

# Royale Unterstützung für die Wolle

Der Prince of Wales macht sich für die Schafzüchter stark

Prinz Charles mischt sich gerne ein. Seine Wünsche und Vorschläge zu architektonischen Themen sind berühmt. Er kümmert sich um seine Passion für die Landwirtschaft und ökologischen Landbau ist allseits bekannt. Jetzt macht sich der britische Kronfolger, der sich gerne in Tweed und Gummistiefeln bei der Schafzucht auf dem Lande zeigt, für die Wolle stark. Am Dienstag hat er „The Wool Project“ in der Empole Hall in Royston/Cambridgeshire mit



Prinz Charles ist ein Freund der Wolle und der Landwirtschaft.

Foto: pictures alliance/Alpa

dem Ziel gelauncht, die Wolle als modische und umweltfreundliche Alternative zur schnellen Wegwerf-Mode zu vermarkten. Mit Hilfe royaler Unterstützung hofft er zudem den Schafzüchtern zu besseren Preisen zu verhelfen. Nicht nur denen in Großbritannien, sondern auch solchen in den Commonwealth-Ländern Australien und Neuseeland.

Dort haben die Wollpreise ihren niedrigsten Stand seit 50 Jahren erreicht. Während der Durchschnittspreis in Großbritannien von 93 Pence pro Kilogramm 1997 auf 66 Pence im vergangenen Jahr gesunken ist, zeichnet sich nun eine Trendwende ab. Weil die Nachfrage bei sinkender Produktion steigt, haben die Wollpreise in Großbri-

tannien mittlerweile 99 Pence erreicht. Stephen Spencer vom British Wool Marketing Board (BWMB) führt das auf die mengenmäßig rückläufige Wollproduktion zurück, die 2005 in Großbritannien noch 38 000 Tonnen betrug und 2009 auf schätzungsweise 29 500 Tonnen gesunken ist.

Die Begeisterung für Teppiche und Bekleidung aus Wolle soll geweckt werden, um dem Fast Fashion-Trend mit den Unmengen billiger Kleider aus Synthetics, die auf Müllhalden landen, den Kampf anzusagen. Mit von der Partie sind auch Hersteller, Designer und Einzelhandel, die seit einem Jahr zusammen mit Charles und dem BWMB das Projekt vorbereitet haben. Das Comeback der Wolle wird unterstützt von führenden Einzelhändlern wie John Lewis und Marks & Spencer, die für kommenden September eine „Woll-Woche“ planen, um den Kunden vor der London Fashion Week Appetit auf Wolle zu machen. ■



Elsbeth Diehl-Wobbe