damit wir heute Abend Wurst essen können!“ Ich denke, mit Kleidung ist es ähnlich. Die Transferleistung ist sogar noch schwieriger, da es noch weniger Informationen gibt, die populär verbreitet werden. Klar, wenn man googelt, findet man recht schnell diese grauenvollen Bilder, wie Tieren für eine bescheuerte Pelzstola leiden und sterben müssen. Aber selbst beim Fleischkonsum gibt es ja genug Menschen, die die Produktionshintergründe offensichtlich vollkommen ausblenden können. Bei Mode ist das vermutlich noch viel einfacher. Wolle vom Schaf etwa – da hat man das fast schon romantische Bild im Kopf, wie der Schäfer seinen lieb gewonnenen Schafen, die er alle mit Namen kennt und die quasi zur Familie gehören, zwei mal im Jahr die Haare zupft und daraus wird dann Schafswolle gemacht. Dass in der Realität beim Großteil der Wollproduktion eine abscheuliche Industrie dahinter steht, die für furchtbares Tierleid verantwortlich ist, weiß kaum jemand. Richtiges Informieren und das daraus resultierende Suchen nach Alternativen ist anstrengend und kostet Zeit. Einfach in die Stadt gehen und das erste, was mir gefällt oder schmeckt, zu kaufen geht schneller. Aber auch da werden die angesprochenen neuen, fairen Labels ihren Weg gehen und die neuen Generationen prägen.

Ich bin mir sicher, dass es nicht mehr viele Generationen dauern wird, bis Kinder ihre Eltern verwundert fragen, ob es stimmt, dass man früher Tiere sinnlos gezüchtet und dann getötet hat, nur um ihren Pelz anzuziehen. Das wird für diese neuen Generationen so abwegig klingen, wie in meiner Generation der Gedanke, dass Menschen sich früher andere Menschen als Sklaven gehalten haben oder Homosexualität als perverse Krankheit galt.



**WVM: Was kann die Politik tun um das Tierleid im Fashionsektor zu reduzieren, zu minimieren oder gar gänzlich aufzuheben?**

**Marie:** Viel. Was sie aber nicht tut. Das ist in meinen Augen eine Schande. Tiere werden hier in Deutschland juristisch wie eine Sache und nicht wie ein Lebewesen behandelt. Wenn ich ein Kind klauge, ist es Entführung. Wenn ich einen Hund klauge, ist es Diebstahl. Ich meine damit nicht, dass das Klauen eines Hundes und das Entführen eines Kindes gleich bestraft werden sollte. Aber ich finde, es zeigt eindeutig, wie die Politik und die Gesetzgebung heute aussieht. Ein Hund ist vor dem Gesetz eher ein Kasten Bier als ein Lebewesen. Das kann nicht sein. Ich habe neulich erst mit einem hochrangigen Politiker der FDP gesprochen, der mich als potenzielle Kandidatin sah, meine Meinung auch politisch einzubringen. Ich habe noch nie FDP gewählt, aber immerhin haben sie Humor. Die wurden nämlich auf mich aufmerksam, als ich im Vorfeld der Bundestagswahl die Kampagne von Christian Lindner persifliert habe. Als wir dann über Tierschutz sprachen und was man da alles verbessern könnte, merkte er, dass im aktuellen Wahlprogramm

Marie beweist ihren Followern, dass Frau mode- und umweltbewusst sein kann ohne Tier- und Menschenleid.

**„ES IST MIR WICHTIG, DASS DIE DINGE, DIE ICH DANN WIRKLICH TRAGE - EGAL OB AUF DEM LAUFSTEG, BEI SHOOTINGS, IN DER WERBUNG ODER PRIVAT - WIRKLICH OHNE LEDER, OHNE ECHTPELZ, OHNE TIERLEID UND UNTER GUTEN BEDINGUNGEN PRODUZIERT WURDEN.“**

der FDP zu dem Thema so gut wie gar nichts zu finden war. Es ist eben nicht sehr populär, sich über Tierrechte zu definieren, weil es immer den Anschein erweckt, als wollten die da oben dem Volk jetzt auch noch das Schnitzel wegnehmen. Aber es muss mehr passieren, viel mehr. Ich persönlich würde sogar Tiertransporte verbieten. Aber ich weiß auch, dass man klein anfangen muss. Baby-Stepps. Da wird zu wenig getan. Aber es gibt auch hier Tendenzen, die eindeutig zeigen, dass es in die richtige Richtung geht: Die London Fashion Week war diese Saison erstmals komplett echtpelz-frei. Und der Bürgermeister von Los Angeles hat für das gesamte Stadtgebiet den Verkauf von Echtpelz verboten. Das sind Highlights, die es zukünftig immer öfter geben muss! Stellt Euch das mal vor. In Los Angeles, in Hollywood, der Stadt der schönen und Reichen, der Glitzerwelt des Films, da müssen die Luxus-Boutiquen am Rodeo Drive jetzt zukünftig ihre Echtpelze einpacken und zurückschicken. Verkaufen dürfen sie sie nicht mehr. Alleine dafür würde ich nach Los Angeles ziehen. Für mich sind solche Meldungen aus der Politik wie Weihnachten. Dabei muss es ja auch nicht mal immer um Verbote gehen. Es gibt auch den umgekehrten Weg. Warum nicht Forschung und Unternehmen fördern, die nach Alternativstoffen suchen. Alternativen für alles, was heute noch aus tierischen Materialien gemacht wird. Anreize schaffen. Das macht man bei Energie oder Verkehr ja auch. Das würde funktionieren.

**WVM: Was muss der Konsument tun, damit die Modeindustrie aufhört, weiterhin an Tierleid gekoppelte Produkte zu verkaufen?**

**Marie:** Egal, ob es eine aktive Entscheidung oder ein reaktives Verhalten ist – der Konsument stimmt jeden Tag mehrfach über unsere Zukunft ab. Mit jedem Einkauf im Supermarkt, mit jedem Kauf von Kleidung, mit jeder Reisebuchung. Alles, was wir konsumieren ist nicht nur ein Statement für unsere vorgebliche Individualität oder unseren Lifestyle, es ist vor allem auch ein Votum für die Art und Weise, was und wie der Hersteller produziert. Wenn wir T-Shirts für 2,00 € kaufen wollen, müssen wir uns nicht wundern, wenn irgendwann in Bangladesch ein Fabrikgebäude einstürzt und dabei viele gnadenlos unterbezahlte Arbeiter ihr Leben verlieren, die dort für ein paar Cent die Stunde geackert haben – wenn es ganz schlecht läuft, sind sogar Kinder darunter. Diese Verantwortung müssen wir tragen und entsprechend muss unser Urteil ausfallen: Nein zu diesen Produkten. Nein zu im-

mer mehr, immer günstiger. Ja zu immer besser in der Qualität, regional und fair produziert und nachhaltig. Das gilt natürlich auch für Tierleid und fängt klein an, indem man eben nicht jeden Tag Schweinenackensteak für 1,20 Euro kauft, sondern nur zwei Mal die Woche, dafür aber dann wenigstens Bio-Fleisch vom Bauernhof aus der Region, bei dem die Tiere nicht wie Abfall einer unwürdigen Industrie behandelt werden. Das meine ich damit: Die ersten Schritte sind wichtig, die jeder gehen kann. Und niemand muss deswegen gleich Veganer werden. Dass der Konsument von heute mehr und mehr dahinter schaut und wissen will, wofür er sein Geld ausgeben soll, ist wohl eindeutig und auch genau der richtige Anfang.

**WVM: Du bist ein gutes Beispiel für Akzeptanz gegenüber dem Bestehenden. Denn einerseits modelst Du für große Marken, die wenig oder kaum vegan produzieren. Und andererseits wirbst Du für rein vegane oder nachhaltige Labels. Was ist dein Moral oder dein Ethikgeheimnis?**

**Marie:** Ich möchte authentisch sein, auch wenn das eine ziemlich strapazierte Vokabel ist. Ich möchte dieselben Kriterien bei mir anlegen, die ich anderen anlegen würde und ich möchte aufklären, erinnern und Impulse, Inspirationen geben, ohne zu missionieren. Jemanden dazu zwingen zu wollen, kein Leder mehr zu tragen, wird nicht funktionieren. Ihm Alternativen schmackhaft zu machen, sehr viel eher. So sehe ich mich in dieser Modewelt. Es ist mir wichtig, dass die Dinge, die ich dann wirklich trage – egal ob auf dem Laufsteg, bei Shootings, in der Werbung oder privat – wirklich ohne Leder, ohne Echtpelz, ohne Tierleid und unter guten Bedingungen produziert wurden. Höher lege ich die Messlatte nicht an. Niemand ist perfekt. Alleine dadurch, dass ich lebe, atme, dass ich existiere, werden andere Lebewesen in Mitleidenschaft gezogen. Das ist mir mehr als bewusst. Hundert Prozent vegan kann also niemand leben.

**WVM: Dein veganes Know-how ist mittlerweile groß. Nicht nur im Modesektor, sondern überhaupt. Dein Einfluss wächst. Wäre eine Eigenmarke denkbar?**

**Marie:** Wir haben vorhin ja von zu viel Überfluss im Modesektor gesprochen. Dazu möchte ich natürlich nicht beitragen. Derzeit erfüllt es mich, die bestehenden guten Marken, die aus meiner Sicht zukunftsorientiert arbeiten, mit meiner Reichweite und meinem

Content zu unterstützen, wenn sie die ersten Schritte Richtung Nachhaltigkeit und vegane Kleidung gehen. Auch um sie merken zu lassen, dass das der richtige Weg ist. Und natürlich möchte ich neue Modestartups pushen. Mit den richtigen Partnern und Produkten, die tatsächlich eine Lücke schließen, könnte ich mir aber eine Eigenmarke oder vielleicht eher eine Art Capsule Collection sehr gut vorstellen. Anfragen gibt es da auch immer mal, aber es muss natürlich wirklich passen. Das dreißigste weiße T-Shirt, auf dem dann irgendein Slogan steht, alleine reicht mir da nicht aus. Und das Label muss natürlich voll hinter meiner nachhaltigen, veganen Überzeugung stehen, zumindest bei der gemeinsamen Kollektion.

**WVM: Angenommen, Du stehst vor dem großen Rat der Tiere und musst in wenigen Sätzen erklären, warum wir das tun, was wir tun. Deine Worte...?**

**Marie:** Das wäre extrem schwer, da ich mich vermutlich die ganze Zeit unter Tränen entschuldigen würde. Eine zufriedenstellende Antwort gibt es darauf nämlich nicht. Zumindest nicht für mich. Der Großteil der Menschen verhält sich immer noch unbegreiflich emotionslos und unmenschlich. Für ein billiges Stück, den Körper krank machender, Wurst ein Lebewesen zu töten, das kommt mir so antiquiert vor, wie Hexen zu verbrennen. Aber es ist Realität. In Massen. Daher kann ich nur spekulieren. Ich denke, die Menschen sind im Durchschnitt leider sehr egoistisch und sehr bequem. Ihr emotionaler Intelligenzquotient ist erschreckend niedrig und sie sind gleichzeitig Weltmeister im Verdrängen.

**WVM: Angenommen, Du bist Bundeskanzlerin und musst der Bevölkerung erklären, warum es ab 2019 keine tierischen Produkte mehr gibt. So, dass sich niemand ausgegrenzt oder bevormundet fühlt. Deine Worte...?**

**Marie:** Sollte ich jemals diese Gelegenheit bekommen, wäre das der Moment, in dem sich mein Leben so erfüllt anfühlen würde, wie ich es mir in den goldsten Träumen nicht ausmalen könnte. Du kannst Dir daher sicher sein, dass ich mich lange vorbereiten und eine flammende, emotionale Rede halten würde, als würde das Leben eines jeden Lebewesens auf der Welt davon abhängen. Das Publikum würde danach nichts mehr wollen, als Liebe und Verstand in die Welt zu tragen. Ich würde darüber hinaus an den Intellekt

und die Vernunft appellieren: Wir haben als Mensch ein großes Privileg. Wir haben einen Verstand und können überlegt und abwägend handeln. Das müssen wir nutzen. Heutzutage gibt es so viele Alternativen zu Fleisch und tierischen Produkten, die zum Teil auch deutlich gesünder für uns und die Umwelt sind. Wozu Fleisch, wenn es Dich krank macht? Wozu Leder, wenn Leder-Alternativen genau so schön sind. Warum morden, wenn es nur zu einem Konsum beiträgt, der uns nicht mehr glücklich und auf keinen Fall gesund macht?

**WVM: Du schreibst eine Kolumne im Stern. Bekommst Du viel Rückmeldung seitens der Leser?**

**Marie:** Direkt über den Stern nicht so viel. Ich rede mir ein, dass sie die Tonnen von Fanpost einfach aus Kostengründen nicht an mich weiterleiten, aber das sind vermutlich Fake News. In den Sozialen Netzwerken allerdings schon. Da geht es oftmals auch ziemlich zur Sache. Man wird dort ja heute wegen jeder Kleinigkeit angepöbelt. Dass jeder das Internet benutzen darf, ist eben nicht nur Segen, sondern oft auch Fluch. Bei meiner Reichweite in der vermeintlichen Anonymität des Netzes verirrt sich natürlich durchaus eine stattliche Anzahl von Verrückten auf meine Kanäle. Da sind dann auch regelmäßig sehr üble Beschimpfungen dabei. Das geht von ehrenrührigen Bezeichnungen bis zum Wunsch danach, dass mir zeitnah eine Vergewaltigung passieren sollte. Allerdings kaum von Fleisch-Fetischisten. Beleidigungen und Drohungen kommen überwiegend aus dem erweiterten Kreis der AfD-Sympathisanten, während Herabsetzungen meiner Arbeit oftmals aus dem feministischen Umfeld kommen. Oder eher dem pseudo-feministischen. Feministin ist ja kein Ausbildungsberuf. Jeder kann sich Feminist nennen, auch wenn es nur um das Durchsetzen einer hirnrissigen Anti-Männer-Agenda und das Verteilen von staatlich finanzierten Posten geht. Insgesamt ist es verstörend, wie es Frauen untereinander schaffen, sich selber die größten Feinde zu sein. Und das sage ich heute über Medien und Gesellschaft, nach 14 Jahren in einer Branche wie dem Modeln, wo man ein solches Verhalten wohl grundsätzlich eher vermuten würde. All diese Dinge werden aber mehr als wettgemacht durch viele schöne und ermutigende Zuschriften.