

# eco vie

en

No.5

# FRAGRANCE DUFT

**APRIL AROMATICS**

TANJA BOCHNI IN INTERVIEW

**A.LONGO**

A SNEAK PREVIEW

**SHOWFLOOR**

ECO NEWS & MORE

WIE RIECHT  
DIE WELT

*Herzlich*

*Willkommen bei  
ECOenVIE!*

*Welcome to  
ECOenVIE!*

Wir haben unseren alten Namen verloren und erleben das heute als Befreiung. Eine Kriegserklärung muss nicht erwidert werden. Nach dem Motto „der Klügere gibt nach“ sind wir der Konfrontation aus dem Weg gegangen. Wir haben erkannt, wie viel Brutalität, Ignoranz und Ausbeutung an unserem alten Namen klebte. Uns aus diesem Alptraum zu befreien und eine neue, uns eigene Identität zu finden war ein kreativer Prozess – nun fühlen wir uns wiedergeboren mit der klaren Aufgabe, Ökologie ins Leben zu bringen – mit ECOenVIE. Wir sehen heute zurück und erkennen, wie Mode jeden Tag ein Stück mehr vergänglich ist. Es kann nicht mehr ‚in Mode‘ sein, Menschen auszubeuten und dabei unsere Umwelt zu zerstören, nur für kurzfristigen Profit, der unser aller Todesurteil ist. Wir sind dabei uns zu entdecken, jeder für sich kann heute tragen, was ihm entspricht, kann kombinieren was gerade passt. Die zweite Haut sollte uns gut tun, aus gesundem Material bestehen. Wenn es dabei auch noch um unsere Zukunft geht sind wir bei dem, was unser Magazin bewegt: Ökologie im Leben kurz und knapp – ECOenVIE. Wir sind dabei uns zu entschleunigen, gerade auch in der Modebranche. Hier also nun die No.5 mit unserem Thema „DUFT – wie riecht die Welt?“. Angela Aicher, unsere Beauty-Direktorin, fragt „Warum duftest Du?“, Nina Bloom stellt ihre sieben Fragen, unter anderen „Wie duftet 2013?“, wir halten unsere Nase an die Düfte von zwei ausgezeichneten ‚Bio-Parfüm‘ Herstellern, zeigen ‚dufte‘ Bio-Mode und schließen das Heft mit der letzten Seite von Bob Snob und seinem „Ich will stinken“. Wir wünschen Ihnen glückliche Weihnachten nach dem Motto „weniger ist mehr“, genießen Sie die Zeit und ein gesundes, kraftvolles Neues Jahr 2013.

Ihr Team von ECOenVIE,  
i.V. Boris Bärmichl

We lost our old name and we experience some kind of liberation, today. A declaration of war must not be reciprocated. According to the motto „the more clever one gives in“ we just went out of the way of confrontation. We realized how much brutality, ignorance and exploitation was stuck to our old name. Freeing us from this nightmare and finding a new own identity was a creative process - now we feel reborn. With a clear mission to bring ecology to life - with ECOenVIE. We now look back realizing how perishable fashion is a little more each day. It cannot be ‚in fashion‘ any longer to exploit people and destroy our environment for short-term profits, only - which is our common death sentence. We discover it ourselves, each one for himself what to wear today, what corresponds to it, how we can combine what just fits. The second skin should do us good and be made of healthy material. If it even comes to our future, we are close to what is ‚moving‘ our magazine: Ecology in life in brief - ECOenVIE. We are about to decelerate us, especially in the fashion industry. So here we are: issue no.5 with our theme „FRAGRANCE – how does the world smell?“. Angela Aicher, our beauty director asks „Why Do You Smell?“ Nina Bloom asks her seven questions including „How does 2013 smell?“, we put our noses into the scents of two excellent ‚Organic Perfume‘ producers, we show ‚dufte‘ organic fashion and we close the book with Bob Snob and his provocative „I want to stink.“ We wish you a happy Christmas according to the motto „less is more“ - enjoy the holiday season and may you have a healthy, powerful new year 2013.

Your team of ECOenVIE,  
Boris Bärmichl

**Das Cover-Bild:**

Unser Model kommt von der anderen Seite der Erde, genauer gesagt aus Sydney in Australien, und hat den schönen Namen Sarah. Sie hat bereits für verschiedene Produktionen in Europa gearbeitet und war jetzt auch ein paar Wochen in München. Was uns sehr gefreut hat; denn ihre hohe Professionalität und toller Einsatz hat sich gelohnt, Sie ist für die 5. Ausgabe der ECOenVIE unser Cover Girl. Besten Dank auch noch an PS-Model - Ihr seid einfach super!



**Cover Art:**

Our model is from the other side of the world, to be precise from Sydney/Australia, she has the lovely name of Sarah and has worked for several productions in Europe and she was in Munich for a couple of weeks, now. Which has made us very happy because her professionalism and great work has paid off - she now is the cover girl of our 5th Edition. Many thanks also to ‚PS model‘ - you're just great!

Unser Model Sarah:

[www.ps-models.com/model-1451.html](http://www.ps-models.com/model-1451.html)

Visagistin Gréta Istvándi: [www.face-line.info](http://www.face-line.info)

Make-Up-Produkte: [www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

Kleid: BioBaumwolle von: [www.alongo.de](http://www.alongo.de)

Wolle für die Haare: [www.filzpalast.de](http://www.filzpalast.de)

Studio: Lichtschmiede München

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

Fotograf Boris: [www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

Our model Sarah:

[www.ps-models.com/model-1451.html](http://www.ps-models.com/model-1451.html)

Make-up artist Greta Istvándi: [www.face-line.info](http://www.face-line.info)

Make-up products: [www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

Dress: Organic cotton from: [www.alongo.de](http://www.alongo.de)

Wool for the hair: [www.filzpalast.de](http://www.filzpalast.de)

Studio: Munich

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

Photographer Boris: [www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**eco en vie**

ECOenVIE recommends the KEOSK app  
For best reading experience

**DAILY UPDATES**

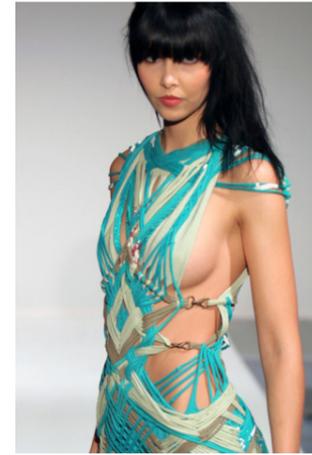
[www.facebook.com/ecoenvie](http://www.facebook.com/ecoenvie)

**Wanted:**

Ecoenvie is looking for journalists from all over the world who would like to work for us. If you're interested, please send your application to [redaktion@ecoenvie.de](mailto:redaktion@ecoenvie.de)

**Advertisements:**

Please send an email to [redaktion@ecoenvie.de](mailto:redaktion@ecoenvie.de) and you will receive our advertising rates



244 WHO IS MAX BÄRMICHL?  
 246 AUF NE TASSE TEE -  
 GESCHICHTEN VON MAX BÄRMICHL  
 250 IMPRESSUM - IMPRINT  
 251 ECOENVIE TEAM  
 252 DIE LETZTE SEITE - THE LAST PAGE



2 EDITORIAL - EDITOR'S LETTER	114 LYY-LUCKYNELLY
6 NEWS	124 SKUNKFUN
14 BEAUTY TIPPS	126 SLOWMO
16 TERMINE MESSEN EVENTS	134 TING DING
17 TOP TEN BIO FASHION DESIGNER	144 PICTURE
18 INTERVIEW APRIL AROMATICS	146 BIO TEST
32 DUFTBILD 2013	148 7 FRAGEN FÜR 2013
34 LAKSHMI PARFUM	162 SHOWFLOOR BERLIN
36 MEO FUSCIUNI	186 FASHION WEEK
42 A.LONGO FASHION	188 BEYOND FASHION
54 WINNER OF DA WANDA AWARD	192 GIFTIGE GARNE
56 BEEZEEECOKID	194 ESMOD
64 KOLUMNE - COLUMN	208 ÄTHERISCHE ÖLE
68 EDELZIEGE	214 EIN DUFTER TYP
78 ALMA & LOVIS	226 KASKA HAAS
84 FIRKANT	230 INTERVIEW LEESHA DESIGN
96 ICA WATERMELON	234 FAIR QUEEN SHOP BERLIN
102 JOHANNA RIPLINGER	238 DUFTENDE RÄUME - FRAGRANCES





## LIVING NATURE NEWS

DUFT von Mandarinen und Lavendel...

Das Spezial-Pflegeöl von Living Nature aus Wildrosen und Nachtkerzen stärkt die Haut und gibt ihr jugendliche Spannkraft. Das Mandarinen-Öl sowie der Lavendel sorgen für einen sinnlichen Geruch. Bei trockener Luft im Büro oder zuhause kann dieses Öl Gesicht, Hals, Dekolletee und den Körper gut entspannen und unterstützen. Es ist für alle Hauttypen geeignet.

[www.living-nature.de](http://www.living-nature.de)

## Foundation:

Die Foundations mit Mineralfarben passen sich dem Hautton perfekt an. Die sechs Farben decken hervorragend und können auch für sehr sensible Haut verwendet werden. Die Haut wird gepflegt und geschützt, da die Mineralfarben einen starken Schutz vor UV-Strahlung (etwa LSF 15), Bildschirmstrahlung und Schadstoffbelastung in der Luft bieten.



## Balancing Day Lotion:

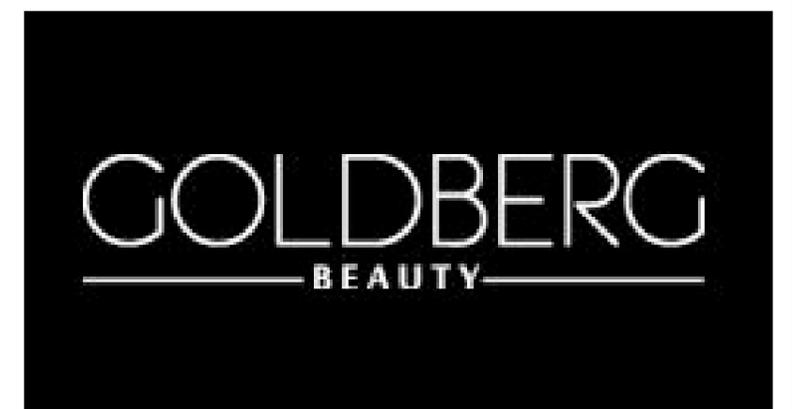
Diese leichte Tagescreme ist wie eine Lotion für die misch- fettige Haut oder für die Haut, die stark schwitzt und kaum Öle verträgt (zum Beispiel bei Frauen in den Wechseljahren).

Die Basis dieser Creme ist Manukahonig, der leicht antibakteriell und feuchtigkeitsspendend pflegt. Außerdem enthält die Creme zur Regulation der Talgproduktion Avocadoöl und Nachtkerzenöl.

Das neuseeländische Harakekegel spendet der Haut ebenso Feuchtigkeit und wirkt antibakteriell. Es kühlt und erfrischt - ähnlich wie der Aloe Vera Blattsaft.

Die ätherischen Öle Bergamotte, Bitterorange und Zitrone schützen und regenerieren die Haut vor Bakterienbildung.

Totarol ist ein starker Antioxidant, der aus dem Holz des neuseeländischen Totarabaumes gewonnen wird.



## TOP THREE bei GOLDBERG BEAUTY

GOLDBERG BEAUTY sagt von sich „Wir haben die weltbesten Luxus-Naturkosmetik-Label bei uns vereint“. Der Luxus liegt mehr in der Qualität als nur im Preis. Goldberg gibt auf seiner Webseite immer die Top 5 an und wir haben für den Dezember hier mal die Top 3 aufgelistet.

**1. Platz** - Organic Glam OG Liquid Rouge Highlighter Warm Gold  
Flüssige Shimmer-Creme in Gold aus Shea-Butter und Mica Certified Organic.

**2. Platz** - The Organic Pharmacy Rose Plus Marine Collagen Complex  
Organisches, hochwirksames Anti-Age Gesichtsserum mit Bisamstrauch zur Stimulierung der Kollagen-Produktion und zur Reduzierung von Falten; enthält Dill-Extrakt, Parakresse und Goji-Beeren. Soil Association Organic Standard.

**3. Platz** - Living Nature Illuminating Tint Day Glow Wunderbares Highlighter-Make-up in mittlerem Ton mit luxuriösem Schimmer-Effekt für glamouröse Akzente; Inhalt: Shea-Butter, Manuka-Öl und Macadamia-Nussöl, BDIH - kontrollierte Naturkosmetik.

Mehr zu GOLDBERG BEAUTY finden Sie online unter [www.goldberg-beauty.de](http://www.goldberg-beauty.de)

## LAKSHMI NEWS:

DUFT von Fenchel und Minze  
Sie haben trockene Lippen, Sie trauen den ganzen Fettstiften nicht so richtig? Dann empfehlen wir Ihnen den Lippenstift von Lakshmi zur Pflege. Dieser Stift ist ohne Farbe mit natürlichem Fenchel-Minze Duft. Sowohl für Männer als auch für Frauen geeignet. Lakshmi produziert diesen Stift in Deutschland, weitere Infos finden Sie unter [www.lakshmi.de](http://www.lakshmi.de)



## Dr. Hauschka auf YouTube

Der bekannte Make-Up Artist Karim Sattar war auf Tour in NewYork, um ein einfaches Tages-Make-Up zu zeigen. Im Dr. Hauschka-YouTube-Kanal ist einiges Interessantes mit dabei:

<http://www.youtube.com/user/DrHauschkaUSA>



# DAS BIST DU THAT IS YOU

## Lakshmi Crème Eyeliner

Blicke, die die Welt verzaubern – Augen, die die Wohltat danken. Das Lebensgefühl entspringt der Lebensfreude; im Glanz der Dinge spiegelt sich der Glanz der Seele. Eyeliner Profi Make-up von Lakshmi: In vier leuchtenden Farben und Khol Black aus rein biologischen Inhaltsstoffen.

Ausgewählte Grundstoffe von überwiegend kontrolliert-biologischer Herkunft. Khol schwarz ist Demeter zertifiziert. Natürlich in der gewohnten Lakshmi-Qualität: Ohne Konservierungsstoffe, ohne synthetische oder mineralische Öle.



Lidschatten Nr. 04  
Pearly rosy brown

Lidschatten Nr. 43  
Pearly ivory

Lidschatten Nr. 102  
Nubian

Lipgloss Nr. 818  
Baby doll

Rouge Nr. 57  
Old rose

Bild: ECOenVIE

Kleidung von: LANA natural wear

## Couleur Caramel

Stilvoll und feminin – das ist das MakeUp-Motto dieser Saison von Couleur Caramel. Unser Model von ECOenVIE macht's vor und entscheidet sich für elegante Smokey Eyes. Rauchig aufgetragen sorgen die Erdtöne auf den Augen für einen trendigen Touch, die top-gestylten Augenbrauen öffnen den Blick.

Lidschatten Nr. 04  
Lidschatten Nr. 43  
Lidschatten Nr. 102  
Lipgloss Nr. 818  
Rouge Nr. 57

Couleur Caramel finden Sie jetzt auch auf Facebook:

<http://www.facebook.com/couleurcarameldeutschland>



## Schön warm mit Hanf

In den sechs schönen Naturfarben Burgundy, Leaf, Ink, Bark, Mocca und Anthrazit aus 35% Hanf (recycled), 29% Recycling-Baumwolle und 36% Bio-Baumwolle kommen diese schönen Wintermützen von HempAge. Dazu in den passenden Farbe ein superschöner Schlauchschal - für die stürmischen Momente auf dem Weihnachtsmarkt oder bei der nächsten Ski-Tour: der „Kaa“- Schlauchschal ist aus 55% Hanf und 45% Bio-Baumwolle.

Weitere Infos unter [www.hempage.de](http://www.hempage.de)



## Geschenkidee gegen Wind und Schnee

Einen warmen Kopf behalten und das mit 100% Bio-Baumwolle (GOTS-zertifiziert) mit der raffinierten 2-in-1 Beanie von ‚bleed organic clothing‘. Entweder als Sloppy oder mit breiter Krempe für einen warmen Kopf.

[www.bleed-clothing.com](http://www.bleed-clothing.com)





## MONACO BIO Vodka

Münchens erster Vodka -  
A bisserl was geht immer!

[www.monacovodka.de](http://www.monacovodka.de)

## Erstmalig: ätherisches Rosenöl aus Äthiopien Neues Rohstoffprojekt der WALA Heilmittel GmbH



Bei ätherischem Rosenöl denkt man an die Türkei, Bulgarien, den Iran oder Afghanistan - aber an Äthiopien? Dabei ist das Hochland von Äthiopien - berühmt für seinen Kaffee - auch bestens geeignet für den Anbau der Duftrose Rosa damascena, aus der das äußerst kostbare ätherische Öl gewonnen wird. Vor sieben Jahren hat der Äthiopier Fekade Lakew auf sechs Hektar Land mithilfe der WALA Heilmittel GmbH begonnen, Damaszenerrosen nach den Prinzipien des biologisch-dynamischen Landbaus anzubauen. Dieses Jahr wurde das erste ätherische Rosenöl destilliert. Es ist das erste Rosenöl in Bioqualität in Afrika überhaupt. Gemäß ihrem hohen Qualitätsanspruch, möglichst nur Rohstoffe aus biologisch-dynamischem oder kontrolliert biologischem Anbau zu verwenden, ist es für WALA, Hersteller der WALA Arzneimittel und der Dr.Hauschka Kosmetik, sehr wichtig, neue Rohstoffpartnerschaften aufzubauen.

### Ein Hektar Rosen für ein Kilogramm ätherisches Rosenöl

7000 Euro zahlt WALA Fekade Lakew und seiner Firma Terra PLC für ein Kilogramm ätherischen Rosenöls. Etwa ein Hektar Rosen ist nötig, um daraus ein Kilogramm des kostbaren Öls zu gewinnen, das in nahezu allen Dr.Hauschka Kosmetikprodukten und in vielen WALA Arzneimitteln Verwendung findet

## Santaverde Counter im KaDeWe

Santaverdes edel präsentierte und 100 % reine Naturkosmetik aus ökologisch angebauten Pflanzen ist nun endgültig in den Luxuskaufhäusern der großen Weltstädte angekommen. Schon im September 2008 zog Santaverde mit einem eigenen Counter in die luxuriöse Beautytage des KaDeWe und präsentierte sich selbstbewusst zwischen den konventionellen Top-Marken der Kosmetikwelt wie Armani und LaPrairie. Bereits seit Juli 2007 sind die Produkte auch im Hamburger Alsterhaus erhältlich.



## Magisches Weihnachten mit THALGO

Die luxuriösen Wohlfühl-Geschenckoffrets für ein stillvolles Fest. Elegant und stilvoll - so wird Weihnachten 2012. Passend dazu hat THALGO auch in diesem Jahr besondere Geschenke vorbereitet: Edle Weihnachtscoffrets mit wertvollen verwöhnenden Produkten, die nicht nur der Haut magische Pflegemomente schenken, sondern auch dank dem eleganten Hutschachteldesign besonders hübsch unter dem Weihnachtsbaum aussehen. Ob beliebte Klassiker oder die neuen Produktserien aus dem Jahr 2012 - die Coffrets bieten Geschenkideen für jeden Geschmack.

[www.thalgo.de](http://www.thalgo.de)



## WILD LIFE ist puristische, naturbelassene Männerkosmetik

Mit der WILD LIFE for men Serie hat i+m vier Pflegeprodukte entwickelt, die in mehrfacher Hinsicht den besonderen Bedürfnissen von Männerhaut entsprechen: Die vier Talente der i+m WILD LIFE Serie spenden intensiv Feuchtigkeit, sind unkompliziert in der Anwendung, schnell in der Wirkung und schenken Frische und Energie. Außerdem sehen die i+m WILD LIFE Produkte so aus, dass sich auch selbstironische Großstadthelden mit ihnen identifizieren können. Das Design in elegantem Grau präsentiert das Bild eines Hirschen. Allerdings verwendet i+m das Symbol für Männlichkeit mit einem deutlichen Augenzwinkern: Nicht röhrend in Imponierpose, sondern friedlich im Gras ruhend vermittelt der Hirschbock eine neue, entspannte Auffassung von Männlichkeit.

[www.iumn.de](http://www.iumn.de)



## Sinnliche Momente für den Körper

Geschenkset „Samtig weich“: Lippenkosmetikum & Handcreme

Mit Worten und Gesten begegnen sich Menschen auf der ganzen Welt. Tag für Tag verlässt man sich auf die Ausdruckskraft der Lippen und der Hände - deshalb haben sie eine ausgewählte Pflege verdient. Goldig geschmeidig pflegt das Dr.Hauschka Lippenkosmetikum die empfindlichen Lippen und bewahrt sie vor Umwelt- und Witterungseinflüssen. Edle Pflanzenwaxe und wertvolle, pflanzliche Öle versorgen reichhaltig die besonders zarte Haut. Wundklee, Ringelblume und Johanniskraut pflegen und fördern die Wundheilung. Selbst bei spröden, rissigen Lippen und Mundfältchen unterstützt das Lippenkosmetikum die Regeneration.

[www.wala.de](http://www.wala.de)

# Unser Last Minute-Weihnachts-Buchtipp „Hautsache gesund!“ Da sollte jeder mal die Nase rein stecken !

Das Telefon klingelt. Claudia Ehle ist dran; sie ist über die ECOenVIE-Webseite gestolpert und will fragen, ob wir auch Buch-Besprechungen machen? Bis jetzt eigentlich nicht; doch Ehle hat ein interessantes Thema für unser Magazin. Sie schickt uns ihr Buch „Hautsache gesund!“, Untertitel „Wo liegt die Ursache sehr vieler Hautprobleme?“. Ein Naturkosmetik-Ratgeber der besonderen Art im Selbstverlag 'BoD - Books on Demand', auf FSC-Papier.

Nach einer Seite ein interessantes Zitat eines unbekanntes Autors „Der Mensch muss zwangsläufig wieder zurück zur Natur, denn jede Unnatürlichkeit im Hinblick auf Ernährung, Pflege und die Lebensweise wird sich auf Dauer an unser aller Gesundheit rächen.“ Ein Zitat, das sich gut eignen würde, eine Diskussionsrunde zu beginnen. Mit neun Kapiteln und gut 140 Seiten ist dieser Ratgeber auch für gestresste Menschen gut zu lesen. Nach einer kurzen Einleitung erfährt man einiges über den Aufbau der Haut und die Wirkung von Kosmetikprodukten. Spannend wird es im Kapitel zwei und drei, in denen es um die Zutaten in Cremes und kosmetische Inhaltsstoffe geht. Die Autorin des Buches hat selbst Neurodermitis und ihr Ringen um die Gesunderhaltung ihrer Haut und die

daraus resultierende Suche nach reiner Naturkosmetik, ist deutlich zu spüren. Moderne Themen wie „Sauerstoffkosmetik“ und „Kollagen“ spielen in diesem Buch eine Rolle, genauso die Frage „Was macht den Unterschied in Preis und Qualität bei Naturkosmetik aus?“ Uns hat der allgemeine Ratgeber zur Reinigung und Pflege der Haut gut gefallen - hier kann sich wirklich jeder hilfreiche Tipps mitnehmen.

Aus der Redaktion erst mal unser Dank an die Autorin für dieses gelungene Buch. Nach unserer Meinung ein 'duftes' Weihnachtsgeschenk - vielleicht auch noch mit einer feinen Naturkosmetik dazu; siehe auch News.

Titel: Hautsache gesund!  
Autorin: Claudia Ehle  
Als Taschenbuch für 13,50 Euro

Auch als e-Book zum Preis von 10,99 Euro  
EAN: 9783844889352  
Libri.Digital: A20189766; Format: EPUB  
Wo liegt die Ursache sehr vieler Hautprobleme? Pflegeratgeber einer Naturkosmetikerin.  
1. Auflage; Books on Demand; August 2012 - epub eBook - 141 Seiten



# Schönheitstipps

by Angi Aicher

## Es ist kalt. Es ist Winter.

Die Talgdrüsen stellen mal eben so ihre Arbeit ein und die Haut freut sich über reichhaltigere Cremes, besonders wenn Sie viel draußen sind. Beim Skifahren zum Beispiel empfehlen sich wasserfreie Produkte. So kann keine Feuchtigkeit auf der Haut gefrieren und sie damit schädigen. Bis zum Après Ski dürfte die dicke Schicht ‚abgefahren‘ sein, und man kann in der Wärme feiern, ohne einen Hitzestau zu verursachen. Ansonsten wie die dicken Pullover-einfach ausziehen, sprich, ein bisschen von der Creme abnehmen.

Apropos Skifahren: Ihre Haut freut sich natürlich auch über Sonnenschutz! Selbst wenn die Sonne nicht direkt scheint, auch an trüben, bedeckten Tagen, reflektiert der Schnee die UV Strahlung. Auch wenn man dadurch keinen nominellen Sonnenbrand bekommt, können doch Lichtschäden in der Haut entstehen.

Und dann noch die Lippen! Ja, auch die brauchen mehr Pflege. Produkte mit viel Pflegewachs, wie Bienenwachs oder Carnauba, schützen, Jojobaöl und Sheabutter spenden Feuchtigkeit. Und es gibt sie auch mit Lichtschutzfaktor.

-Auch die Haare brauchen mehr Pflege. Einen üppigeren Conditioner, öfter mal eine Kurpackung oder einfach ein bisschen Kokosöl in die Spitzen, um bei der trockenen Heizungsluft nicht komplett ins Fliegen zu kommen. Als erste Hilfe bei statisch aufgeladenen Haaren einfach ein bisschen Handcreme (siehe unten) in den Handflächen verreiben und leicht über die Frisur streichen. Ein zusätzlicher Leave-In Conditioner kann ebenfalls das Knistern verhindern.

Hände lieben jetzt Handschuhe. Denn nichts hilft besser gegen die spröde, aufgerissene Winterhaut als eine wärmende Hülle. Und Eincremen. Shea-Butter und Jojoba-Öl tun gut und wenn sich doch Rötungen zeigen, darf es auch mal die Panthenol-Salbe richten.

Früher wurde in der kalten Jahreszeit gerne die Tages-gegen die Nachtcreme ausgetauscht, da lautete die Regel noch streng, nachts generell viel mehr Fett zu verwenden. Mit den modernen Kosmetikprodukten hat sich das ein wenig gewandelt, die Unterscheidung von Tag und Nacht im Bereich ‚Creme‘ verschwindet mehr und mehr, dafür übernehmen Seren die Spezialaufgaben. Aber trotzdem macht es Sinn, nun tagsüber zu einer Wasser-in-Öl Formel zu wechseln, damit die Haut nicht austrocknet.

# Dezember



**BIO-EVENTS**

GREEN SHOWROOM (Berlin)	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.green-showroom.net">www.green-showroom.net</a>
ETHICAL FASHION SHOW	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.ethicalfashionshowberlin.com">www.ethicalfashionshowberlin.com</a>
SHOW FLOOR BERLIN	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.showfloorberlin.de">www.showfloorberlin.de</a>
LAVERA SHOWFLOOR	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.lavera.de">www.lavera.de</a>
BERLINER FASHION FILM	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.berlinfashionfilmfestival.net">www.berlinfashionfilmfestival.net</a>
SALON BIO (Vannes – F)	18. – 20. Januar 2013	<a href="http://www.salon-bio-respire.com">www.salon-bio-respire.com</a>
NATUR VITAL (Chemnitz)	19. – 20. Januar 2013	<a href="http://www.nvmesse.de">www.nvmesse.de</a>
INNATEX (Bio-Mode Messe)	26. – 28. Januar 2013	<a href="http://www.innatex.muveo.de">www.innatex.muveo.de</a>
MUNICH FABRIC START	05. – 07. Februar 2013	<a href="http://www.munichfabricstart.com">www.munichfabricstart.com</a>
BIOFACH & VIVANESS	13. – 16. Februar 2013	<a href="http://www.biofach.de">www.biofach.de</a>
NATUR BASEL (CH)	28. – 03. Februar/März 2013	<a href="http://www.natur.ch">www.natur.ch</a>
ALTERMED (Slowenien)	15. – 17. März 2013	<a href="http://www.ce-sejem.si">www.ce-sejem.si</a>

**MODEMESSEN - SPORT - SCHUHE - KOSMETIK**

PITTI IMMAGINE (Milano)	08. – 11. Januar 2013	<a href="http://www.pittimmagine.com">www.pittimmagine.com</a>
BREAD & BUTTER (Berlin)	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.breadandbutter.com">www.breadandbutter.com</a>
PREMIUM (Berlin)	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.premiumexhibitions.com">www.premiumexhibitions.com</a>
PANORAMA (Berlin)	15. – 17. Januar 2013	<a href="http://www.panorama-berlin.com">www.panorama-berlin.com</a>
WHO'S NEXT (Paris)	19. – 22. Januar 2013	<a href="http://www.whosnext.com">www.whosnext.com</a>
MODEFABRIK (Amsterdam)	20. – 21. Januar 2013	<a href="http://www.modefabriek.nl">www.modefabriek.nl</a>
VISION CPH (Kopenhagen)	31. – 02. Februar 2013	<a href="http://www.cphvision.dk">www.cphvision.dk</a>
ISPO (München)	03. – 06. Februar 2013	<a href="http://www.ispo.com">www.ispo.com</a>
GDS (Düsseldorf) Schuhe	13. – 15. März 2013	<a href="http://www.gds-online.com">www.gds-online.com</a>
BEAUTY (Düsseldorf)	15. – 17. März 2013	<a href="http://www.beauty.de">www.beauty.de</a>

# TOP-TEN BIO FASHION DESIGNER

BETWEEN JANUARY TILL FEBRUARY 2013

YOU WANT TO BE No1? MAIL US [redaktion@ecoenvie.de](mailto:redaktion@ecoenvie.de)

	<b>PLATZ 1</b> Edelziege <a href="http://www.edelziege.de">www.edelziege.de</a>		<b>PLATZ 7</b> Wear Positive <a href="http://www.wearpositive.de">www.wearpositive.de</a>
	<b>PLATZ 2</b> Johanna Riplinger <a href="http://www.johannariplinger.com">www.johannariplinger.com</a>		<b>PLATZ 7</b> Hemp Age <a href="http://www.hempage.com">www.hempage.com</a>
	<b>PLATZ 3</b> Isabell de Hillerin <a href="http://www.isabelldehillerin.com">www.isabelldehillerin.com</a>		<b>PLATZ 8</b> Benu <a href="http://benu-berlin.com">http://benu-berlin.com</a>
	<b>PLATZ 4</b> Anne Gorke <a href="http://www.annegorke.com">www.annegorke.com</a>		<b>PLATZ 9</b> Format <a href="http://www.format-favourites.de">www.format-favourites.de</a>
	<b>PLATZ 5</b> Edgart <a href="http://www.edgart.cz">www.edgart.cz</a>		<b>PLATZ 10</b> Bee Zee Eco Kid <a href="http://www.beezeeecokid.com">www.beezeeecokid.com</a>

---

# TANJA BOCHNIG

---

VON APRIL AROMATICS  
IM INTERVIEW  
by Nina Bloom



APRIL AROMATICS  
organic scents & cosmetics





**W**ofür steht der Name APRIL AROMATICS?

Meine Firma heißt APRIL AROMATICS, da ich im April geboren wurde. Ich liebe diesen Monat, in dem die Natur eine wunderbare Kraft ausstrahlt. Alles erwacht nach einem langem Winterschlaf zu neuem Leben. Alles ist neu, frisch und magisch.

**Wann entstand die Idee?**

Während meiner vielen Reisen, auf denen ich oftmals unter Unwohlsein und Jetlag litt, waren die natürlichen ätherischen Öle, die meine ständigen Begleiter waren und die ich in verschiedenen Situationen benutzte, eine große Hilfe für mich. Ich mochte nicht nur ihre therapeutischen Eigenschaften, sondern ich liebte auch ihren sanften Duft. Da ich synthetische Parfums nicht tragen konnte und mochte, begann ich, mich der Kunst der Natur-Parfümerie zu widmen. Ich studierte Pflanzenkunde, besuchte etliche

**W**hat does the name APRIL AROMATICS mean?

My company is called APRIL AROMATICS because I was born in April. I love this month in which nature exudes a wonderful power. Everything wakes up to new life after a long winter sleep. Everything is new, fresh and magical.

**When did you come up with the idea?**

I often suffered from nausea and jet lag during my many trips. Then natural essential oils - being my constant companions - were a great help for me. I used them in various situations. I did not just like their therapeutic characteristics, but also loved their gentle smell. Since I liked it and cannot use synthetic fragrances, I began to devote myself to the art of natural perfumery. I studied botany and I attended several courses taught by teachers who have mastered this art. My journeys took me to India, Tunisia and Tur-

Kurse und lernte von Lehrern, die diese Kunst noch beherrschten. Meine Reisen breiteten sich nach Indien, Tunesien und in die Türkei aus, wo ich den Prozess erleben konnte, wie ein ätherisches Öl von der Pflanze in die Flasche gelangt. Nach und nach wuchs mein Labor, welches nun Extrakte aus der ganzen Welt beinhaltet und auch meine Erfahrungen in der alten Welt der Parfummkunst. Zunehmend fanden meine Freunde und deren Freunde Freude an meinen Produkten und um dem Ganzen ein Fundament zu geben, ließ ich meine Firma offiziell registrieren und legte damit den Grundstein für mein eigenes Unternehmen, welches sich seitdem stetig weiterentwickelt.

key where I could see the process of getting an essential oil from a plant to the bottle. My laboratory that now features extracts from around the world and also my experience in the ancient art of perfumery gradually grew. My friends and theirs increasingly enjoyed my products. To give all a solid base I decided to officially register and thus lay the foundation stone for my own business which has continued to develop ever since.

**What is the difference between your fragrances of the conventional ones?**

To me the difference between conventional and natural perfumes is the therapeutic effects and the well-being they deliver on several levels.





**Wodurch unterscheiden sich Ihre natürlichen Parfums von herkömmlichen?**

Der Unterschied zwischen Naturparfums und herkömmlichen, synthetischen Düften, ist für mich der therapeutische Effekt und das Wohlbefinden, welches sie auf verschiedenen Ebenen auslösen. Das ist unglaublich, es passiert ganz viel! Die Rohstoffe sind sorgfältig ausgewählt und wann immer möglich aus biologischem Anbau. Ich empfinde Naturparfums als lebendig, energetisierend und kraftvoll. Die Düfte haben eine immense Tiefe, die Seele der Pflanzen spiegelt sich in ihnen wider. Auch lassen sie Raum für anderes und fügen sich in meinen sonst auch sehr ökologischen Lebensstil ein.

**Was ist das Besondere an Ihren Düften?**

Die Düfte von APRIL AROMATICS riechen nicht nur gut, sondern erzeugen einen Zustand der Harmonie und des Wohlbefinden, sie beflügeln unsere Sinne. Erlesene Kreationen entführen uns in eine Welt der Poesie und des reinen Erlebens - Natur pur in wundervollen Elixieren. Das Besondere ist auch die Feinheit der Düfte, die

That's incredible, a lot of things happen! The raw materials are carefully selected and whenever possible they are organic. I find natural perfumes to be alive, energetic and powerful. The scents have an immense depth, the soul of the plant is being reflected. They also leave space for other things and fit into my overall ecological lifestyle.

**What is special about your scents ?**

The scents of APRIL AROMATICS do not just smell good but they create a state of harmony and well-being, they inspire our senses. Exquisite creations carry us into a world of poetry and pure experiencing pure nature in wonderful elixirs. The special feature is the fineness of the scents that selected , high-quality raw materials and the energy that goes into each bottle. I strongly believe that people can feel the energy and I love to put that into my perfumes, maybe consciously or unconsciously.

**Many perfumes contain alcohol - is it different with yours ?**

I have got two collections: Firstly, the 30 ml Eau



ausgewählten, hochwertigen Rohstoffe und die Energie, die in jede einzelne Flasche einfließt. Ich glaube fest daran, dass die Menschen die Energie und Liebe, die ich in meine Parfums gebe, spüren - sei es bewusst oder unbewusst.

**Viele Parfums enthalten Alkohol - ist das bei Ihnen anders?**

Ich habe zwei Kollektionen: Einmal die 30 ml Eau de Parfum Linie, die mit 100 % Bio-Alkohol angesetzt ist, und die Ölversion, welche in Bio-Jojoba-Öl gemischt wird. Die Ölversionen kommen in etwas kleineren 10 ml Roll-on-Fläschchen, die auch perfekt in jede Handtasche passen.

**Sie haben Aroma-Yoga ins Leben gerufen, was können wir uns darunter vorstellen?**

AromaYoga verbindet die Essenz zweier sehr ursprünglicher Lehren, die des Yogas oder der Yoga Philosophie mit dem alten Wissen der

de Parfum line which is produced with 100 per cent organic alcohol, and the oil version, which is mixed with organic jojoba oil.

The oil versions are available in slightly smaller 10 ml roll-on bottles that will fit perfectly into any handbag as well.

**You have launched Aroma Yoga. What exactly is that?**

Aroma Yoga combines the essence of two highly original teachings: Yoga or the yoga philosophy and the ancient knowledge of aromatherapy, the healing with natural essential oils and fragrances. The connection of these two systems that have been developed up to the highest degree enables a treasure of new experiences to those practising. The catalytic effect of natural essential oils unfolds its highest efficiency by specifically applying them with an appropriate mental and physical attitude. The practices, exercises and postures of yoga make it possi-

Aroma-Therapie, dem Heilen mit natürlichen, ätherischen Ölen und Düften. Die Verbindung dieser im höchsten Maße entwickelten und wirkungsvollen Systeme eröffnet eine Vielzahl neuer Erlebniswelten für den Praktizierenden. Die katalytische Wirkung natürlicher ätherischer Öle entfaltet ihre höchste Wirkung durch die gezielte Anwendung in einer entsprechenden Geistes- und Körperhaltung. Die Praktiken, Übungen und Haltungen des Yogas ermöglichen es, die Wirkung der feinen Düfte auf den drei Seins-Ebenen Körper, Geist und Seele zu optimieren. In einem Satz: AromaYoga kombiniert und intensiviert den ganzheitlichen Effekt von Yoga mit der Anwendung ätherischer Öle und ist die synergetische Hochzeit zweier anscheinend in sich vollkommenen Lehren.

**Sie sind auch ausgebildete Aroma-Therapeutin. Inwiefern beeinflusst dies Ihre Arbeit als Parfümeurin?**

Mit der Aroma-Therapie fing alles an. Das war mein Fundament für die Naturparfümerie. Ich arbeite im Moment jedoch nur indirekt als Aroma-Therapeutin und zwar in dem Sinne, dass ich die Produkte - vor allem die AromaYoga Produkte - mit dem Knowhow der Aroma-Therapie kreierte. Meine Arbeit ist es, Düfte zu kre-

ble to optimize the effect of the fine fragrances on the three levels of existence, i.e. mind, body and soul. To say it with one sentence: Aroma Yoga combines and intensifies the holistic effect of yoga with the application of essential oils and embodies the synergetic 'marriage' of two teachings that seem to be perfect.

**You are also a trained aromatherapist. How does this affect your work as a perfumer?**

It all started with aromatherapy. That was my foundation for natural perfumery. However, at the moment I am working as an aromatherapist just indirectly, that is when I create the products - especially the aroma yoga products - with the know how of aromatherapy. My job is to create fragrances that do not just smell good but also have a feel-good effect. Aromatherapy is a holistic therapy that affects mind, body and soul and simultaneously arouses vitality and self healing. The essential oils have profound effects on the mental balance.

**Our editorial staff was just blown away by your perfume. How do you come up with these compositions?**

The combinations of the scents mostly arise intuitively. Everything that surrounds me inspires



ieren, die nicht nur gut riechen, sondern einen Wohlfühl-Effekt haben. Aroma-Therapie ist eine ganzheitliche Therapie, die Körper, Geist und Seele berührt und gleichzeitig Lebenskraft und Selbstheilungskräfte weckt. Die ätherischen Öle haben tiefe Wirkungen auf das psychische Gleichgewicht.

**Wir in der Redaktion sind von Ihren Parfums hin und weg, wie kommen Sie auf diese Zusammensetzungen?**

Die Kombinationen der Düfte entstehen meist intuitiv. Alles, was mich umgibt, fließt als Inspiration in meine Arbeit ein. Wenn ich neue Rohstoffe ausprobieren, entstehen ganz bestimmte Ideen, Emotionen werden freigesetzt. Die Gerüche lösen bestimmte Gefühle in mir aus, dann probiere ich einfach und kreierte viele verschiedene Kombinationen. Es muss bei mir spontan geschehen, aus dem Bauch heraus und immer mit einem positiven Gefühl. Wenn es mir nicht gut geht, kann ich nicht arbeiten und ich untersage es mir, an meine Rohstoffe und in mein Labor zu gehen.



my work. If I try out new raw materials certain ideas and emotions come up. The scents evoke specific emotions in me and then I just try and I create many different combinations. It has to happen spontaneously, right from the gut, and always with a positive feeling. If I do not feel well, I cannot work and I forbid myself to touch my resources and to go to my lab.

**Do you sit at the table to compose different scents or how exactly does the creative process work?**

Something like that. I sit at my desk surrounded by hundreds of blends of elixirs and flasks. Next to it there is my pair of scales and my notebook where all the creations are written down, even those that turn out not to work. This is very important because there have been times when



**Sitzen Sie am Tisch und komponieren an den verschiedenen Düften oder wie genau sieht der Entstehungsprozess aus?**

So in etwa. Ich sitze an meinem Blending-Tisch umgeben von Hunderten von Elixieren und Flaschen. Daneben steht meine Waage und mein Notizbuch, wo alle Kreationen, auch die, die eventuell nichts werden, aufgeschrieben werden. Das ist sehr wichtig, denn es gab Zeiten, da habe ich Mischungen auf kleine Zettel geschrieben, die dann irgendwie verloren gegangen sind und es waren genau diese Mischungen, die später jeder haben wollte und die ich nicht rekonstruieren konnte. Das war ein Drama!

Der Prozess ist jedes Mal anders. Manchmal geht es sehr schnell und ein Duft ist nach ein paar Tagen fertig. Oft jedoch dauert es Monate bis hin zu einigen Jahren, wie bei meinem neuesten Duft Calling all Angels, der Anfang 2013

I had blends written on slips of paper that somehow got lost and it was precisely these mixtures everyone wanted to have and I was not able to reconstruct them later on, again. That was a drama!

The process differs every time. Sometimes it works out very quickly and a fragrance is finished after a few days. Often, however, it takes months or even a few years, as it has been the case with my latest scent 'Calling All Angels', which will be launched in early 2013. The scent just never felt „right“ to me and I had to change it constantly. This autumn, however, I was very happy with it - now it is perfect.

**Are there any role models or inspirations?**

Nature is my source of inspiration. The people I meet, especially those during my travels. The seasons inspire me, smells of daily life, such as freshly ground coffee and freshly baked



gelauncht wird. Der Duft war für mich einfach nie „richtig“ und ich musste ständig etwas verändern. In diesem Herbst jedoch war ich dann sehr glücklich damit, er ist nun für mich vollkommen.

**Gibt es Vorbilder oder Inspirationen?**

Die Natur ist meine Inspirationsquelle. Menschen, die mir begegnen, vor allem auf meinen Reisen. Jahreszeiten inspirieren mich, Gerüche des täglichen Lebens, wie z. B. frisch gemahlener Kaffee oder frisch gebackenes Brot. Der Duft meiner Tochter, sie riecht nach frischen Pfirsichen, oder die Haut meines Mannes, ein süßer Honigduft. Ich mag auch den herben Geruch des feuchten Waldbodens, davon wurde Precious Woods inspiriert. Das darin enthaltene Sandelholz ist eine Inspiration einer Indienreise. Rosenlust entstand nach einer Reise zur Rosenernte in die Türkei. Unter den Linden ist sehr stark von den Sommermonaten in den Städten

bread. The scent of my daughter, she smells like fresh peaches, or the skin of my husband, a sweet scent of honey. I enjoy the sour smell of the damp forest floor, which inspired Precious Woods, as well. The sandalwood contained in it is an inspiration from a trip to India.

“Rosenlust” was created after a trip to the rose harvest in Turkey. “Unter den Linden” is heavily inspired by the summer months in the cities, when the lime trees are in full bloom and the sweet honey scent seems to explode - especially in Berlin where I am living at the moment. Every day is an inspiration to me, every day I experience new scents and I wish for much more time to try all out and create new fragrances.

**How many people are involved in the making of a perfume?**

I am the creator of the perfumes and nobody else „get involved“. The perfumes are produced

inspiriert, wenn die Linden in voller Blüte stehen und der süße Honigduft zu explodieren scheint - vor allem in Berlin, wo ich im Moment lebe. Jeder Tag ist eine Inspiration für mich, jeden Tag erlebe ich neue Gerüche und ich wünsche mir viel mehr Zeit, um all dies auszuprobieren und neue Düfte zu kreieren.

**Wie viele Menschen sind an der Herstellung eines Parfums beteiligt?**

Ich bin die Kreativeurin der Parfums und lasse auch niemand anderen „mit mischen“. Die Parfums werden von mir angesetzt. Nachdem sie gereift und vollendet sind, werden sie gemeinsam mit meinem Team weiterverarbeitet. Das bedeutet sie werden in Flakons abgefüllt, mit Labels versehen, verpackt etc. Es bedarf vieler kleiner Arbeitsschritte, bevor eine Flasche das Labor verlässt.

**Wie stellen Sie die Qualität der Öle sicher?**

Ich kenne die Rohstoffhändler, mit denen ich arbeite, und bekomme zu jeder Rohstoffbestellung Zertifikate mit INCI\*-Deklaration der Produkte. \*INCI International Nomenclature of Cosmetic Ingredients)

**Wo entstehen die Produkte?**

Alle APRIL AROMATICS-Düfte werden in unserer Manufaktur in Berlin von Hand hergestellt.





**Was hat es mit dem „7 Chakra Ölen“ auf sich?**

Es handelt sich hierbei um sieben besonders wertvolle Mischungen für die sanfte Anwendung an Chakren und Aura sowie für viele weitere Verwendungsbereiche, wie zum Beispiel während einer AromaYoga-Session. Jedes Chakra-Öl enthält Inhaltsstoffe, die der Schwingung des jeweiligen Chakras entsprechen und beinhaltet eine Kombination aus ca. zehn ätherischen Ölen angesetzt in goldenem Basis-Jojobaöl. Des Weiteren wird jedes Fläschchen mit Sonnenlicht und liebender Energie versetzt. Die Mischungen sind angereichert mit verschiedenen Edelsteinen, Blütenessenzen und Farben, die speziell mit jedem der einzelnen Energiezentren/Chakren harmonisieren. Diese Chakra-Öle, aufgetragen auf die jeweilig ent-

**What are the 7 Chakra oils about?**

These are seven especially valuable mixtures for the gentle application of chakras and aura, as well as many other possible uses, such as during an aroma yoga session. Each chakra oil contains ingredients that match the vibration of each chakra and involves a combination of about ten essential oils set in golden base jojoba oil. Furthermore, each vial is produced with sunlight and loving energy. The mixtures are enriched with various gemstones, flower essences and colours that harmonize with each of the individual energy centres / chakras. These chakra oils, applied to the respective corresponding chakra energy centre, can help to remove blockages in the body and can bring up information that is stored in the centres. Thus, a healing process in the body and in the psyche can be enabled and supported.

sprechenden Chakra-Energiezentren, können helfen, Blockaden im Körper zu lösen und Informationen, die in den Zentren gespeichert sind, hervorbringen. Somit kann ein Heilungsprozess im Körper und in der Psyche aktiviert und unterstützt werden. Die Ölmischungen wirken spezifisch am physischen Körper, während die Chakra-Sprays klärender an der Aura des Menschen wirken.

**Wir bekommen von vielen Männern Anfragen nach einem Bio-Aftershave.**

**Könnte so etwas auch von Ihnen kommen?**

Bei APRIL AROMATICS gibt es drei Düfte, die auch von Männern getragen werden können: Bohemian Spice, Precious Woods und Calling all Angels, meine neueste Kreation, ein verführerischer, mit Vanille veredelter Weihrauchduft. Jedoch würde ich ein Eau de Parfum nicht als Aftershave auftragen, dafür ist es zu hoch konzentriert. Für Freunde und Familie mache ich ein spezielles After Shave-Serum, welches sehr pflegend für die Haut ist. Dieses Produkt wird in der nahen Zukunft mit in unser Sortiment aufgenommen, da es sehr beliebt ist und es sehr viele Nachfragen gibt.

**Gibt es etwas, was Sie unseren Lesern unbedingt noch sagen möchten?**

Folge deinem inneren Gefühl, immer und überall. Vertraue in die Natur und ehre sie. Gehe zurück zur Natur, dorthin, wo wir herkommen. In der Natur gibt es alles, was wir brauchen - und so viel mehr.

*aprilaromatics.com*

The various oil blends specifically work on the physical body, while the chakra sprays clarify the aura of the human being.

**We get many requests for an organic after shave for men. Do you offer one, too?**

APRIL AROMATICS offers three scents that can be worn by men: Bohemian Spice, Precious Woods and Calling All Angels. My latest creation, a seductive incense fragrance, finished with vanilla. However, I would not apply any perfume onto the skin, because it would be too concentrated. For friends and family I have made a special aftershave serum, which is very nourishing for the skin. This product will be added to our assortment in the near future, as it is very popular and because there have been many inquiries.

**Where are the products made?**

All APRIL AROMATICS fragrances are hand-crafted at our factory in Berlin.

**Is there something you want to tell our readers?**

Follow your inner feelings, always and everywhere. Trust in nature and honour her. Go back to nature, back to where we came from. In nature there is every thing we need - and so much more.

# A Designer's View, while testing ecological perfumes

written by Gabriele Perryman

**D**er neue Duft 2013 ist ein Wohlgeruch aus Essenzen mit Kraft, Tiefe, Wärme und vor allem Eleganz. Eine Reihe von wunderbaren Parfüms, komponiert aus rein pflanzlichen, ökologisch angebauten Substanzen, ergänzen im neuen Jahr die vielen mutigen, auch ökologischen Designer-Kollektionen. Sie alle machen es möglich, ohne mit einem Seitenblick auf die immer neuen billigen Modeprodukte der großen Ketten zu schielen, seinen eigenen, einzigartigen Flair zu entwickeln und diesen mit gutem Gewissen tragen zu können. 2013 ist der Duft des Nachdenkens über seinen eigenen Beitrag zur Vielfalt: Welchen Duft trage ICH?

The new scent of 2013 is a fragrance from essences with power, depth, warmth and above all elegance. A range of wonderful fragrances composed of pure herbal, organically grown substances that complement the new year, the many courageous and ecological designer collections. They all make it possible without having to squint one eye on the ever-changing fashion cheap products of the big chains, to develop its own unique flair and wear these with a good conscience. 2013 is the scent of thinking about one's own contribution to diversity: What perfume do I wear?

#### Lieblingsduft der Redaktion:

Bohemian Spice von April Aromatics, Berlin  
Ein wunderbar warmer, unaufdringlicher Duft, der sich je nach Hauttyp frisch-elegant, warm-winterlich-würzig oder dezent-sinnlich entwickelt. Auch die Verpackung ist zurückhaltend und edel - ein wunderbares Geschenk - auch für einen selbst.

*Er enthält rein pflanzliche Zutaten aus ökologischem Anbau, wie Orange, Sandelholz, Patchouli, Kuskusgras und Weihrauch*



APRIL AROMATICS  
organic scents & cosmetics



## Elixiere der Natur

APRIL AROMATICS Parfüms werden in der hauseigenen Manufaktur von Hand hergestellt. Jeder Duft hat seine eigene, ganz besondere Stimmung, die sich aus der Sinfonie der Einzelessenzen ergibt, aus denen Parfumeurin Tanja Bochnig ihre natürlichen Düfte kreiert.

APRIL AROMATICS ist reine Natur veredelt mit der Energie von Kristallen, die den Parfüms eine nahezu magische Aura verleiht.

APRIL AROMATICS ist mehr als nur Parfum. APRIL AROMATICS ist eine Ode an das Leben, die Liebe und die Kraft der Natur.

from nature's kingdom  
aprilaromatics.com

# Die Düfte von Lakshmi

In den Hochkulturen Ägyptens und Indiens sind die ersten Parfüme entstanden. Duftstoffe wurden schon immer auch medizinisch eingesetzt, in Europa finden wir dieses alte Wissen als „Aromatherapie“ im 20. Jahrhundert wiederentdeckt. Die ganzheitliche Wirkung auf Körper, Seele und Geist fasziniert Wissenschaftler und Heiler gleichermaßen.

Lakshmi nutzt das Wissen der indischen Duftkultur und kreiert für den Träger Düfte, die wirken und ihn rundum stärken. Sie werden nach ayurvedischer Überlieferung aus natürlichen Ingredienzien hergestellt und kommen ohne Stabilisatoren oder synthetische Duftstoffe aus.

Bezug und weitere Infos unter [www.lakshmi.de](http://www.lakshmi.de)

# The Fragrance of Lakshmi

The first perfumes were created in the ancient civilizations of Egypt and India. Fragrances have always been used medically. In Europe this old knowledge is called „aromatherapy“ - it was rediscovered in the 20th Century. The overall effects on body, mind and spirit fascinated scientists as well as herbalists.

Lakshmi uses the knowledge of Indian culture. A fragrance created for the wearer strengthen him. They are made according to Ayurvedic tradition from natural ingredients and do not contain any stabilizers or synthetic fragrances.

Dealers and further information: [www.lakshmi.de](http://www.lakshmi.de)

## LYRA

„Die verführerische Blütenmischung“ Neroli, Mandarine und Jasmin für die selbstbewusste Frau.  
„The seductive blend flowers“ neroli, mandarin and jasmine for the confident woman

## SITA

„Wie ich bin“ Jasminblüten und Sandelholz bezaubernd wie eine orientalische Nacht.  
„As I Am“ jasmine blossoms and sandalwood, as captivating as an oriental night.

## BAGA

„Zeit zum Atmen“ Bergamotte, Moschuskörner, Jasmin und Sandelholz.  
Herb-frisch und charismatisch.  
„Time to breathe“ bergamot, musk grains, jasmine and sandalwood.  
Fresh and charismatic.

## DHUUP

„Das Licht in mir“ Weibrauch, Myrrhe, Mimose und Lavendel balancieren faszinierend um die Aufmerksamkeit.  
„The Light within Me“ olibanum, myrrh, mimosa and lavender balanced for attention.

## ACHILLES

„Der Mann in mir“ Sandelholz und Citrus erwecken den griechischen Helden, geben Anmut und Kraft.  
„The Man inside Me“ Sandalwood and citrus wake the Greek hero, give grace and power.

## MASALA

„Gibt mir Raum“ Sinnlichkeit und Zärtlichkeit betören aus Vanille, Amber und Blütenölen.  
„Give me Space“ sensuality and tenderness beguile of vanilla, amber and floral oils.



Text: Boris Bärmichl / Foto: Boris Bärmichl



*Der „Aromatario“  
The „Aromatario“*

*meo fuscini*







## „Meo Fuscini‘ - ein Stern am Bio-Parfüm Himmel.

Dahinter stehen Giuseppe Imprezzabile und zwei Partner. Imprezzabile ist eher ein 'Duft-Poet' und Künstler; er selbst bezeichnet sich nicht Parfümeur sondern als „Aromatario“. Sein neuestes Werk, das wir hier zeigen, heißt „Notturmo“, Italienisch für „Nacht, nächtlich“. Inspiriert durch viele Reisen sind seine Düfte u.a. Istanbul, Marokko und Sizilien“ gewidmet. „Notturmo“ entfaltet sich auf verschiedenen Stufen: am Anfang direkt, frisch orientalisches, dann sanft, später flüchtig und doch intensiv und sehr präsent.

Auch der Flakon ist 'anders': Ein einfacher Zylinder aus Glas, der obere Teil und der Deckel sind aus Stahl - alles mit sichtbaren Kratzern

## „Meo Fuscini‘ is a star in the sky of organic perfumes.

Behind it are Giuseppe Imprezzabile and two partners. Imprezzabile is more of a 'scent poet' and artist, he describes himself not as a perfumer but as "Aromatario". His latest work which we show here is called "Notturmo", Italian for "night". Inspired by extensive travel his scents are dedicated to e.g. Istanbul, Morocco and Sicily. "Notturmo" unfolds on several levels: at the beginning direct, fresh oriental, then gently, but later fleeting and intense and very present.

Even the bottle is 'different': a simple glass cylinder, the upper part and the lid are made of steel - all with visible scratches and dents. Five crystals in'em, another below the cover. It is not easy to get that scent but this is what makes the



und Dellen. Darin fünf Kristalle, ein weiterer unter dem Deckel.

Es ist nicht leicht, diesen Duft zu bekommen - doch gerade das macht den Reiz aus. Ein Meisterwerk des Italiener, das bei Sammlern seinen festen Platz hat.

Meo Fuscini ist auch der Hersteller von „Bliss“, dem Duft aus MAYERS PEACE COLLECTION aus Berlin.

Weitere Infos unter [www.meofuscini.it](http://www.meofuscini.it)

Kopfnote: Rum-Akkord

Herznoten: Tinte, Leder-Akkord, rosa Nelke

Basisnoten: Weihrauch, Amber, Moschus,

Zeder, Birke

charm. A masterpiece of the Italian, a collector's item.

Meo Fuscini is also the producer of "Bliss", the fragrance from MAYERS PEACE COLLECTION, Berlin. For more information visit [www.meofuscini.it](http://www.meofuscini.it)

Official Website: [www.meofuscini.it](http://www.meofuscini.it)

Top Notes: Rum accord

Middle notes: ink, leather accord, pink carnation

Base notes: frankincense, amber, musk, cedar, birch



Text: Nina Bloom  
Übersetzung: Christopher Nordhoff

# *Kleider sind unsere zweite Haut*

*a.longo Kleidung auf der Haut, auf dem Körper zu spüren gibt der Trägerin ein großartiges, unwiderstehliches Gefühl von Selbstausdruck und purer Lebensfreude.*

*Mit persönlichem Zeitgeist,  
femininem Witz,  
Grazie und Eleganz wird dies  
in die Welt getragen.  
Kleidung begleitet  
Kleider sind wie gute Freunde*

A.LONGO  
*ANGELS*  
*DREAMS*











**Designer:** A.LONGO

[www.alongo.de](http://www.alongo.de)

**Kleidung:** Bio-Baumwolle

**Fotograf:** Boris Bärmichl

[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**MakeUp:** Natali Hertrich

[www.natali-hettich.com](http://www.natali-hettich.com)

**Model:** Sarah J & Franziska Schaal

**PS Models:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer

**MakeUp:** Couleur Caramel

[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

Puder - Poudre de soie Nr.10

Natural corrective cream 12M

Touche nacre pearl touch 305

Augenbraunstift Sourchs 12122

Yeux 12116 Eyleiner

Lippen gloss 813

## Die Gewinnerin des Urban Organic Chic-Wettbewerbs

Wir gratulieren Ave evA zum ersten Platz! Ihr Stadt-taugliches Eisprinzessinnen-Kleid hat Community und Jury gleichermaßen überzeugt und in der Gesamtwertung die meisten Punkte erhalten. Ave-evA gewinnt 100m Öko-Stoff von ‚Lebenskleidung‘ in drei Wunschfarben (Bio-Single Jersey und/oder Bio-Rib) im Wert von 1.200 € sowie einen 100 € Werbewerkzeug-Gutschein von DaWanda. Wir sagen herzlichen Glückwunsch zu einem gelungenen ‚Urban Organic Chic‘ und zum Gewinn des Hauptpreises. Wir freuen uns schon auf eine Fortsetzung der Ave evA Kollektion aus den Stoffen von ‚Lebenskleidung‘.

Infos unter:

[www.ave-eva.net](http://www.ave-eva.net)

und

[www.lebenskleidung.com](http://www.lebenskleidung.com)

Urban Organic Chic:

<http://de.dawanda.com/s/fashiondesign-wettbewerb>

## The winner of the Urban Organic Chic Contest

Congratulations to Ave evA for the first place! Your city compatible ice princess dress has convinced community and jury equally and received the most points in the overall standings. AveevA wins 100 metres of eco fabric from ‚Lebenskleidung‘ in three custom colors (organic single sersey and / or eco rib) worth € 1,200 and a € 100 promotional tool voucher from Da Wanda. Our congratulations on a successful ‚Urban Organic Chic‘ design and for winning the grand prize. We look forward to a continuation of the collection Ave evA after using the materials from ‚Lebenskleidung‘.

Informations:

[www.ave-eva.net](http://www.ave-eva.net)

and

[www.lebenskleidung.com](http://www.lebenskleidung.com)

Urban Organic Chic:

<http://de.dawanda.com/s/fashiondesign-wettbewerb>

# Ave evA



**Designer:** Ave evA

[www.ave-eva.net](http://www.ave-eva.net)

**Stoff:** Lebenskleidung

[www.lebenskleidung.com](http://www.lebenskleidung.com)

**Kleidung:** „Ave evA - BioBaumwolle“

MakeUp: Coleur Caramel

[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

**Fotograf:** Boris Bärmichl

[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**MakeUp:** Natali Hertrich

[www.natali-hettich.com](http://www.natali-hettich.com)

**Model:** Franziska Schaal

**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer

# Dufte „Bio Biene“ aus Slowenien



[www.beezeecokid.com](http://www.beezeecokid.com)



[www.beezeecokid.com](http://www.beezeecokid.com)







# Warum duftest Du?

## Why do You smell?

**W**as treibt uns dazu, anders riechen zu wollen als nach uns selbst? Warum verwenden wir Parfum, Eau de Toilette, Cologne? Wie kamen unsere Vorfahren überhaupt auf die Idee, Salben und Pasten und Essenzen herzustellen und diese dann auf den Körper aufzutragen? Und welchen Zweck erfüllt das Parfum heutzutage? Was treibt die KundInnen in die Parfümerie, was steckt hinter dem Bedürfnis, einen ganz besonderen, individuellen Duft zu tragen? Möchten wir uns damit abgrenzen oder einladen? Die Welt hinter einem Dufts Schleier auf Abstand halten oder bitten, näherzukommen? Und WIE verwenden wir den Duft? Sprühen wir großzügig und hüllen uns in eine Wolke oder verwenden wir nur wenige kostbare Tropfen? Soll der Duft eine Seite von uns betonen oder verbergen? Nimmt die zarte Blondine einen starken Duft, der sie präsenter macht und die Managerin einen herb-feinen, um nicht zu weiblich zu wirken? Benutzen wir Duft so gezielt? Oder ist es mehr eine unbewusste Liebesgeschichte zwischen uns und unserem Parfum?

Meine KundInnen fragen gern nach einem schönen Duft. Aber wie definiert man 'schön'? 'Schön' ist doch für jeden anders belegt. Und die Beschreibungen der gewünschten Düfte

**W**hat's driving us when we want to smell differently? Why do we use perfume, eau de toilette or cologne? How did our ancestors get the idea to make ointments, pastes and essences and then apply these on the body? And what purpose a perfume fulfills today? What is making people walk into a perfumery, what is behind the desire to wear a special, individual scent?

Do we want to keep the world behind a fragrance veil or ask people to come a little closer? And HOW do we use that scent? Do we spray it on generously and ,wrap' ourselves in a cloud or do we use a few precious drops, only? Is the scent for emphasizing one side of us or hide it? Does the delicate blonde use a strong scent which makes her more present and the female manager a tart-fine for not appearing too feminine? Are we using a scent specifically? Or is it more like an unconscious love story between us and our perfume?

My customers like to ask me for a nice fragrance. But how does one define ,nice'? ,Nice' is configured differently for each one of us. And the description of the desired fragrance is not easy to interpret. Because of how a specialist may de-

ist nicht so ganz einfach. Denn was die Fachfrau unter 'pudrig' versteht, kann für den Kunden etwas ganz anderes bedeuten. Nach 10 Parfüms kommt man dann dahinter, dass pudrig dann doch eher frisch, oder süß, oder sogar seifig heißt. Die Begriffe gehen ja unendlich von 'lecker', im Fachjargon 'Gourmand' genannt, für alles, was nach Essen oder Trinken riecht. Vanille, Kakao, Birne, Kokos, Zimt... (so ein Chai-Latte wäre jetzt was Feines...). Über 'frisch', was die Zitrusdüfte beschreibt, genauso aber auch den weißen Moschus, der nur nach frisch gewaschen duftet. Übrigens wird Klopapier mit einem künstlichen Moschus, dem ISO E Super beduftet. Aber das nur so am Rand.

Dann kommt noch dazu, wann wir den Duft tragen möchten. Tagsüber im Büro oder abends im Club? Zum Essen oder zum Liebhaber? Soll es der eine und sonst keiner sein, ein sogenannter 'Signature scent', DER charakteristische Duft, an dem man erkannt wird? Oder je nach Stimmung immer wieder ein anderer, um sich weiblicher, männlicher, sanfter oder stärker zu fühlen? Manch einer findet sich bei all diesen Fragen in einem ganz neuen Universum wieder und es ist eine Freude, die Welt der Parfüms zusammen völlig neu zu entdecken. Vor allem, wenn die KundInnen aus der konventionellen Parfümerie



Angi Aicher ist gelernte Drogeristin, Visagistin und schreibt für Ecoenvie  
[angi.aicher@ecoenvie.de](mailto:angi.aicher@ecoenvie.de)  
 Angi Aichers Blog:  
[angela-aicher.blogspot.com](http://angela-aicher.blogspot.com)

fine ,powdery' can mean something else for the customer. After ten perfumes you are beginning to understand that ,powdery' rather means fresh or sweet or even soapy. The terms used are almost infinite, from ,tasty' - called ,Gourmand' in the jargon - to everything that smells of food or drinks - vanilla, chocolate, pear, coconut, cinnamon ... (...a chai latte was something nice, now) - to ,fresh', describing all citrus scents, just as well as the white musk, the scent of fresh laundry. BTW: toilet paper is scented using an artificial musk, the ISO E Super - just a side comment.

Then, there is the question when we want to wear a fragrance. During the day, at the office or in the evening at the club? For dinner or the lover? Should it be the one and only, a so-called ,Signature Scent', THE characteristic scent, one you will be recognized for? Or depending on the mood again, another in order to feel more feminine or male, gentle or strong? With all these issues some people feel like left in a whole new universe and it is true joy discovering the world of perfumes together. Especially when customers change from conventional perfumery to niche brands. It is not so much about the advertising or an image that the marketing department has developed but about the vision of a perfumer,

# Warum mögen wir Düfte?

## Why do we like fragrances?



Angi Aicher ist gelernte Drogeristin, Visagistin und schreibt für Ecoenvie  
[angi.aicher@ecoenvie.de](mailto:angi.aicher@ecoenvie.de)  
 Angi Aichers Blog:  
[angela-aicher.blogspot.com](http://angela-aicher.blogspot.com)

in die der Nischenmarken wechseln. Da zählt nicht die Werbung oder ein Image, das die Marketingabteilung entwickelt hat, sondern die Vision eines Parfümeurs, die Liebe zum Detail und Essenzen, die in dieser Form im breiten Markt nicht verwendet werden.

Ja, da kann ich Augen und Nasen öffnen und Sinne betören. Betörend. Auch so eine Beschreibung, allerdings ein wenig aus der Mode gekommen. Sinnlich, extravagant, zart, cremig, kantig, kuschlig, weich, fein, schwer, üppig, orientalisches, holzig, würzig, süß, herb, grün, fruchtig, erdig, blumig, floral, sauber, seifig, leicht, elegant, verspielt, grasig, voll, rund, straight, klar, und und und, es ist erstaunlich, wieviele Adjektive zur Duftcharakterisierung existieren. Charakter, auch so ein Wort, mit dem man versuchen kann, seine Vorstellung eines Parfums auszudrücken. Aber all das erklärt nicht, warum wir uns parfümieren. Mögen die Anfänge in der praktischen Anwendung liegen, eine Paste zum Vertreiben von Insekten, wie die Augenschminke der alten Ägypter, die dazu diente, vor Infektionen zu schützen. Waren die Schamanen der Ursprung, die Priester, die die Toten salbten und einbalsamierten? Techniken entwickelten, um aus Pflanzen und Harzen wohlriechende Öle zu gewinnen? Und natürlich konnten sich

the attention to details and essences that are not used like this in the big market. Yes, because I can 'open' eyes and noses and beguile the senses.

Beguiling. Another description but it has become a little out of fashion. Sensual, flamboyant, tender, creamy, edgy, cuddly, soft, fine, hard, luxuriant, oriental, woody, spicy, sweet, tart, green, fruity, earthy, floral, clean, soapy, light, elegant, playful, grassy, full, round, 'straight', clear and so on... It's just amazing how many adjectives exist for characterizing a fragrance. Character is another word you may use for expressing the idea behind a perfume. But all this does not explain why we use perfumes.

Maybe the beginnings were practical applications, such as a paste for repelling insects, like an eye make-up of the ancient Egyptians, which served to protect against infections. Maybe the shamans, the priests who anointed and embalmed the dead, were the origin? Who developed techniques to extract fragrant oil from plants and resins? And of course, the kings in their palaces were the first who could afford the precious substances whose expensive ingredients made long journeys. In the Middle Ages the high society of

zuerst vor allem die Könige in ihren Palästen die kostbaren Substanzen leisten, deren teure Inhaltsstoffe weite Wege nahmen. Auch im Mittelalter badete die feine Gesellschaft bei Hofe in Duft, während das gemeine Volk auf schnödes Wasser angewiesen war. Stammt daher die Faszination für Parfüms? Wollen wir immer noch ein bisschen etwas vom Hauch der Paläste spüren, uns reich und besonders fühlen, wenn wir unseren Duft versprühen? Und sind deshalb Parfüms, die von Prominenten 'kreiert' und beworben werden so erfolgreich, obwohl sie keinen Deut anders reichen als ein No-Name Duft? Ist es der Luxus, der am Flakon haftet, der und zur Flasche greifen lässt? Ich liebe es, mich mit Duft zu umgeben. Allerdings mehr in meiner Wohnung oder auf einem Schal, als direkt auf meiner Haut. Ich mag es, wenn das Bad anders riecht als das Schlafzimmer. Auch darum liebe ich richtige Seife, denn so ein gutes Seifenstück kann den ganzen Raum beduften. Und bei meinen Recherchen bin ich auf eine sehr schöne und natürliche Art der Raumdüfte gestoßen. Ich glaube, ich mach mir demnächst ein paar Pomander.

Eure Angi

the court bathed in scents while the common people had to rely on vile water. So this is where the fascination of perfumes has come from? Do we still feel a little 'touch of the palaces' and do we feel particular and rich when we spray our scent? And why are perfumes advertised as 'created' by celebrities so successful, although not one whit different from a 'no name' fragrance? It is the luxury that is attached to the bottle actually making us 'grab' the bottle?

I really love to surround myself with scents. However, rather in my apartment or on a scarf than directly on my skin. I like it when, for example, the bathroom smells different than the bedroom. Also, one reason why I love real soap is because a bar of good soap is scenting the entire room. During my research I have come across a very beautiful and natural type of fragrance. I think I'm gonna make myself some 'Pomander', soon...

Yours, Angi



*Edelziege*  
*classy Cashmere wool*

# Edelziege im Interview

## Fragen an Saruul Fischer

**W**oher kam denn die Idee für ‚edelziege‘?

Sie wurde aus der Not geboren. Ich habe Kommunikationswissenschaft, Romanistik und Kunstgeschichte in Dresden studiert und bin meiner großen Liebe nach Plauen gefolgt. Leider konnte ich mit meinem Studienabschluss in der kleinen Stadt keinen guten Job bekommen - als junge Mutter erst recht nicht. Ich habe immer von meinen Verwandten aus der Mongolei Kaschmir-Pullover geschenkt bekommen, die hier immer sehr großen

**W**here did the idea for ‚edelziege‘ come from?

It was born out of necessity. I studied Communications, Romanistics and Art History in Dresden and then followed my great love to the city of Plauen. Unfortunately I could not get any good job with my degree in a small town - being a young mom it was even worse. My relatives from Mongolia always sent me cashmere sweaters as a gift and that was always received very well, here. So the idea to offer cashmere products was obvious. However, I did not just want to sell something ready to wear.



Anklang fanden. Da war die Idee sehr nah, Kaschmir-Produkte anzubieten. Allerdings wollte ich nicht ganz banal etwas Fertiges einfach weiterverkaufen. Ich wollte meine Idee einbringen, es sollte mein ‚Baby‘ sein - so entstanden die ersten Entwürfe.

### Was inspiriert Sie zu Ihrer Mode ?

Reisen, Menschen, die Mongolei, mein Alltag - die Mode soll tragbar sein. Kaschmir möchte getragen werden.

### Gibt es denn hier eine Edelziege ?

Es gibt in Deutschland tatsächlich die Rasse „Edelziege“. Das sind hochproduktive Milchziegen. Ansonsten in Sinne von Fashion, also nach meinem Sinne, steht das Wort für die stylischen, selbstbewussten und qualitätsorientierten Frauen von heute. „edelziege“ ist ein Wortspiel. Ich habe es so zusammen gesetzt, da die edle Wolle von der Ziege kommt. Ich fand das

I wanted to bring my own ideas into it, it should be my ‚baby‘ - so the first drafts emerged.

### What inspires your style?

Travel, people, Mongolia, my life - fashion should be wearable. Cashmere wants to be worn.

### Is there any real ‚Edelziege‘ kind of goat?

Actually there is a breed ‚Edelziege‘ in Germany. These are highly productive dairy goats. Otherwise, in terms of fashion, so to my mind, it’s a word for the stylish, self-conscious and quality-oriented women today. ‚edelziege‘ is a pun. I put the words together like that because the noble wool comes from goats. I found this wonderfully refreshing and ambiguous - everyone listens up and the name ‚sticks‘.

**How old is your label? ‚edelziege‘ exists since the summer of 2007.**

**Do you see differences in organic fashion?**



herrlich erfrischend zweideutig - jeder wird hellhörig und der Name bleibt hängen.

**Wie alt ist Ihr Label ?**

Edelziege gibt es seit dem Sommer 2007

**Sehen Sie Unterschiede in der Bio-Mode ?**

Es ist Zeit, umzudenken. Das kommt auch langsam aber sicher bei den Konsumenten an. Vor allem auch, weil die Bio-Mode inzwischen stylischer und selbstbewusster wird. Bei den Designern und Herstellern steht jetzt nicht mehr die Herkunft und Herstellung der Rohware und Stoffe in den Vordergrund. Denn es ist selbstverständlich, dass es „bio“, fair und sozial ist. Großer Wert wird nun auf das Design gelegt - zum Glück. So findet die Bio-Mode auch immer mehr Anklang und Aufmerksamkeit. Der Bio-Label-Träger wandelt sich vom

It's time to rethink. This is also known among consumers slowly but surely. Even more so because the eco fashion is stylish and confident now. Among designers and manufacturers the origin and production of raw materials / substances is no longer in the foreground, now. It is just obvious that it is 'bio', fair and social. Fortunately more emphasis is now put on the design. We find the Eco-fashion, more and more popular. The organic label customer has changed from a person wearing a reindeer sweater and sandals (Sorry, I'm exaggerating a bit) to a trend-conscious, well-informed consumer who enjoys the good conscience and wants to consume. Nevertheless, the (German) slogan "Greed is horny" is in people's minds. The fact that you cannot have a fair-produced product, which is made from an ecological and renewable raw material, for the same price as 'commodity



Rentier-Pulli- und Sandalen-Träger (Sorry, ich übertreibe etwas) zu einem trendbewussten, gut informierten Konsumenten, der guten Gewissens genießen und konsumieren möchte. Dennoch ist der Spruch „Geiz ist geil“ in den Köpfen der Menschen. Dass ein fair produziertes Produkt, das aus einem biologisch und nachwachsenden Rohstoff hergestellt wird, nicht den selben Preis haben kann wie Massenware aus Kunststoff, muss noch kommuniziert werden. Denn der Konsument kann nicht gleichzeitig „keine Kinderarbeit“ und „faire Löhne“ fordern, die Ware jedoch zu niedrigen Preisen kaufen wollen - Fairness muss auch aktiv gelebt werden.

**Wie lange arbeiten Sie an einem Kleid ?**

Es kommt darauf an, ob es auf einer Handstrickmaschine oder mit der Computer-Strickmaschine gestrickt wird. Und natürlich, wie aufwändig der

plastic', needs to be communicated. Because the consumer cannot simultaneously demand "no child labor" and "fair wages" but also want to buy goods at low prices - fairness must be lived actively.

**How long do you work on a dress?**

It depends on whether it is knitted on a knitting machine or with the computer knitting machine. And of course, how elaborate the style is. In a knitting machine it may take one to two days.

**You sell via Fair Queen - is that going well?**

Our co-operation is still young. We started with the 2012/13 winter collection. In this short period I have received some good feedback on





Style ist. Auf einer Handstrickmaschine kann es schon ein bis zwei Tage dauern.

**Sie verkaufen über Fair-Queen - ist das gut angelaufen ?**

Unsere Zusammenarbeit ist noch jung. Wir haben begonnen mit der HW 2012/13 Winterware. In dieser kurzen Zeit habe ich gutes Feedback zum Style und Qualität der Wolle bekommen.

**Wo können wir Sie denn auf der kommenden Fashion Week sehen ?**

„edelziege“ wird sich im Januar im Rahmen der Fashion-Week im Hotel Adlon auf der Messe „Greenshowroom“ präsentieren. Auf dem Lavera showfloor wird es eine eigene Show geben und eine Woche später wird „edelziege“ auf der INNATEX in Wallau sein.

**Erzählen Sie uns doch bitte etwas über die Herstellungskette - also das Scheren der Ziegen und wie geht es dann weiter ?**

*Beim Hirten:*  
auskämmen, grob sortieren nach Farbe  
*In den Betrieben:* mischen, waschen, trocknen, kämmen (müssen noch mehrfach gekämmt werden, um lose Oberhaare zu entfernen, dann

the style and quality of the wool.

**At which fashion shows can we see you?**

„edelziege“ will be present in January as part of the Fashion Week at the Hotel Adlon (Berlin) at the „Green Showroom“ fair. On the Lavera showfloor there will be a separate show and a week later „edelziege“ will be at the INNATEX in Wallau.

**The production chain - shearing goats and how does that work?**

When shepherds: comb, coarse sort by color  
At the premises: Mix -> dry wash mesh (must be combed several times to remove loose upper hair, then dirt and grime is removed)  
Control (by hand) dyeing and carding (Used in the process of spinning the fiber orientation, this step is used to comb the wool fibers in one direction in order to spin it well lateron) -> for spinning yarn  
Knitting: Knitting Design Conference -> Transport -> Germany: sales

**How many people work for 'edelziege'?**

I have no permanent staff. I book the services of individual professionals. If I put together my



Schmutz und Dreck beseitigen)  
Kontrolle (per Hand) Färben und Kardieren (dient im Prozess des Spinnens zur Ausrichtung der Fasern; dieser Arbeitsschritt dient dazu, die Wollfasern in eine Richtung zu kämmen, um sie später gut spinnen zu können), Verspinnen zum Garn *Strickerei:* Designbesprechung, Stricken, Transport  
Deutschland: Vertrieb

**Wie viele Menschen arbeiten für ‚edelziege‘ ?**

Ich habe keine festen Angestellten. Ich buche mir die Dienste einzelner Profis. Wenn ich meine Strickereien in der Mongolei und die fleißigen Helfer hier alle zusammen nehme, ist „edelziege“ eine große „Familie“ von rund 120 Personen

**Wo wird produziert ?**

Produziert wird in der Mongolei, Design/ Konfektionierung und der Vertrieb erfolgen in Deutschland. Alle anderen Arbeitsschritte finden in der Ulan-Bator/Mongolei statt.

**Gibt es etwas was Sie unseren Lesern noch mitteilen wollen ?**

Sie und ich sind „fairliebt“ in schöne Dinge, die fair und nachhaltig sind. Es wäre schön, wenn noch mehr Menschen mit Herz UND Verstand konsumieren würden.

[www.edelziege.de](http://www.edelziege.de)

Text: Nina Bloom  
Übersetzung: Christopher Nordhoff

knitting staff in Mongolia and the busy beavers oder here, „edelziege“ is a great „family“ of 120 people.

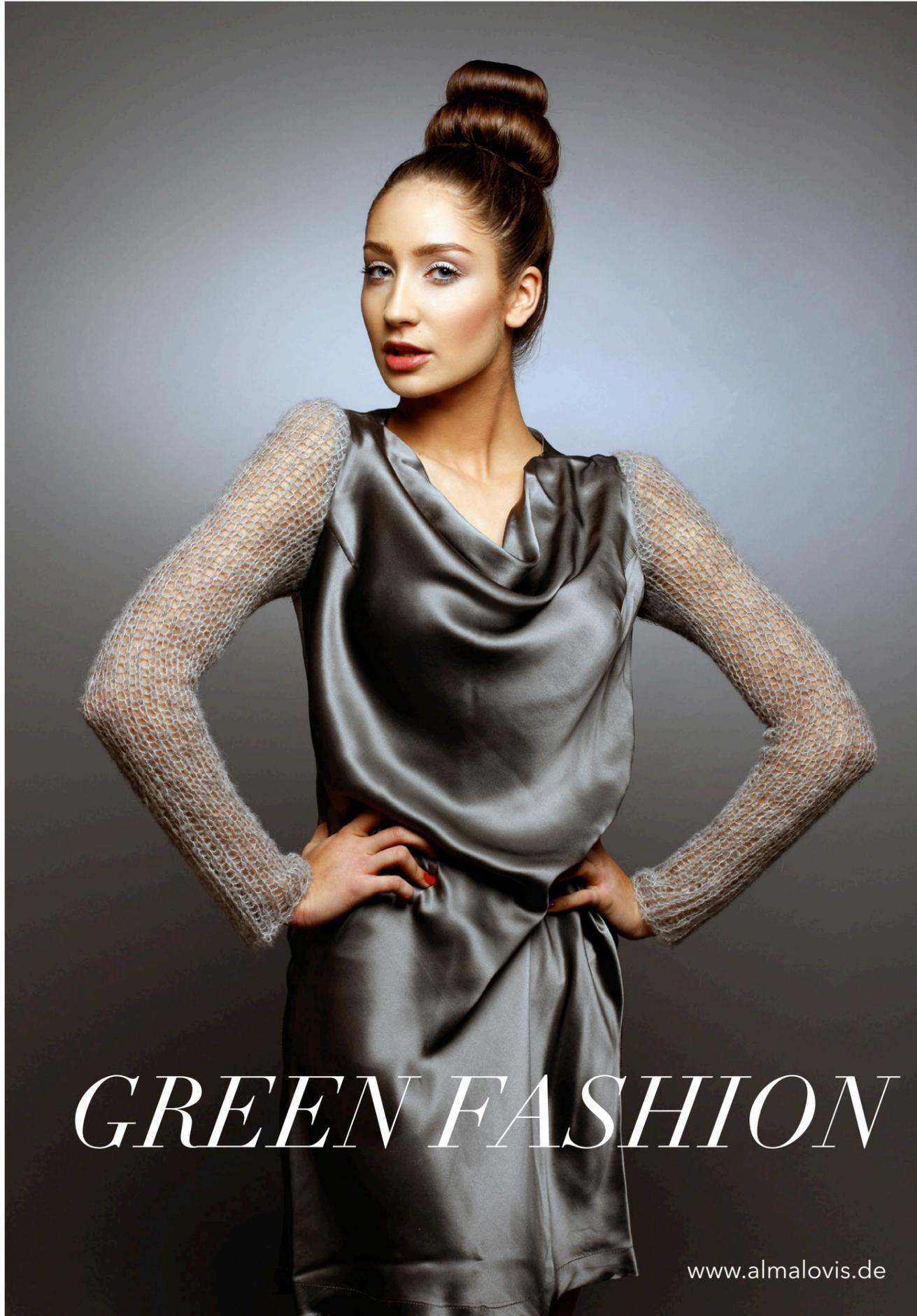
**Where is it produced?**

Production takes place in Mongolia, design / packaging and marketing is performed in Germany. All other operations are taking place in Ulan-Bator/Mongolia.

**Anything you would like to tell our readers?**

You and I we are „in fair love“ with beautiful things that are fair and sustainable. It would be nice if more people would consume with heart AND mind.





*GREEN FASHION*

[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)



*SEDUCTION*



[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)





[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)

**Designer:** Alma & Lovis  
[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)

**Kleidung:** „Silk Dress Platin“ Seite 80/81  
„Eve Multistripes“ Seite 82,  
„Mimmi Winter Girl“ in Weiß Seite 83  
„Risa in blau“ Seite 84

**MakeUp:** Couleur Caramel  
[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**MakeUp:** Natali Hertrich  
[www.natali-hettich.com](http://www.natali-hettich.com)

**Model:** Franziska Schaal

**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer

# FIRKANT#

## Wie kamen Sie auf den Namen „FIRKANT“?

Die unverkennbaren geometrischen Formen sind ein Markenzeichen von Firkant. Diese Besonderheit hat dem Label seinen Namen gegeben. „Firkant“ bedeutet in einigen skandinavischen Sprachen Quadrat.

## Seit wann gibt es denn Ihr Label?

Die Firma wurde 2008 gegründet. Die erste Kollektion kam 2009 auf den Markt.

## Welche Stoffe bevorzugen Sie für Ihre Arbeit?

Viele der Stoffe, die wir verarbeiten, haben die Ökotex-Standard 100-Zertifizierung. In der aktuellen Kollektion sind das über zwei Drittel der verwendeten Stoffe. Wir legen aber keinen Wert auf eine lückenlose Zertifizierung, denn gerade kleinere Betriebe oder Startup-Unternehmen können sich die kostspielige Zertifizierung nicht leisten. So gibt es zum Beispiel in der Winterkollektion 2013 ein Garn, das Ökotex-zertifiziert war. Der Hersteller hat aber vor kurzem die Zertifikate aus Kostengründen nicht mehr verlängert. Die Qualität ist dabei dieselbe geblieben und entspricht den Normen des Ökotex-Standards 100. Um die nötige Transparenz in der Zulieferung zu gewährleisten und ein gewisses Maß an so-

## How did you get to the name „FIRKANT“?

The distinctive geometric shapes are a hallmark of Firkant. This peculiarity has given the label its name. In some Scandinavian languages „Firkant“ means “quadrangle”.

## Since when does your label exist?

The company was founded in 2008, the first collection was available in 2009.

## What materials do you prefer for your work?

Many of the materials that we use carry the OEKO-TEX® Standard 100 certification. In the current collection that's over two-thirds of the materials used. However, we do not 'overvalue' a complete certification, because smaller companies or start-ups can not afford the expensive certification. For example, there is a yarn that was OEKO-TEX® 100 certified in the winter collection 2013. But the manufacturer has not renewed that recently because of the cost of the certificates. The quality has remained the same and it still meets the OEKO-TEX® criteria. To ensure the necessary transparency in the supply and a certain level of social and environmental standards, the materials for the Firkant collection are purchased directly from producers in the EU,

zialen und Umweltstandards zu sichern, werden die Materialien für die Firkant-Kollektion direkt von Produzenten aus der EU , zum Beispiel aus Deutschland, Frankreich oder Italien bezogen.

In der Firkant-Kollektion dominieren Wolle und Viskose - rein und in einfachen Mischungen. Die Entscheidung zugunsten von Viskose ist unter anderem aufgrund ihrer guten Umwelteigenschaften gefallen. Viskose-Fasern bestehen aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz, vorwiegend aus europäischer Herkunft. Bei Verbrennung tragen sie nicht zum Treibhauseffekt bei. Nach Herstellerangaben sind die Fasern biologisch abbaubar. Der Energie- und Wasserverbrauch bei Herstellung und Verarbeitung ist gering.

**Wie viel Arbeit steckt in einem Kleid vom Entwurf bis zum Endprodukt?**

Viel! Der erste Prototyp aus Probestoff und die Produktionsunterlagen dazu sind in ein paar Tagen fertig. Aber es ist ja nur eine Zwischenstufe - viel Aufwand steckt in der Kollektions-Planung, die zu diesem Zeitpunkt schon abgeschlossen ist. Schließlich muss die Kollektion ein schlüssiges Bild abgeben. Wenn der Prototyp fertig ist, werden die Vorläufer und die Muster in der Produktion erstellt. In der Regel ist der erste Vorläufer nicht perfekt. Die Muster werden nochmals verbessert. Die fertige Musterkollektion wird fotografiert, die Verkaufsunterlagen werden vor-

e.g. in Germany, France or Italy. Wool and viscose dominate in the Firkant collection - pure and simple mixtures. The decision in favour of viscose partly came because of its good environmental properties. Viscose fibres made from the renewable resource wood, mainly from European origin. In combustion, they do not contribute to the greenhouse effect. According to the manufacturer, the fibres are biodegradable. The energy and water consumption in the manufacturing process is low.

**How much work is in a dress from design to finished product?**

A lot! The first prototype of sample material and the production of documents to be ready in a few days. But this is only an intermediate step. A lot of effort is put into the collection-planning, which is already completed at this time. Finally, the collection should have a coherent image. If the prototype is ready, the precursor and the pattern of production are created. As a rule, the first precursor is not perfect. The piece can be further improved. The completed sample collection is photographed, the offering documents will be prepared and then passed to the sales team for the duration of the selling season. After the season, it goes on: the orders are delivered to the production, ordered the materials, the last little corrections made.



#





bereitet und an das Sales-Team für die Dauer der Verkaufssaison übergeben. Nach der Verkaufssaison geht es weiter – die Aufträge werden an die Produktion übergeben, die Materialien bestellt, die letzten kleinen Korrekturen gemacht. Oftmals kann man den Aufwand für einen einzelnen Entwurf gar nicht separieren. Auf jeden Fall gibt es immer etwas zu tun!

#### **Sind Bio-Stoffe schon überall verwendbar oder sehen Sie Einschränkungen?**

Unsere Ansprüche an Materialien sind hoch. Einerseits müssen sie qualitativ hochwertig sein, wir streben ja an, langlebige Produkte auf den Markt zu bringen. Andererseits bieten wir keine Luxusgüter an, sondern erschwingliche Mode im mittleren Preissegment. Hinzu kommen besondere technische Anforderungen der Produktionen, insbesondere beim Strick. Die Auswahl reduziert sich am Ende auf einige wenige Qualitäten. Desto erfreulicher ist die Tatsache, dass unter dieser engen Auswahl viele Materialien aus dem grünen Segment sind, die Tendenz steigend. Ich finde aber nicht ausschließlich verwendete Materialien, sondern die Nachhaltigkeit der ganzen Produktions- und Vertriebskette wichtig.

#### **Wo finden potenzielle Käufer Ihre Mode?**

Wir sind in ausgewählten Geschäften in Deutschland, Österreich, Schweiz und Russland (europäischer Teil) sowie in einigen Onlineshops vertre-

ten. Often one can not separate the cost of a single design. In any case, there is always something to do!

#### **Are organic substances ready for use anywhere or do you see limitations?**

Our quality demands for materials are high. On the one hand, they must be of high quality, because we aim to get durable products on the market. On the other hand we do not offer luxury goods but affordable fashion in the mid-price segment. There are also special technical requirements of production, in particular for knitting. The selection is reduced to a few qualities in the end. More gratifying is the fact that under this narrow selection are many materials from the „green“ segment - and rising. But I think not only the materials used but also the sustainability of the entire production and distribution chain is important.

#### **Where do potential buyers find your fashion?**

We are available in selected stores in Germany, Austria, Switzerland and Russia (European part) and represented in some online stores. The markets in which Firkant is mainly active is Germany, Austria, Switzerland, Russia (European part), the UK and Ireland. Thus, the activity of Firkant is limited geographically and the transport routes for the products remain relatively short.

ten. Die Märkte, in denen Firkant vorwiegend aktiv ist, sind Deutschland, Österreich, Schweiz, Russland (Europäischer Teil), Großbritannien und Irland. Somit ist das Tätigkeitsfeld von Firkant geografisch eingegrenzt und die Transportwege der Produkte bleiben vergleichsweise kurz.

#### **Gibt es auch mal eine Modeshow?**

Wir nehmen an Messen und Showrooms in Deutschland und Russland teil. Ab und zu gibt es auch eine Modenschau.

#### **Ist Elasthan unverzichtbar oder sehen Sie die Möglichkeit, hier noch etwas zu verändern?**

Es gibt natürlich bei einigen Materialien die Möglichkeit, die Elastizität auf andere Weise zu erzielen, die sind aber schon eher eingeschränkt. Da wir eine besondere Stricktechnologie verwenden, ist für uns die Elastizität der Garne eine wichtige Eigenschaft. Der Markt bietet da zur Zeit keine wirklichen Alternativen.

#### **Wo fertigen Sie Ihre Mode?**

Momentan arbeiten wir mit zwei Kleinbetrieben in Deutschland und in Estland in der EU, die sich durch besonders flache Führungsstrukturen und faire Arbeitsbedingungen auszeichnen. Wir arbeiten mit unseren Produktionsbetrieben bereits seit mehreren Jahren. Zu allen unseren Herstellern besteht ein persönlicher und direkter Kontakt. Alle Modelle aus der Kollektion sind so konzipiert, dass sie zu wettbewerbsfähigen Preisen in der EU produziert werden können. So werden Hersteller und Lieferanten fair bezahlt. Die Stundensätze, die wir an unsere Hersteller zahlen, liegen sogar über dem Niveau, das ein Schneider hierzulande in der Regel berechnet. Alle Modelle werden in kleinen und mittleren

#### **Are there any fashion shows?**

We participate in trade fairs and showrooms in Germany and Russia. From time to time there is also a fashion show ...

#### **Is Spandex indispensable or do you see an opportunity to change that?**

Of course there are some materials making it possible to achieve the elasticity in another way. But they are already quite limited. Since we use a special knitting technology, for us the elasticity of the yarn is important. The market does not offer any real alternative.

#### **Where do you produce your fashion?**

We are currently working with two small firms in Germany and Estonia in the EU. They are characterized by very flat management structures and fair working conditions. We have been working for several years with our factories. There is a personal and direct contact to all manufacturers. All pieces in the collection are designed so that they can be produced at competitive prices in the EU. For example, manufacturers and suppliers are paid fairly. The hourly rates that we pay our manufacturers are even higher than the level that calculates a tailor here in general. All parts are manufactured in small and medium production lines.

#### **You are a managing team of three - who does what?**

We do many things in-house in terms of design, product development and marketing. I, Elena Kikina am primarily responsible for design and product management. I design the collection, along with our other designer Viktoria Zavgorodnyaya.

Produktionsserien hergestellt.

#### **Sie sind zu dritt in Ihrem Managing-Team - wer macht was?**

Wir machen vieles im Haus, was Design, Produktentwicklung und Vermarktung betrifft. Ich, Elena Kikina, bin in erster Linie für Design und Produktmanagement zuständig. Ich entwerfe die Kollektion zusammen mit unserer anderen Designerin, Viktoria Zavgorodnyaya. Natalia Schulte befasst sich mit Marketing und Vertrieb, Jan Bäse ist für visuelle Kommunikation verantwortlich. Die organisatorischen Aufgaben teilen wir unter uns auf, einige Dienstleistungen werden als Fremdleistung eingekauft. Im Vertrieb arbeiten wir zum Teil mit externen Vertriebsagenturen.

#### **Wollen Sie unseren Lesern zum Abschluss noch etwas sagen?**

Ja, ein paar Sätze zu unserer Designphilosophie. Wir streben an, einen erkennbaren Firkant-Stil jenseits der kurzlebigen Trends der Modeindustrie zu schaffen. Firkant steht für eine Art „Slow Fashion“; jedes Modell verfügt über das Potential, ein Lieblingsstück für mehrere Saisons zu werden, ohne überholt zu wirken. Die Nachhaltigkeit unserer Produkte in jeder Hinsicht wird von uns als Grundvoraussetzung für unserer Tätigkeit gesehen.

[wearfirkant.com](http://wearfirkant.com)

Natalia Schulte will focus on marketing and sales, Jan Bäse is responsible for visual communications. We share the organizational tasks among us and some services are outsourced. We work with some external agencies in the sales area.

#### **Anything else you want to tell our readers to conclude..?**

Yes, a few words about our design philosophy. We aim to create a recognizable Firkant style beyond the passing trends of the fashion industry. Firkant represents a sort of „slow fashion“, each model has the potential to be a favourite for several seasons without looking outdated. The sustainability of our products in every aspect is seen by us as a prerequisite for our business.



#



ica  
watermelon

inspired by the structures  
of nature and the artificial  
surroundings of the  
modern human being

a play between  
dream and reality.





Das DOB - Label ica watermelon vereint die Konzepte von Nachhaltigkeit und hochwertiger Mode. Die Kollektionen spiegeln den Wunsch nach Natürlichkeit und Menschlichkeit in einer künstlich geschaffenen Umwelt wieder, ein Spiel zwischen Traum und Realität. Traditionelle Handarbeitstechniken wie Handstrick und Häkeln werden neu interpretiert und verbinden sich mit einer femininen, geradlinigen Schnittführung.

Es gibt viele Ansätze für nachhaltiges Design. Wir stellen uns folgende Fragen : Wie geht man miteinander um, was ist Gerechtigkeit, auf welche Weise nutze ich welche Ressourcen und kann ein bewußter Konsum politisch sein?

Wir verwenden ausschließlich Materialien von ganzheitlich nachhaltig agierenden Zulieferern,

überwiegend aus Deutschland und der Schweiz, die uns über die Qualität, Langlebigkeit, Herkunft und Veredelung der Materialien informieren können.

Die Kollektionen werden aus GOTS-zertifizierter Biobaumwolle und Seide, naturbelassenem Leinen, Wolle aus k.b.T. , pflanzengefärbter „Peace silk“ (vegane Seide) und anderen handverlesenen Qualitäten lokal in Berlin und Umgebung gefertigt.

Seit 2011 verfolgt ica watermelon das Konzept einer Ganzjahreskollektion, welche saisonal in Material und Farbe variiert und durch neue Nemen und Kollektionsteile ergänzt wird.

Die Designerinnen  
Die Designerin Julia Knüpfer wurde 1983 in Ber-

lin geboren. Sie studierte Modedesign an der Internationalen Kunsthochschule Esmod Berlin und sammelte unter anderem bei Wunderkind praktische Erfahrungen.

2008 wurde ihre Diplomkollektion für den Fashion Designer Award by createurope nominiert. Im Januar 2009 gewann sie den Designer For Tomorrow Award im Rahmen der Mercedes Benz Fashion Week in Berlin und gründete im selben Jahr das greenfashion-Label ica watermelon, mit dem sie unter anderem für den von Hess Natur ausgeschriebenen Humanity in Fashion Award nominiert wurde und den Dr. Hauschka ecodesign- Preis gewann. Seit Anfang 2012 führt sie das Label gemeinsam mit ihrer Schwester Anna, die ursprünglich Architektur studiert hat und in diesem Bereich sozial- und ökologisch nachhaltige Konzepte erarbeitet hat. Die Kollektionen

wurden bisher in Deutschland, Kanada, Dänemark, Russland, Türkei und den USA präsentiert. Der Vertrieb erfolgt hauptsächlich über den eigenen Store in Berlin-Mitte, online und in ausgewählten Boutiquen.

ica watermelon  
sustainable fashion store  
fehrbelliner strasse 47  
10119 berlin  
[www.icawatermelon.com](http://www.icawatermelon.com)  
[contact@icawatermelon.com](mailto:contact@icawatermelon.com)



# Green Luxury Fashion

JOHANNA  
RIPLINGER



**Designerin:** Johanna Riplinger

[www.johannariplinger.com](http://www.johannariplinger.com)

**Schuhe:** Softclox

[www.softclox.com](http://www.softclox.com)

**MakeUp:** Couleur Caramel

[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

**MakeUp:** Lakshmi

[www.lakshmi.de](http://www.lakshmi.de)

**Fotograf:** Boris Bärmichl

[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**Digitale Bearbeitung:** Leon Alverdes

**MakeUp:** Gréta Istvándi

[www.face-line.info](http://www.face-line.info)

**Model:** Sarah J.

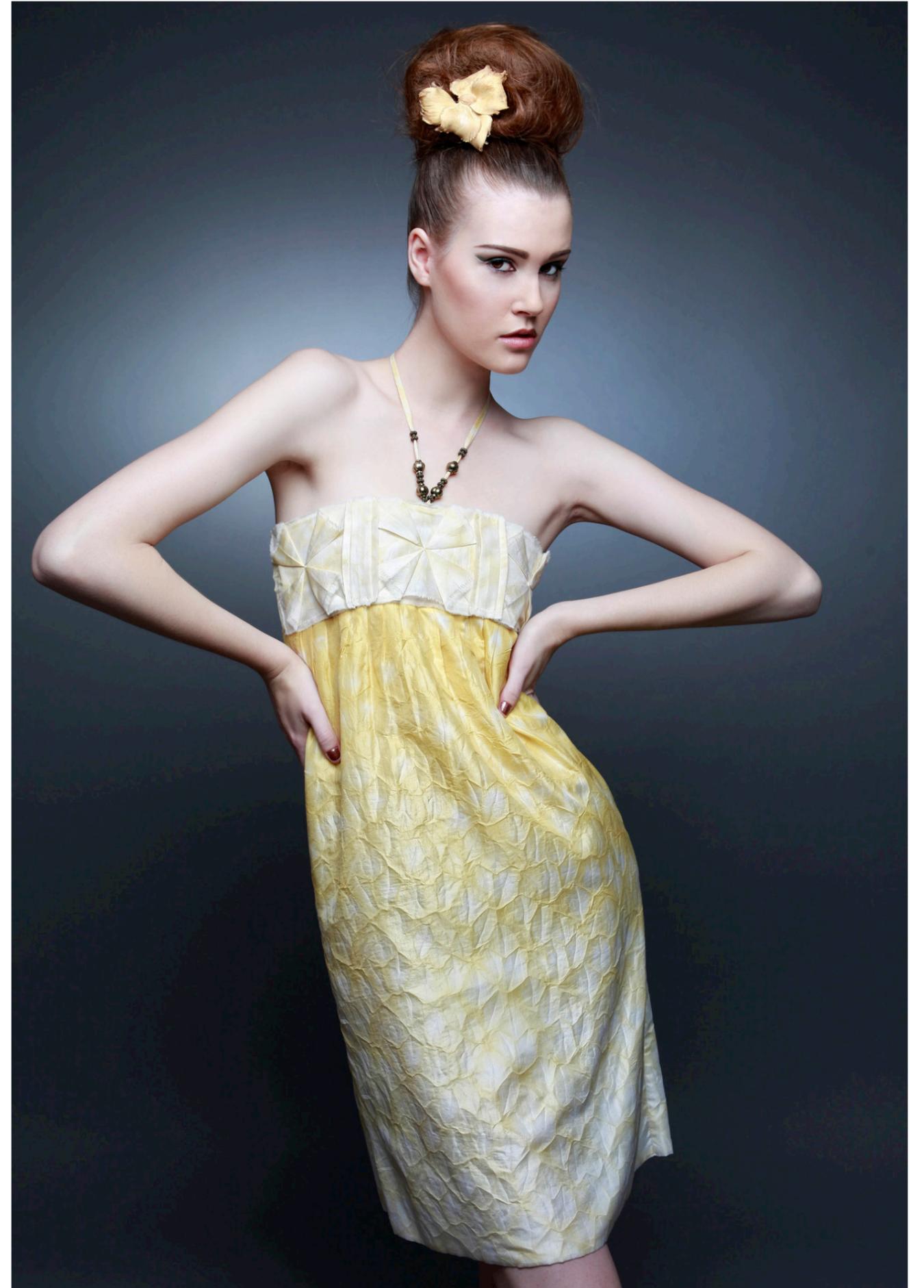
**PS Models:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer





*refined,  
feminin,  
sensual*



Schuhe: SOFTCLOX  
[www.softclox.com](http://www.softclox.com)



Schuhe: SOFTCLOX  
www.softclox.com

# LYY-LUCKYNELLY

FLEXIBLE WOOD  
IN FASHION

**Fotograf:** Oliver Wand  
**Assistent:** Ufuk Tekin  
**Model:** Karoline Puelska  
**Hair & Makeup:** Miriam Waldmann  
**Outfits:** Anja Habermann  
**Accessoires:** LYY LUCKYNELLY  
Christine Rochlitz & Flesswood /  
Michael Signorello



**Fotograf:** Oliver Wand  
**Assistent:** Ufuk Tekin  
**Model:** Karoline Puelska  
**Hair & Makeup:** Miriam Waldmann  
**Outfits:** Anja Habermann  
**Accessoires:** LYY LUCKYNELLY  
Christine Rochlitz & Flesswood  
Michael Signorello

# FLEXIBLE WOOD IN FASHION

LYY-LUCKYNELLY ist ein junges Fashion-Label aus Berlin, welches das Design von Taschen, Gürteln und Schmuck, umweltbewusst und innovativ umsetzt.

Die Accessoires werden aus ökologischen Materialien wie z. B. Kork-Leder und FLESSWOOD® hergestellt. Das Statement des Labels ist, keine Materialien aus tierischen Produkten zu verwenden, wie Leder oder Echtfell, um der Käfighaltung oder Tierfarmen zur Fellgewinnung entgegenzuwirken, mit der ethischen Ansicht, die Tierrechte nicht zu verletzen. Ebenso werden die Produkte für die Kollektionen ausschließlich in der EU eingekauft und auch produziert, da Fair Trade ein weiterer wichtiger Aspekt für LYY-LUCKYNELLY ist.

KORK-LEDER hat eine luxuriöse und sehr glatte Textur und es ist sehr weich und geschmeidig, samtig oder glatt und kann in einer nahezu un-

begrenzten Vielfalt an Mustern und Farben hergestellt werden. Es ist wasser-, fett- und schmutzabweisend. Wasser perlt und rollt einfach ab (Lotuseffekt), daher ist es leicht zu reinigen, nur mit milder Seife und Wasser. Es ist extrem haltbar, lichtbeständig, leicht und sehr vielseitig. Es kann wie Leder eingesetzt werden. Es ist hypoallergen, anti-allergisch und anti-asthmatisch, dank der Substanz "Suberin" im Kork. Staub, Schmutz, Schimmel und Mehltau werden einfach absorbiert. Und das Beste: es ist vegan. 100% natürlich und ökologisch, leicht recycelbar, ein rein pflanzliches Material ... keine Tiere müssen zur „Leder“-Gewinnung sterben! Auch zu wissen ist, dass Korkeichen nicht beschädigt werden, sondern es regelrecht brauchen, in einigen Jahresabschnitten geschält zu werden. Die Bäume haben eine Lebensdauer von über 200 Jahren.

**Fotograf:** Oliver Wand  
**Assistent:** Ufuk Tekin  
**Model:** Karoline Puelska  
**Hair & Makeup:** Miriam Waldmann  
**Outfits:** Anja Habenmann  
**Accessoires:** LYY LUCKYNELLY  
 Christine Rochlitz & Flesswood  
 Michael Signorello





**Fotograf:** Oliver Wand  
**Assistent:** Ufuk Tekin  
**Model:** Karoline Puelska  
**Hair & Makeup:** Miriam Waldmann  
**Outfits:** Anja Habermann  
**Accessoires:** LYY LUCKYNELLY  
 Christine Rochlitz & Flesswood  
 Michael Signorello

Korkeichenwälder helfen dem Schutz zur Erhaltung der Artenvielfalt: 25.000 Tierarten wird neuer Lebensraum geboten... darunter sehr vielen, vom Aussterben bedrohten Vogelarten sowie in der Welt schon fast ausgerotteten Raubkatze, der Iberische Luchs, sowie Pflanzen und Wildkatzen.

FLESSWOOD® ist 100% echtes flexibles Holz. Es ist eine neue Art von Leder. Es ist .... Tree-Leather®.

Statt Krokodil, Python oder anderen exotischen Ledern kann jetzt Leder aus Holz der renommiertesten Bäume in der ganzen Welt eingesetzt werden.

Unser Ziel ist es Völker, die exotische Tiere Leder Bekleidung und Zubehör zu kaufen statt

kaufen Produkte aus exotischem Holz Leder, um beliebig viele bedrohte Tierarten Leben wie möglich zu retten.

Unser Holz kommt nur aus nachhaltiger Forstwirtschaft mit CITES (Übereinkommen über den internationalen Handel mit gefährdeten Arten) und FSC (Forest Stewardship Council)-Zertifikat.

Holzprodukt wird nie eine exakte Kopie eines anderen sein, und dies wird die Möglichkeit, jemandem zu geben, ein Produkt wirklich einzigartig und besonders besitzen!

[www.luckynelly.com](http://www.luckynelly.com)

[www.flesswood.com](http://www.flesswood.com)

**Fotograf:** Oliver Wand  
**Assistent:** Ufuk Tekin  
**Model:** Karoline Puelska  
**Hair & Makeup:** Miriam Waldmann  
**Outfits:** Anja Habermann  
**Acessoires:** LYY LUCKYNELLY  
Christine Rochlitz & Flesswood  
Michael Signorello



# ACT IN GREEN



[www.skunkfunk.com](http://www.skunkfunk.com)

**ORGANIC**  
**IS NOT A**  
**FASHION**  
**IT IS A**  
**COMMITMENT.**







**S**lowmo ist ein Berliner Modelabel welches in zeitlosen Designs den Zeitgeist widerspiegelt.

Gegründet wurde der Familienbetrieb im Januar 2006 von den Geschwistern Felicia und Melchior Moss. Ganz dem Namen entsprechend steht slowmo, abgeleitet von slowmotion, für Ruhe, Beständigkeit und Entschleunigung und möchte einen Gegenpol zur Schnelllebigkeit unserer Zeit setzen. Angefangen hat die Geschichte des Unternehmens in einem klassischen Berliner Hinterhof in Berlin Friedrichshain. Von hier aus hat sich das Label eine Basis aufgebaut und erweitert Atelier und Unternehmen Schritt für Schritt.

**S**lowmo is a Berlin based fashion label reflecting the spirit of our time in timeless designs.

The family business was started in January 2006 by sister and brother Felicia and Melchior Moss. The name slowmo, originates from slow-motion and represents calmness, durability and deceleration. slowmo intends to act as a counter balance to the fast pace of our times.

The company began its course in one of Berlin's typical apartment buildings in Friedrichshain. Step by step the brand created a foundation and started growing a business.

slowmo clothing is an invitation to feel at ease. It has a clean line and a timeless style. Urban



Die Kleidungsstücke von slowmo laden ein zum Wohlfühlen. Sie sind geprägt von einer klaren Linie und einem zeitlosen Stil. In den Entwürfen verbindet sich Großstadtflair mit Natur. Der Schwerpunkt liegt auf hochwertigen Materialien und sorgfältiger Verarbeitung. Die individuelle und ruhige Schnittführung spricht Kundinnen und Kunden verschiedenen Alters und Stils an. Die Persönlichkeit soll mit der Kleidung unterstrichen werden.

Zweimal im Jahr erscheint eine Kollektion für Damen und Herren (Frühjahr-Sommer/Herbst-Winter).

Alle slowmo Produkte basieren auf dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Dieser Ansatz bildet die Grundlage des Unternehmens.

Alle slowmo Produkte haben den Anspruch

charm and nature are combined in slowmo's designs. slowmo's focus is on high quality materials and considerate manufacturing. The distinct and clean shapes are made for customers of various ages and different tastes. The clothing is meant to accentuate everyone's personality. There are two lines for women and men a year (spring-summer/ fall-winter).

slowmo products are based on the principle of sustainability. This is the foundation of the company. The intent of all slowmo products is to stay contemporary and keep their validity beyond the current season.

slowmo clothing is made of 100% certified organic material. It is free of child labor, genetic engineering and environmental pollution. Reducing transportation distances in all aspects

ihre Gültigkeit und Aktualität nicht nach einer Saison zu verlieren.

slowmo Kollektionen bestehen aus 100% kontrolliert- biologischen Materialien. Sie sind frei von Kinderarbeit, Genmanipulation und Umweltverschmutzung. Die Produktion folgt der Idee der kurzen Transportwege. Alle Artikel werden ausschließlich in Deutschland gefertigt.

Der Reiz des Unternehmens liegt für die Geschwister und das slowmo Team darin, Kreativität vor den Herausforderungen und Errungenschaften des 21. Jahrhunderts zu entfalten. Strukturen neu zu formen und Konzepte zu verfeinern und weiter zu entwickeln sind dabei ebenso wichtig wie die Produkte des Labels ansich. *Im Mittelpunkt stehen hierbei der Mensch und die Natur.*

of production is a key element and therefore all products are exclusively made in Germany.

The motivation for the founders and the slowmo team is to be creative while facing the challenges and achievements of the 21st century. Creating new structures and refining concepts is therefore as important as the slowmo products themselves.

*Humanity and nature are in the center of everything.*



slowmo, moss&moss GbR  
Libauerstrasse 16  
10245 Berlin  
[www.slowmo.eu](http://www.slowmo.eu)

# TING DING

**A**us Hemden werden Kleider, aus Kleidern werden Pullover, aus Pullovern Röcke und umgekehrt. Die Beschaffenheit der alten Klamotte gibt hierfür die Orientierungslinie vor. TingDing geht es um das Bewusstsein für die Klamotte an sich. Momente, Erinnerungen und Erlebnisse und keine Modetrends sind es, die die Kleidungsstücke prägen und die individuelle Erscheinung fördern.

Philippe Werhahn „upcycled“ unter dem Label TingDing bereits seit 2006, schon während seines Fashion & Textile Design Studiums an der IED Moda Lab Milano fertigte Werhahn anfangs aus seinen Wg-Zimmer heraus, seit 2009 aus seinem Atelier in Berlin, Neukölln.

„Wasting waste is a waste of resources“. Keine Ästhetik ohne Ethik. TingDing kreiert zeitlose Damenbekleidung in nachhaltigem Stil. Aus Alt wird Neu. Alttextilien werden aus ihrem Zusammenhang gerissen und durch upcycling zu neuen Unikaten arrangiert. Die Erinnerungen, die mit der alten Kleidung zusammenhängen, bekommen also ein neues Gewand.

Allgemein betrachtet wird beim Upcycling Abfall als



Material für die Schaffung neuer Produkte verwendet. Im Gegensatz zu recycling ist ein deutlich geringerer Energieaufwand nötig um Neues zu schaffen. Außerdem wird die Qualität des Abfalls nicht gemindert sondern gesteigert. Die ausrangierten Kleidungsstücke werden als Spende zum TingDing Laden/Atelier gebracht und direkt vor Ort vom Modemacher Werhahn begutachtet und sortiert, anschließend an der Schneiderpuppe weiterverarbeitet und im Laden ausgestellt, verkauft und gegebenenfalls den Wünschen der jeweilige Kundin angepasst.

Gebrauchsspuren des Ausgangsmaterials werden zum Stilmittel und zur Designsprache. „Der Genuss des Wiedererkennens ist unvergleichlich.“ Im Gegensatz zur industriellen Herstellung bietet Werhahn durch Transparenz, Authentizität und Identifikation dem Kunden die Möglichkeit jeden Arbeitsschritt im TingDing Atelier nachzuvollziehen.

Warum dem bereits bestehenden Wäschekorb noch mehr hinzufügen?

Bei Alttextilien verlängert und belebt Werhahn den Lebenszyklus eines ausrangierten Kleidungsstückes neu. Alleine in Deutschland fallen pro Jahr 700.000 Tonnen Gebrauchtkleidung an, also ca. zehn kg pro Person. TingDing bietet von daher seinen Kunden an, ihre ausrangierten Klamotten wieder in den Kreislauf zu bringen; statt unbedacht eine Textil-„Wiederverwertungs-Mafia“ durch Wegwerfmentalität zu unterstützen. Derartige Firmen verdienen mit ausrangierter Kleidung schmutziges Geld durch textile Reimporte u. a. nach Afrika und zerstören damit heimische Märkte. TingDing ist ein Symbol für Nachhaltigkeit und selbsterklärend spiegeln die Kleidungsstücke das wieder.



# up cycled



**Warum macht Ihr solche Upcycling Mode ?**

Mode ist für mich als Designer ein Experimentierfeld. Einzige Bedingung: Das Kleidungsstück muss funktionieren - dann ist es Design und keine Kunst. Alles Weitere ist letztendlich individueller Geschmack und damit die Entscheidung des Kunden. Mir ist der Einfluss, den ich auf die Umwelt ausübe, extrem wichtig und Upcycling für mich die nachhaltigste und damit die beste Lösung. Man entlastet die Umwelt, indem man die Alttextilien neu arrangiert und somit den individuellen Lebenszyklus der ‚Klamotte‘ verlängert.

**Was inspiriert Euch ?**

Das Kleidungsstück an sich, die jeweilige Beschaffenheit, gibt die Richtlinie vor. Es sind die Farben im Zusammenhang mit dem jeweiligen Stoff.

**Wo kann man Eure Mode finden ?**

Im TingDing-Atelier in der Bürknerstraße 11 in Berlin-Neukölln.

**Wie viel Arbeit steckt in einem einzelnen Stück ?**

**How come you design that kind of fashion?**

For me as a designer fashion is an experimental field. My only condition: The garment must 'work'. Then it's not just art but design. Everything else is ultimately personal taste and therefore the decision of the customer. To me the impact that I was causing on the environment has been extremely important and upcycling is the most sustainable and thus best solution. It helps the environment by using the textile waste thus extend the individual life cycle of 'oldies'.

**What inspires you?**

The garment itself, its own nature dictates the policy. And then there is the colors

Kann man so nur schwer sagen, denn es sind viele Faktoren, die Zeit kosten. Das Klamotten-Casting, das Experimentieren bis ein Schnitt tragbar und damit funktional ist. Das Nähen kann mal ganz schnell gehen, manchmal geht gar nichts.

**Taucht Bio-Mode bereits beim Recycling auf?**

Zunächst einmal ist Upcycling kein Recycling. Ich habe schon einige Hessnatur-Produkte durch Upcycling aufgewertet, allerdings ist das eine Ausnahme. Ich verarbeite die Kleidungsstücke, die nicht mehr getragen werden und als eine Spende meiner Kunden in meinem Atelier landen.

**Weihnachten kommt. Wie steht Ihr zum Konsum, gibt es Alternativen ?**

Konsum? Es kommt auf die Art und Weise des Konsums an. Die Maßlosigkeit ist das Hauptproblem. Ich möchte mich auf das Konsumverhalten in der Bekleidungsbranche beziehen und da empfehle ich all meinen Kunden, sich einen eigenen Stil aufzubauen und nicht jedem Modetrend hinterher zu trotten. Wenn ein Kleidungsstück gefällt sollte man es so lange tragen, bis nicht mehr taugt. Es sind die Geschichten und Erinnerungen die ein Kleidungsstück wirklich besonders werden lassen. Kurz gesagt, weniger

that are associated with the material respectively.

**Where can people find your style?**

At the Ting Ding studio on Buerknerstraße 11 in Berlin-Neukoelln.

**How much work is in one piece?**

Difficult to say because there are many factors consuming time. The clothes casting, then experimenting if a selection is portable and thus functional. Sewing can happen very fast but sometimes just nothing works.



konsumieren, aber wenn, dann bewusst.

Ich lebe vom Verkauf meiner Mode, und ich möchte so verdienen, dass meine Familie und ich qualitativ hochwertig und nachhaltig konsumieren können. Weihnachten ist deswegen die stressigste aber auch die umsatzstärkste Zeit des Jahres.

### Ist Style wichtig ?

Man kann sich Style nicht entziehen. Keinen Style zu haben geht schlichtweg nicht. Sich ‚stylish‘ oder ‚modisch‘ zu kleiden finde ich schwierig; zum einen weil es vorgegeben ist und zum anderen, da man sich dem jeweiligen Zeitgeist nicht gänzlich entziehen kann. Letztendlich ist die „westliche, halbjährliche Mode“ vordergründig Business. Schön ist es, einen eigenen Stil zu entwickeln, denn nur wenn man sich in der jeweiligen Kleidung wohl fühlt, ist es auch authentisch.

### Wieviele Leute stecken hinter Eurem Projekt bzw. Label ?

Nur Philippe Werhahn, ich mache alles alleine.

### Gebt Ihr Euch eine Business-Moral oder -Richtlinie ?

Ich trenne Geschäftsmoral nicht von meiner Privatmoral. Privat ist der kategorische Imperativ, also ein guter Leitfaden. Ich kann und will mir immer in die Augen schauen können.



### Does eco fashion already emerge in the recycling?

First of all upcycling is not recycling. However, I've upgraded some Hess Natur products by upcycling but that's an exception. I deal with clothes that are no longer worn and that end up in my studio as a gift from my clients.

### Was ist der Reiz des Upcyclings in der Mode? Für Designer und Kunden?

Allgemein betrachtet wird beim Upcycling Abfall als Material für die Schaffung neuer Produkte verwendet. Im Gegensatz zu recycling ist ein deutlich geringerer Energieaufwand nötig um Neues zu schaffen. Außerdem wird die Qualität des Abfalls nicht gemindert sondern gesteigert. Das Konzept für mein Label TingDing lautet daher: „Wasting waste is a waste of resources“. Keine Ästhetik ohne Ethik. TingDing kreiert zeitlose Damenbekleidung in nachhaltigem Stil. Aus Alt wird Neu. Alttextilien werden aus ihrem Zusammenhang gerissen und durch upcycling zu neuen Unikaten arrangiert. Die Erinnerungen, die mit der alten Kleidung zusammenhängen, bekommen also ein neues Gewand. Auch bei unseren Kunden schafft das ein nachhaltiges Bewusstsein, das am eigenen Körper getragen und nach Außen hin gezeigt werden kann. TingDing animiert seine Kunden Fragen zu stellen! „Ich bin überzeugt, dass Ökonomie und Ethik untrennbar miteinander verbunden sind. Nachhaltigen Erfolg hat nur, wer moralisch und ethische Werte über ein ständiges Bestreben nach Gewinnmaximierung stellt.“

### Wie wichtig sind internationale Kooperationen in der grünen Mode im Allgemeinen und speziell bei Ihrer Arbeit?

Extrem wichtig! Alleine in Deutschland fallen pro Jahr 700.000 Tonnen Gebrauchtklei-



### Have you ever tested how many pollutants are contained in recycled fashion? No.

### Christmas is coming closer. How do you see consumption, are there any alternatives?

Consumption? It depends on the manner of consumption. The extravagance is the main problem. I want to refer to the consumption behavior in the apparel industry and I recommend all my clients to build their own style and not to run after every fashion trend. If you like a garment you should wear it for so long until it no longer works. It's the stories and memories making one item really special. In brief: consume less, but if, then be aware. I live from selling my clothes and I want to get by so that my family and I can consume high, sustainable quality. Christmas therefore is the most stressful but also the most profitable time of the year.

dung an, also ca. zehn kg pro Person. TingDing bietet von daher seinen Kunden an, ihre ausrangierten Klamotten wieder in den Kreislauf zu bringen; statt unbedacht eine Textil-„Wiederverwertungs- Mafia“ durch Wegwerfmentalität zu unterstützen. Derartige Firmen verdienen mit ausrangierter Kleidung schmutziges Geld durch textile Reimporte u. a. nach Afrika und zerstören damit heimische Märkte. Ein Bewusstsein zu schaffen ist ein langer Prozess, der nur international bewältigt werden kann! Nicht nur in den Ländern in denen industriell Produziert wird, aber gerade in diesen Ländern, fehlt das Bewusstsein für faire und nachhaltige Arbeitsbedingungen, nachhaltigen Anbau und Umwelt entlastende Arbeitsprozesse beinahe komplett.

TingDing ist ein Symbol für Nachhaltigkeit und selbsterklärend spiegeln die Kleidungsstücke das wieder. Meine Kooperationen fokussieren sich auf die Designer und dessen Nachwuchs. An dem Punkt möchte ich ansetzen um das Upcycling als Modesegment vorzustellen und darüber hinaus den großen Nutzen, Upcycling als „Werkzeug“ für Form und Material, im Studium kostengünstig als Alternative zum Zeichnen anzuwenden.

**Glauben Sie, dass die grüne Mode den Sprung vom Nischen- zum Mainstream-Trend schafft?**

Aktuell betrachtet kann man mit Sicherheit

**Style is important?**

One cannot escape from style. It's just impossible not to have any style. I find it difficult to dress 'stylish' or 'fashionable', partly because it is given and on the other hand you cannot entirely escape the spirit of the time. Ultimately, the 'Western, semi-annual fashion' is mainly business. It is nice to develop your own style, because only if you feel good in particular clothes, it is also authentic.

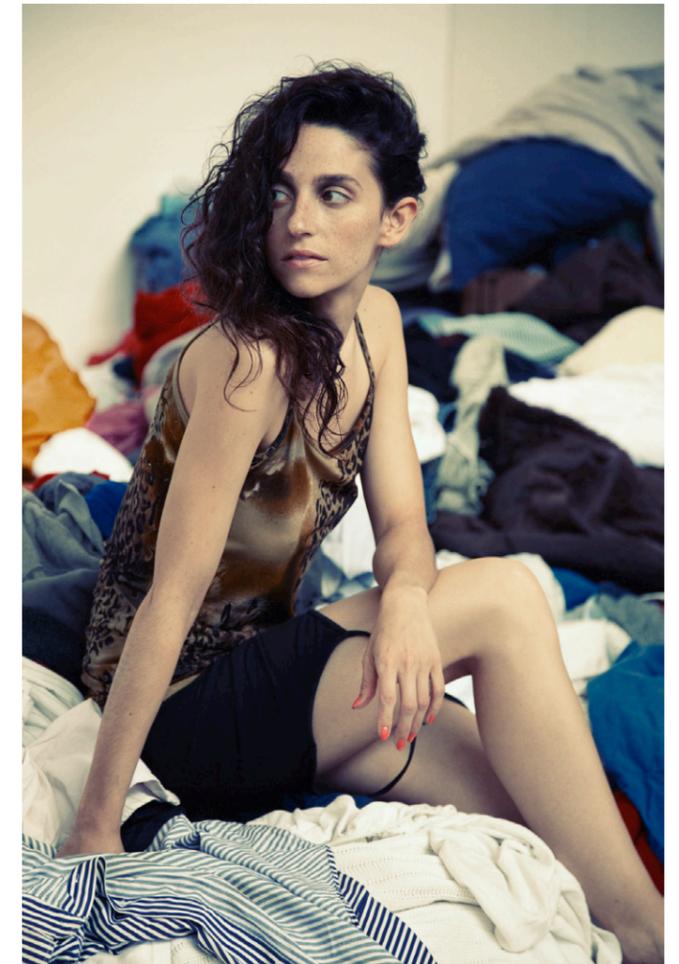


sagen, das Upcycling gerade „in Mode“ bzw. Trend ist. Das hängt eng mit dem Arbeitsprozess des Upcyclings zusammen und im gleichen Maße mit dem aktuell vorherrschenden Zeitgeist und die damit verbundene Kritik am Massenkonsum und der Wegwerfgesellschaft, speziell in Berlin und in Deutschland.

Ich denke Grüne Mode wird sich nachhaltig etablieren. Speziell kleine Labels, gerade die, die selbst produzieren, haben in der Grünen Mode sehr gute Möglichkeiten sich von der Konkurrenz abzusetzen. Das Grüne Mode Mainstream wird ist eher unwahrscheinlich, gerade da die Bestimmungen und die Zertifikate große Unterschiede aufzeigen, indem was „Grün“ ist und was wirklich nachhaltig ökologisch ist. Dass alle Menschen nachhaltige Kleidung tragen ist mein Traum, aber das Preisdumping wird weiter existieren und für viele Menschen ist nun mal der Preis maßgebend.

[www.tingding.de](http://www.tingding.de)

**Text: Nina Bloom**  
**Übersetzung: Christopher Nordhoff**



**How many people stand behind your project or label?**

Only Philippe Werhahn, I'm doing everything myself.

**Do you work according to your own business ethics or policy?**

I do not separate my business ethics from private morality. Private moral is the categorical imperative, that is a good guide. I can and I shall always be able to look myself into the eye.

# WINTER IS COMING



## RIDE FOR FUTURE

ORGANIC CLOTHING



### ORGANIC & RECYCLED PRODUCTS



# Der Geruch von Männlichkeit

**M**al ganz ehrlich, Mann, wie sieht er aus, der Alltags-Morgen eines Bio-Mannes? Aufstehen, Morgensport oder Yoga, dann etwas Meditation und danach ab ins Bad.

Doch was geht dort „ab“? Duschen mit Seife - Bio? Rasieren trocken, mit Seife oder nass ohne alles? After Shave ins Gesicht - Bio? Deo unter die Achseln! ...Bio? Unser Mann ist mittlerweile im Büro und stellt sich seinen Herausforderungen.

Was geht am Morgen ‚mit Bio‘, was nicht?

Beim Duschen bin ich ein Fan der „Schwarzen Seife“ geworden - für die Körperwäsche wie auch zum Haare waschen. Mehr brauche ich unter der Dusche nicht, außer natürlich Wasser...

Das Zähneputzen mit Schlämmkreide ist kein Problem, doch die „biologisch korrekte“ Zahnbürste ist nicht so leicht zu finden, besonders wenn ein Mann wie ich auch noch auf elektrische Zahnbürsten schwört - natürlich mit Öko-Strom. Doch leider konnte ich bis heute keinen Naturbürstenkopf dafür finden. Wenn Sie hier einen Tipp für mich haben, bitte melden! Also weiter im morgendlichen Ablauf, zur Nassrasur:

Dank Waschbär habe ich einen klassischen Rasierer mit auswechselbarer Klinge, wobei die Handhabung doch etwas Übung verlangt. Hier

komme ich um die Rasierseife nicht herum, in meinem Fall Ringelblume von Haslinger. Es gibt auch gute Rasierseifen aus Schafsmilch, doch die habe ich gerade nicht zur Hand. Nach der Rasur ist ein After Shave dran; ich habe für mich zwei Lösungen gefunden; zum einen „Wild Life for Man“ von i+m Naturkosmetik. zum anderen, bei trockener Haut nehme ich das „Soothing After Shave Gel“ von Living Nature. Das „Wild Life“ riecht frisch mit einer herben Note, das Gel fast neutral; es wirkt schön auf der Haut und entspannt, bei anhaltender Wirkung.

Beim Thema Deodorant habe ich vieles ausprobiert: das 24-Stunden-Deo von Dr. Aypar, das „Deo Roll-on Tropengold“, doch bin ich zum Schluss doch beim „Citrus-Deodorant“ von Weleda geblieben. Bei mir es hält gut an und ich mag den frischen Zitrus-Duft. Dazu noch ein Parfüm von ‚April Aromatics‘ oder ‚Meo Fuscini‘ oder ‚Lakshmi‘ und der Tag kann beginnen.

Mein Tipp aus der Redaktion für den Dezember: Dudu-Osun Schwarze Seife 150g (im Internet; Preis schwankt von 4,45 € bis 8,00 €)

i-m Naturkosmetik - After Shave.

[www.iumn.de](http://www.iumn.de)

[www.weleda.de](http://www.weleda.de)

[www.living-nature.de](http://www.living-nature.de)

Text: Wanja Alverdes



# 7 Fragen für 2013

# 7 Fragen an...

## Marie Rupp Design-Leitung bei Hess Natur-Textilien GmbH



### Das Jahr 2013 kommt auf uns zu. Mit welchem Duft würden Sie es verbinden?

2013 wird aus asiatischer Sicht das Jahr der Wasserschlange werden. Sie steht für Vertrauen und den Fluss des Lebens, für Beharrlichkeit und Flexibilität. Der Duft wird entsprechend leicht und frisch sein dürfen. Eine feine Meeresbrise eben.

Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, gerne auch zwei, welche wären das? Ich würde ihm taubenblau geben, kombiniert mit einem kräftigen türkisblau.

### Hat die 13 eine Bedeutung für Sie?

Ja. Die Quersumme ist 4. Die Vier steht für Ganzheit und Ausgewogenheit. Im Tetralema kennen wir die vier Grundmöglichkeiten: entweder, oder, beides oder keines von beiden. Das gibt uns Wahlmöglichkeiten.

### Wie viel Öko-Kleidung werden Sie 2013 tragen?

So viel wie möglich. Am liebsten nur noch. Das Lebensgefühl und Tragegefühl dieser Kleidung macht bewusst, wie viel Wert sie für alle Sinne bringt.

### Welche Themen sollte ECOenVIE im kommenden Jahr aufgreifen?

Upcycling- und Recycling-Mode. Die nächste Generation der Ökomode durch Umgestaltung, Wieder- und Weiterverwendung von Stoffen und Ressourcen.

Welche Erkenntnisse wünschen Sie den Menschen für das Jahr 2013?

Mehr Bewusstheit mit sich und der Natur. Dann wird auch das Miteinander respektvoller.

### Weihnachten steht vor der Tür - haben Sie einen besonderen Geschenktipp?

Der hessnatur-Loopschal aus Schurwolle mit Kaschmir und Seide. Ein trendiges Accessoire, das edel, aber erschwinglich ist und sich toll kombinieren lässt.

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

# 7 Questions to...

## Marie Rupp Design-Leitung bei Hess Natur-Textilien GmbH

### The year 2013 is coming towards us. Which scent would you connect it to?

2013 will be the year of the water snake in Asia. It stands for trust and the flow of life, for perseverance and flexibility. The fragrance may be light and fresh accordingly. A fine breeze.

### If you could give the year 2013 a color or two, what would they be?

I would give it pigeon blue combined with a strong turquoise blue.

### Does the number 13 have a meaning for you?

Yes. The checksum is 4. The Four stands for wholeness and balance. In a tetralema we know the four basic options: either, or, both, or neither. That gives us choices.

### How much organic clothing will you be wearing in 2013?

As much as possible, preferably only. Wearing these clothes makes us aware of how much value this lifestyle brings to all the senses.

### What topics should ECOenVIE feature next year?

Upcycling and recycling fashion. The next generation of eco-fashion by remodeling, restoration and re-use of materials and resources.

### Which cognition you want the people to have in 2013?

More awareness of yourselves and nature. Then the coexistence will also be respectful.

### Christmas is around the corner - you have a special gift idea?

The hess natur Loop Scarf made of virgin wool with cashmere and silk. A trendy accessory that is classy but affordable and also can be combined well.

*Thank you for your answers.*

# 7 Fragen an...

Gereon Pilz van der Grinten THEKEY.TO Founder,  
Manager of Eco Fashion for Economic Concerns of Today - E.F.E.C.T



## Das Jahr 2013 kommt auf uns zu, mir welchen Duft würden Sie es verbinden?

Das Jahr verspricht eine Rückbesinnung auf das Wilde in uns, das Natürliche, auch das Animalische. Es duftet nach offener Weite, nach felsigem Wind, der seit Gedenken tausende Körper um- und durchflossen, sich mit Erfahrung angereichert hat und 2013 frisch verwirbelt zu Atem wird, dessen aromatische Kopfnote ein Wald-Akkord bildet: Eibenharz, Sequoiaholz, Wildbach, Farn und Moos murmeln durch das Unterholz. Von Auen umspielt entspringt sämiger Blütenduft dem männlichen Götterbaum, Ailanthus altissima, und modelliert daraus das zentrale sinnliche Thema. Gauklerblumenblüten versprühen entlang der Ufer eine warme Moschus-Note und unterstützen sinnliche Ausstrahlung. Der Duft ist eine Offenbarung, - wie ein Fluss, der sich ständig wandelt und

doch immer derselbe bleibt.

## Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, gerne auch zwei, welche wären das?

Das was der Duft schon vorgab, bildet auch die Farbkombination des Jahres 2013 ab: Smaragdgrün und Saphirblau, ein Spiel des Lichtes in miteinander verwobenen Wäldern und Ozeanen.

## Hat die Zahl 13 eine Bedeutung für Sie?

Die 12 hat eine große Bedeutung, - wie sollte ich die 13 geringer schätzen, folgt sie doch der 12. Sie ist eine Art Nachkomme. Und scheint fast wertvoller, da sie seltener auftaucht: In Italien wohne ich gerne in Hotels in der nicht vorhandenen 13. Etage, in den Fluren mit Zimmerfolgen, in denen die 13 wie ein Rechenfehler verschwunden scheint.

Die 13 hat für mich einen ähnlichen Stellenwert wie die 1, denn sie folgt der „zyklischen 12“ immer, um einen Neubeginn, eine Wandlung einzuläuten.

## Wie viel Öko- Kleidung werden Sie im Jahr 2013 tragen?

Ich werde hoffentlich wie gewohnt 365 mal erwachen und Kleidung auf der Haut tragen, die mich teilweise schon Jahre begleitet und sämtlich ECO ist, bis auf Teile, aus alten „ante THEKEY.TO“ Tagen, die noch nicht gänzlich verschlissen sind.

## Welche Themen sollte Ihrer Meinung nach ECO-enVIE im kommenden Jahr aufgreifen?

Nach Slow Food, wird endlich auch Slow Fashion diskutabel. Der weltweit einsetzende Wandel hin zur Entschleunigung ist verstärkt zu spüren. Werte, Sinn und Sinnbildung, Rückbesinnung auf die Na-

tur, Entwicklung eines Weltbewusstseins, dies alles werden die Themen der Zukunft sein.

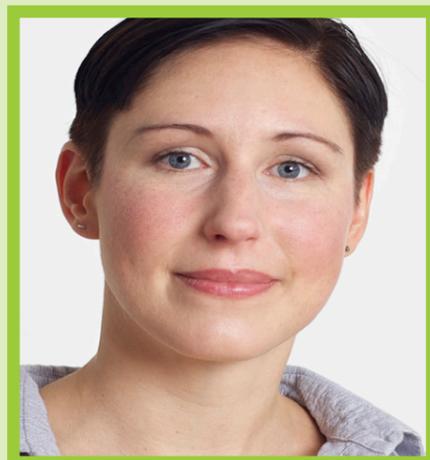
Ich empfehle, die junge, kämpferische Designergeneration, - diese mutigen „Story Tailor“ mit ihren selbst geschneiderten Erfolgs-Geschichten mehr in den Fokus zu bringen; denn sie sind es, die alte und neue Wege beschreiten und die großen Unternehmen herausfordern, ihrem Beispiel zu folgen.

## Welche Erkenntnisse wünschen Sie der Menschheit für das Jahr 2013?

Ich zitiere bei solchen Gelegenheiten gerne abschließend die Worte Norbert Köhlers: REDUCE YOUR NEEDS - EXPAND YOUR DREAMS!

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

# 7 Fragen an... Designerin & Gründerin des Green Showroom Berlin Magdalena Schaffrin



# 7 Questions to... Designerin & Gründerin des Green Showroom Berlin Magdalena Schaffrin

**Das Jahr 2013 kommt auf uns zu - mit welchem Duft oder Geruch verbinden Sie es?**

Das Jahr wird ätherisch frisch riechen: nach Süßwasser und Wind, Pfeffer und einer Spur Citrus.

**Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, gerne auch zwei, welche wären das ?**

...das Farbspektrum wird im hellen eher kalten Spektrum liegen, Gelbtöne, Blau, Hellgrau, Weiß...

**Hat die 13 eine Bedeutung für Sie ?**

nein.

**Wie viel Öko-Kleidung werden Sie im Jahr 2013 tragen?**

Fast zu 100%, bis auf die Teile, die ich schon so lange im Kleiderschrank habe und nicht weg schmeiße. Alles, was neu dazu kommt ist ‚öko‘.

**Welche Themen sollte ECOenVie Ihrer Meinung nach im kommenden Jahr aufgreifen ?**

Recycling, Innovation und Kriterien für Eco Fashion; also die Frage: Was ist eigentlich Eco Fashion.

**Welche Erkenntnisse wünschen Sie der Menschheit für das Jahr 2013 ?**

Nicht nur für 2013: Dass es uns und dem Planeten gut tut, unseren Lebensstil zu verändern.

**Weihnachten steht vor der Tür - haben Sie einen ökologischen Geschenktipp?**

Keine Geschenke. Sich dafür die Zeit schenken, die man sonst in das Geschenke suchen, kaufen und schenken investiert. Zum Beispiel, indem man sie miteinander verbringt oder alleine mit einem Buch - was auch immer passt.

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

**The year 2013 is coming closer - any fragrance or scent you connect it to?**

The year will have an ethereal, fresh scent. Like fresh water & wind, pepper with a hint of citrus

**If you could give the year 2013 a color or two, what would they be?**

...they will be rather cold in the bright spectrum, shades of yellow, blue, light gray, white...

**Does the number 13 have a meaning for you?**

No.

**How much organic clothing wil you be wearing in 2013?**

Almost 100 per cent, except for the pieces that have been in the closet for so long and that I do not throw away. Everything new will be ‚eco‘.

**What topics do you think ECOenVie should feature next year?**

Recycling, innovation and criteria for eco fashion, like the question: What is Eco Fashion?

**What insights do you wish mankind for 2013?**

Not only for 2013: That it is good to change our lifestyle - for ourselves and the planet.

**Christmas is close - do you have an ecological gift idea?**

No gifts. Just use the time that you would spend looking and buying gifts. For example, by spending it together or alone with a book - whatever suits.

*Thank you for your answers.*

# 7 Fragen

Ute Leube

Gründerin & Geschäftsführerin  
von PRIMAVERA LIFE



# 7 Questions to...

Ute Leube

Gründerin & Geschäftsführerin  
von PRIMAVERA LIFE

**Das Jahr 2013 kommt auf uns zu - welchen Duft würden Sie damit verbinden ?**

Neroli - zart blumig, süß-frisch, leicht herb, strahlend, verbindet sich gut mit vielen anderen Düften und wird in Mischungen als Herznote eingesetzt. Es hat, neben einer entspannenden, auch eine anregende Wirkung, hellt Stimmungen auf, wirkt inspirierend und unterstützt die Kommunikation.

**Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, welche wäre das ?**

Maigrün - die Farbe des Neubeginns, der sprüßenden Lebenskraft, der Zuversicht.

**Hat die Zahl 13 eine Bedeutung für Sie ?**

Ja, sie ist eine Glückszahl, weil sie für mich „höheres Wissen“ symbolisiert.

**Wie viel Öko Kleidung werden Sie im Jahr 2013 tragen?**

Mit jedem neuen Kleidungsstück kommt mehr ‚Öko‘ in den Schrank.

**Welche Themen sollte ECOenVie Ihrer Meinung nach im neuen Jahr aufgreifen ?**

Naturkosmetik und Naturdüfte. Wissen Sie eigentlich, dass die Zunge nur fünf (!) Geschmacksrichtungen unterscheiden kann und alle anderen Aromen durch die Nase wahrgenommen werden?

**Welche Erkenntnisse wünschen Sie den Menschen für das Jahr 2013 ?**

Achtsamkeit, Authentizität, Respekt vor Mensch und Natur.

**Weihnachten steht vor der Tür - haben Sie einen ökologischen Geschenktipp?**

Es gibt tolle Naturkosmetik-Sets, die ein soziales Projekt unterstützen. So verschenkt man mehrfach Freude.

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

**The year 2013 is close - what scent would you connect to it?**

Neroli - sweet floral, sweet and fresh, slightly tart, bright, it blends well with many other flavors and is used in mixtures as a middle note. It has, in addition to a relaxing effect, also a stimulating one, it brightens up moods, is very inspiring and supports communication.

**If you could give the year 2013 a color, what would it be?**

May green - the color of new beginnings, the burgeoning vitality, optimism

**Does the number 13 have a meaning for you?**

Yes, it is a lucky number for me, because it symbolizes "higher knowledge".

**How many organic clothes will you be wearing in 2013?**

With every new piece the will be more ‚Green‘ fashion in the closet.

**What topics ECOenVIE should bring up in the new year?**

Natural cosmetics and natural fragrances. (Did you know the tongue can distinguish five (!) flavors, only - all other flavors are perceived by the nose?)

**What lessons you want the people to learn in 2013?**

Mindfulness, authenticity, respect for people and nature

**Christmas lies ahead - do you have an ecological gift idea?**

There are great natural cosmetic sets and each purchase is supporting a social project. So you can give away multiple joy.

*Thank you for your answers.*

# 7 Fragen an...

Tanja Gusinde

TAGMARS Marketing Services



# 7 Questions to...

Tanja Gusinde

TAGMARS Marketing Services

**Das Jahr 2013 kommt auf uns - mit welchem Geruch verbinden sie es ?**

Mit der Weißtanne - würzig, waldig, grün, harzig, frisch, klar. Also ein Jahr voller Herausforderungen, dennoch mit klarer Linie und natürlich sehr grün!

**Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, gerne auch zwei, welche wären das ?**

Milchblau und Apfelgrün

**Hat die 13 eine Bedeutung für Sie ?**

Ja, sie ist eine Glückszahl und das liegt nicht nur an Geburtstagen in der Familie.

**Wie viel Öko Kleidung werden Sie im Jahr 2013 tragen?**

Hoffentlich deutlich mehr als im Jahr 2012

**Welche Themen sollte ECOenVie im kommenden Jahr aufgreifen ?**

Naturkosmetik und Naturdüfte. (Wissen Sie eigentlich, dass wir nur 5 !!! Geschmacksrichtungen unterscheiden können und alle anderen Aromen durch die Nase wahrgenommen werden?)

**Welche Erkenntnisse wünschen Sie der Menschheit für das Jahr 2013 ?**

Handelt bewusster, werdet grüner, bodenständiger, achtsamer und langsamer.

Die Spirale dreht sich schon schnell genug.

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

*TAGMARS - Tanja Gusinde Marketing Service*

**The year 2013 is close - any scent you associate it with?**

With the silver fir - spicy, woody, green, resinous, fresh, clear. A challenging year but with a clear line and very green, of course!

**If you could give the year 2013 a color or two, what would they be?**

Milk blue and apple green

**Does the number 13 meaning for you?**

Yes, to me it is a lucky number, not just because of birthdays in the family.

**How much organic clothing you will be wearing in 2013?**

Hopefully, much more than in 2012

**What topics ECOenVie should pick next year?**

Natural cosmetics and natural fragrances. (did you know that we can distinguish five (!) flavors, only? and thar all other flavors are perceived by the nose?)

**What insights do you wish mankind for the year 2013?**

Act confident, become greener, more earthy, mindful and slow down.

The spiral is spinning fast enough, already.

*Thank you for your answers.*

*TAGMARS - Tanja Gusinde Marketing Service*

## 7 Fragen an... Sabine Hofius-Dümer Geschäftsführung - Sabine Hofius Design GmbH



**Das Jahr 2013 kommt auf uns zu, welchen Duft würden Sie diesem Jahr zusprechen oder mit welchem Geruch verbinden ?**

Für die Stoffe der nächsten Kollektion habe ich mir verspielte Rosenmuster ausgedacht - deshalb der Duft eines Rosengartens.

**Wenn Sie dem Jahr 2013 eine Farbe geben könnten, gerne auch zwei, welche wäre das dann ?**

In meiner neuen Kollektion für den Winter 2013 sind Rot und Gelb dominante Farben. Ich würde mich freuen, wenn meine Kundinnen dies ebenso sehen würden.

**Hat die 13 eine Bedeutung für Sie ?**

Nein, es sei denn ich gewinne an einem 13. im Lotto.

**Wie viel Öko-Kleidung werden Sie 2013 tragen?**

Fast 100 %.

**Welche Themen sollte Ihrer Meinung nach ECOenVie im kommenden Jahr aufgreifen ?**

Sie sind schon auf dem richtigen Weg. Machen Sie weiter so!

**Welche Erkenntnisse wünschen Sie der Menschheit für das Jahr 2013 ?**

Das man Geld nicht essen kann und dass man aus Lebensmitteln weder Strom noch Treibstoff herstellen sollte.

**Weihnachten steht vor der Tür, haben Sie einen ökologischen Geschenktipp?**

Sicherlich nur etwas eigennütziges und deshalb lasse ich das hier lieber.

*Herzlichen Dank für die Antworten.*

*Hofius-Dümer gehört zu den Pionieren der Bio-Mode in Deutschland mit dem Label Sabine Hofius Design GmbH schon seit XXXX im Geschäft.*

## 7 Fragen an... Sabine Hofius-Dümer CEO - Sabine Hofius Design GmbH

**The year 2013 is ahead. What scent you would connect it to?**

I've come up with playful rose patterns in my next collection. Hence the smell of a rose garden.

**If 2013 has a color or two, which ones would it be?**

In my new collection for winter 2013 red and yellow are dominating colors. I would appreciate if my clients would see this as well.

**Has the number 13 a meaning for you?**

No, unless I win the lottery on a 13th.

**How much organic clothing you are wearing in 2013?** Almost 100%.

**What topics should ECOenVIE feature in 2013 in your opinion?**

You are on the right track, already - keep it up!

**What insights do you wish mankind in the year 2013?**

That you cannot eat money and that neither electricity nor fuel should be made from food.

**Christmas is close - any 'ecological' gift idea?**

It could rather be a little selfish, so I prefer to leave that.

*Thank you for your answers.*

*Sabine Hofius-Dümer is one of the pioneers of organic fashion in Germany. Her label "Sabine Hofius Design" has been in business for many years.*

# Wie riecht Aufregung?

Drei Show-Plätze waren zu vergeben und zehn Designer präsentierten am Abend des 24. November 2012 im NEMONA Concept Store ihre Kreationen. Ein spannender Abend für die Gäste und natürlich für die zehn Designer. In der Jury saßen Lisa Thiele vom Online-Magazin styleranking, Nele Schrunner von der VUE, Dr. Karl-Rainer von der Ahé von ‚Runway Management‘ sowie Ulrich Rheinfeld vom Unternehmensnetzwerk Südring und Boris Bärmichl von ECOenVIE.



CONCEPT STORE 15.11-1.12.12  
MO-FR 16-20.00  
SA 11-20.00  
GANGHOFERSTR. 2  
12043 BERLIN NEUKÖLLN

Auftakt zur Berlin Fashion Week • Showfloor Berlin Modenschau • Sa, 24.11. 20 Uhr im Concept Store • Eintritt frei

**NEMONA** **INPOLIS**

Fashiondesign: Claudia Vitalli Foto: Simon Pais

20:00

ZUIT



**Zuit** – Die modischen Kreationen der Künstlerin Johanna Blott werden beeinflusst vom Lebenswandel Berlins und Neuköllns, in welchem sie eine nostalgische Oase bieten. Verspieltes, fast verträumtes Design machen ihre Linie aus, welche größtenteils aus zertifizierten Stoffen hergestellt wird.

[www.zuitjb.blogspot.de](http://www.zuitjb.blogspot.de)

Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

20:10

# LOTTA



**Lotta** – Das Label der Schwedin Lotta Barlach realisiert den Anspruch der Designerin von Ästhetik und Funktion in der Mode für Frauen. Die Linie entspricht der modernen Weiblichkeit: Ein Rock mit vielen Taschen für Werkzeuge beispielsweise überzeugt gleichzeitig im Chic für eine Party. Verwendet werden neue sowie recyclete Stoffe.

[www.lottabarlach.se](http://www.lottabarlach.se)



20:20

# Edelziege



**edelziege** – Das Label der Plauenerin Saruul Fischer verbindet mongolische Traditionen mit europäischer Moderne. Die Kreationen aus Cashmere, dem edelsten aller Natuprodukte reichen von klassisch-elegant bis stylisch-cool. Produziert wird unter fairen Bedingungen zu fairen Löhnen im Heimatort der Designerin, Ulan Bator.

[www.edelziege.de](http://www.edelziege.de)



Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

20:30

# TING DING



**TingDing** Unter dem Motto „Wasting waste is a waste of resources!“ schafft das Berliner Label aus alten Klamotten neue; aus Kleidern werden Oberteile, aus Hosen Hemden. TingDing geht es um das Bewusstsein der Klamotte an sich.

[www.tingding.de](http://www.tingding.de)



20:45

# FORMAT



**format** - Der Grundsatz des Berliner Labels um die HTW-Absolventin Ma-reike Ulman ist Minimalismus - Stücke, die Bewegungsfreiheit geben und für den unverwechselbaren und unaufgesetzten Stil des Einzelnen stehen.

[www.format-favourites.de](http://www.format-favourites.de)

Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

21:00

# 1979-SWIM-BODYWARE



1979 heißt das Label für Swimwear von Suzanna Kuhlemann. Ihre minimalistischen Schnitte, von Understatement geprägt, sind eine Hommage an die Strandmode der 40er und 50er Jahre. Die verwendeten Stoffe sind ökozertifiziert und werden unter fairen Bedingungen in Deutschland und Litauen hergestellt.

[www.1-9-7-9.com](http://www.1-9-7-9.com)

21:15

# BENU BERLIN



**BENU BERLIN** – Das Label der ES-MOD-Absolventin Karen Jessen und Anna Bach verwendet ausschließlich recycelte Materialien zur Kreation ihrer einzigartigen Stücke. Zentraler Grundsatz ihrer Arbeit ist Rebellion gegen die Wegwerfgesellschaft und die weltweite Ungerechtigkeit. Alle Stücke werden im Epizentrum der Rebellion, in Berlin, angefertigt.

[www.benu-berlin.com](http://www.benu-berlin.com)

Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

21:30

# CLAUDIA VITALI



**claudia vitali** - Die verschiedenen Stationen im Leben der ausgebildeten Modedesignerin und Make-Up-Artistin beeinflussen auch den Stil der Wahlberlinerin: Ihre ökologischen Kollektionen vereinen brasilianische Farben, chilenische Fröhlichkeit sowie katalanische Melancholie. Diese verbindet sie in ihrer Mode für die kalten Winter Berlins, die sich nach dem Frühling sehnen.

[www.claudiavitali.com](http://www.claudiavitali.com)

21:45

# FIRKANT



**FIRKANT** ist das Modelabel der Berliner Designerin Elena Kikina. Seit 2008 entwirft sie jede Saison eine elegante, raffiniert feminine Strickkollektion. Die Entwürfe werden aus hochwertigen natürlichen Stoffen und Garnen innerhalb der EU in kleinen Serien produziert.

[www.wearfirkant.de](http://www.wearfirkant.de)

Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

22:00

# 14twenty6



**14twenty6** – Jung, kreativ, innovativ. Unter diesem Motto kreiert das Osnabrücker Label seine Kollektionen. Kunst und tragbares Design werden vereint und reichen von Streetwear bis zu Prêt-à-Porter.

[www.facebook.com/14twenty6](http://www.facebook.com/14twenty6)



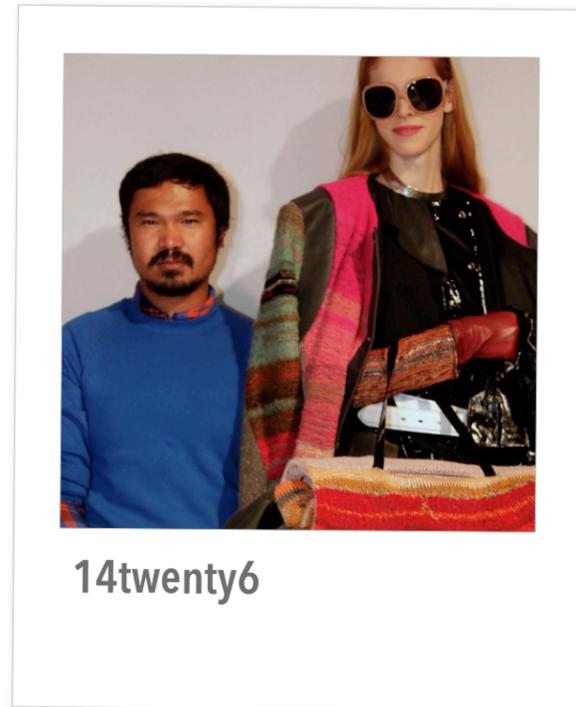
Fotograf: Laurence von Kessel  
[www.laurence-photography.com](http://www.laurence-photography.com)

22:30

# AND FINALLY THE WINNER

22:45

# Alle Designer kommen auf den Catwalk



# Welcher Duft liegt in der Luft...

## Werfen wir einen Blick auf die FASHION WEEK BERLIN; was tut sich hinter den Kulissen?

Text: Sebastian Fleischhauer

Das Öko-Grüne-Mode-Treiben verlegt sich immer mehr in den Stadtbezirk Neukölln. Im „Huxley's Neue Welt“ gastiert der SHOWFLOOR BERLIN, das neue und alte Kind von Dr. Karl-Rainer von der Ahé. Vom 15. bis 17. Januar 2013 können wir hier täglich vier öffentliche Modeschauen genießen. SCOOP und THEKEYTO machen Pause und melden sich im Jahr 2014 mit einem neuen Event zurück. Der LAVERA SHOWFLOOR 2013 ist vom 16. bis 18. Januar 2013 im Umspannwerk am Alexanderplatz. Vom 15. bis 16. Januar 2013 treffen wir den „GREEN SHOWROOM“ im altbekannten Hotel Adlon in Berlin. Die Salon-Show ist am 16. Januar 2013 um 15:30 Uhr. Kleider zum Anfassen direkt von ECO-Designer finden Sie auf der Ethical Fashion Show Berlin vom 15. Bis 17. Januar 2013 im ewerk in Berlin-Mitte.

Auf der PREMIUM, vom 15. bis 17. Januar 2013 in Berlin, finden Sie die über zwanzig ECO-Designer anhand einer kleinen grünen Krone unter mehr als 1.500 Ausstellern.

Im Café Moskau gibt sich „THE GALLERY“ die Ehre vom 15. bis 17. Januar 2013, hier finden sich weitere ECO-Designer.

Huxleys Neue Welt, [www.showfloorberlin.de](http://www.showfloorberlin.de) - Hasenheide 107-113, D-10967 Berlin  
[www.berlin-efect.net](http://www.berlin-efect.net) - erst wieder 2014  
[www.lavera-showfloor.lavera.de](http://www.lavera-showfloor.lavera.de) - Umspannwerk Alexanderplatz, Voltairstraße 5, D-10179 Berlin-Mitte  
[www.green-showroom.net](http://www.green-showroom.net) - Hotel Adlon, Unter den Linden 77, D-10117 Berlin  
[www.ethicalfashionshowberlin.com](http://www.ethicalfashionshowberlin.com) - ewerk, Wilhelmstraße 43, D-10117 Berlin-Mitte  
[www.premiumexhibitions.com](http://www.premiumexhibitions.com) - STATION-Berlin, Luckenwalder Str. 4-6, D-10963 Berlin  
[www.the-gallery-berlin.de](http://www.the-gallery-berlin.de) - CAFE MOSKAU, Karl-Marx-Allee 34, D-10178 Berlin





# The Future of Fashion?

**D**er Beyond Fashion Summit 2012 geht erfolgreich zu Ende. Am 15. und 16. November 2012 kamen über 150 Fachbesucher nach Berlin, um in der Station über das Thema „HYPERNATURE“ zu reflektieren. Konstruktiver Spirit prägte die Veranstaltung. Gemeinsam wurde nach Lösungen zur Veränderung der textilen Wertschöpfungskette durch neue Verfahren und digitale Lösungswege gesucht.

Berlin, 16. November 2012. Zwei Tage „HYPERNATURE“ – der Beyond Fashion Summit 2012 ist erfolgreich zu Ende gegangen. Die Veranstalter forderten ihre 150 Gäste zu einer konstruktiven Diskussion über die Veränderung der textilen Wertschöpfungskette durch neue Verfahren und digitale Lösungswege auf.

**And we're off... Beyond Fashion Summit 2012 in full swing #bfs12**

Unter den Fachbesuchern fand sich eine Vielzahl hochkarätiger Vertreter von Industrie, Handel, Wissenschaft und Politik, die in gemeinsamem Dialog innovative Konzepte und neue

**B**erlin, the 16th of November 2012. In a constructive and visionary spirit, the Beyond Fashion Summit 2012 concluded it's two days conference programme. On the 15th and 16th of November, over 150 professionals from the fashion and textile industry came together to discuss and reflect the topic of „Hypernature“. Speakers and participants explored solutions in the textile chain through new processes and digital technologies.

**And we're off... Beyond Fashion Summit 2012 in full swing #bfs12**

Among the professional visitors were many high profile representatives from industry, commerce, science and politics, who explored innovative concepts and new ways in a common dialogue. Eleven international lecturers and a discussion panel envisioned philosophical concepts and future business models, showed best practices and possibilities for new, ethical and innovative product generations.

**Wise words came from environmental philo-**

sofer Warwick Fox: „the best example of any one kind often has a responsively cohesive view of things“ #bfs12

Wege in die Zukunft der Textilbranche erörtern. Insgesamt elf internationale Redner und ein Diskussionspanel entwarfen philosophische Konzepte und zukünftige Geschäftsmodelle, erzählten Erfolgsgeschichten und zeigten Möglichkeiten für eine neue, ethische und innovative Produktgeneration auf.

**Wise words from philosopher, Warwick Fox ... ,the best example of any one kind often has a responsively cohesive view of things“ #bfs12**

Übergreifendes Thema der Beiträge war die Frage, welche Werte zukünftige Mode ausmachen wird. Der Philosoph Warwick Fox gab dafür den kontextuellen Rahmen vor und rief das Publikum eindringlich zu mehrdimensionalem Denken auf. „Denken Sie holistisch!“, so Fox. Produkten müsse eine reagierende Kohäsion innewohnen, schlussfolgerte Fox. Nur dann könnten sie ethisch und moralisch unbedenklich sein. Hendrik-Jan Grievink vom Think Tank Next Nature wagte sich an eine Definition des Summit-Titels. Sein Fazit: Wir werden uns in Zukunft mit einer „raffinierten, zuverlässigeren, ästhetisch verbesserten, bequemerem, erweiterten, überspitzten und schwer patentierten, verbesserten Version unserer Umwelt“ konfrontiert sehen.

**sopher Warwick Fox: „the best example of any one kind often has a responsively cohesive view of things“ #bfs12**

A central point of discussion was the question, by which values future fashion will be lead. Philosopher Warwick Fox gave a contextual framework and called the public to think multidimensional: „Think holistic!“, said Fox. Only then can one be ethically and morally uncontentious. Hendrik-Jan Grievink of the think tank Next Nature dared to define a provocative definition of the Summit title. His conclusion: in the future, we will be confronted by a „more raffinated, more secure, aesthetically optimized, enlarged, highly patented, better version of our environment.“

The founder of People Tree, Safia Minney, reported about the success story of her fashion brand, a story that goes back over more than ten years. Started on a small scale in Japan, People Tree is now present in over 600 points of sale all over the world, without losing its core values of fair trade, organic and handcraft.

**“Technology can help transparency“ Mark Starmanns @netzfairemde #bfs12**

At the end of the first conference day, Mark Starmanns, (Netzwerk Fair Mode), Safia Minney (People Tree), Norbert Henzel (University of Ol-





Die Gründerin von People Tree, Safia Minney, berichtete von der über zehn jährigen Erfolgsgeschichte ihres Modelabels. Im privaten Umfeld in Japan gestartet, ist People Tree inzwischen im Sortiment von über 600 Händlern weltweit vertreten, ohne dabei je die Kernwerte der Marke Fair Trade, Organic und Hand Crafted aus den Augen zu verlieren.

**„Technology can help transparency“ Mark Starmans @netzfairemode #bfs12**

Zum Abschluss des ersten Konferenztages diskutierten Mark Starmans (Netzwerk Faire Mode), Safia Minney (People Tree), Norbert Henzel (Universität Oldenburg), Caroline Ducker (Etsy) mit Moderator Frans Prins (Beyond Berlin) auf dem Podium über Transparenz im Fashionbusiness, künftige Konsummuster und gingen der Frage nach: Wie wichtig ist der Einsatz moderner Techniken für zukunftsfähige Mode? Am Freitag wurden die Themen des ersten Konferenztages wieder aufgenommen, in verschiedenen Workshops vertiefend gearbeitet und die Ergebnisse anschließend dem Auditorium präsentiert. Parallel organisierte Beyond Berlin in Kooperation mit dem Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft einen Round Table. Ziel war es, Initiativen und NGOs an einen Tisch zu bringen, um eine gemeinsa-

denburg), Caroline Ducker (Etsy) and moderator Frans Prins (Beyond Berlin) where on stage to discuss transparency in the fashion industry, future consumer trends and the question: how important is the implementation of modern technologies for future minded fashion?



On Friday, the themes of the first conference day where deepened out and explored in several workshops, and the outputs where discussed with the audience. Parallel, Beyond Berlin organized a round table in collaboration with the International Association of the Natural Textile Industry (IVN). It had the goal to bring together NGOs and initiatives and formulate a common agenda that could be used by all participating organizations, politically as well as in communications.

**The results:** Working in a sustainable way with

me Agenda zu formulieren, die von allen beteiligten Organisationen in Zukunft sowohl medial als auch politisch genutzt werden wird.

**Die Resultate:**

Working in a sustainable way with natural and synthetic fibres: “Sustainable is smarter design and optimization” #bfs12

Transparency in the supply chain: “We need to regulate standards & certificates to create trust” #bfs12

Recycling, the new organic? “Too many clothes are thrown away ... so: Reduce! Reuse! Recycle! ... Buy Less & Choose Well!” #bfs12

Hacking for fashion: “Technology is here to aid transparency in the fashion industry” #bfs12

Cotton Futures: what will the cotton industry look like in 2025: “Don’t take cotton for granted.” #bfs12

Cotton in 2025 ... “A vision for the future of cotton: zero waste techno cotton from field to printer and back again” #bfs12

Round table on ethics in the fashion industry: to be continued ... (we will meet again) #bfs12



natural and synthetic fibres: “Sustainable is smarter design and optimization” #bfs12

Transparency in the supply chain: “We need to regulate standards & certificates to create trust” #bfs12

Recycling, the new organic? “Too many clothes are thrown away ... so: Reduce! Reuse! Recycle! ... Buy Less & Choose Well!” #bfs12

Hacking for fashion: “Technology is here to aid transparency in the fashion industry” #bfs12

Cotton Futures: what will the cotton industry look like in 2025: “Don’t take cotton for granted.” #bfs12

Cotton in 2025 ... “A vision for the future of cotton: zero waste techno cotton from field to printer and back again” #bfs12

Round table on ethics in the fashion industry: to be continued ... (we will meet again) #bfs12

[www.beyondberlin.com](http://www.beyondberlin.com)

# Giftige Garne

Der große Textilien-Test  
von Greenpeace



© Lance Lee/Greenpeace )

DOWNLOAD  
GERMAN PDF HERE

<http://www.ecoenvie.de/mags/GGGP-DT.pdf>



DOWNLOAD  
ENGLISH PDF HERE

<http://www.ecoenvie.de/mags/GGGP-EN.pdf>



# DER DUFT DER ZUKUNFT

ESMOD **BERLIN**  
International  
University of Art  
for Fashion

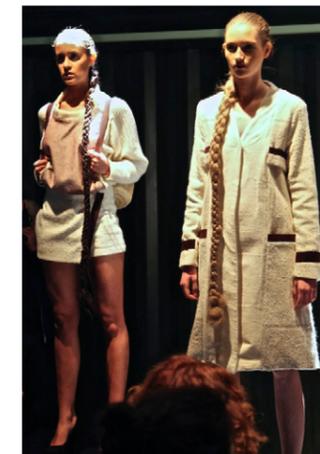
Text: Nina Bloom

**E**s war der 12. Oktober 2012 als die ESMOD - Internationale Kunsthochschule für Mode in Berlin - die Abschlussarbeiten der „Sustainability in Fashion“ (Nachhaltigkeit in der Mode) ihrer Master-Absolventinnen zeigte. Zwölf Designer präsentierten über 300 geladenen Gästen in Installationen, Modeshow und bei Livemusik Ihre Exponate. Die ESMOD Berlin hat mit „Sustainability in Fashion“ einen Studiengang ins Leben gerufen, und damit als erste Ausbildungsstätte Deutschlands ökologische, wie auch ethische, soziale und wirtschaftlich nachhaltige Themen in Ihre Ausbildung integriert.

Hier nun die ersten 12 Frauen, die die Ausbildung durchlaufen und erfolgreich abgeschlossen haben:

Anna Johannsen  
Beatrice Melo  
Bojana Drača  
Cara Sumpton  
Daniela Franceschini  
Elodie Tripet  
Esther Bättschmann  
Julia Püstow  
Kristen Nutall  
Marieke Weemaes  
Stefanie Stoltzka  
Vida Ipektchi

ECOenVIE hat sich fest vorgenommen, alle in den nächsten Ausgaben genauer vorzustellen und sie in den nächsten Jahren zu begleiten, um zu erfahren wie „Sustainability in Fashion“ angenommen wird.















# *A fragrant heart of all* Das Herz aller Düfte Ätherische Öle



**W**enn wir über Duft sprechen, dann auch über die Öle, die uns aus den Flakons heraus in die Nase ziehen! Durch verschiedene Techniken wie Wasserdampfdestillation, Kaltpressung mit Fetten oder durch Lösungsmittel wird aus Pflanzenteilen wie Blättern, Wurzeln oder Blüten das herausgelöst, was der lebenden Pflanze in vielfältiger Weise dient. Ob als Botenstoff, mit dem sich z.B. Bäume gegenseitig vor Schädlingsbefall warnen, als Giftstoff gegen eben diese Schädlinge, als Lockstoff für bestäubende Insekten oder einfach als bittere Abwehr gegen Fraßfeinde- die Essenzen haben alle einen Zweck, eine Wirkung und können auch deswegen selbst für den Menschen therapeutisch eingesetzt werden. seit der Steinzeit hat sich ein riesiges Wissen über die Verwendung von Pflanzen als Nahrung, Getränke oder Essenzen angesammelt. Hexen wurden wegen dieses Wissens verbrannt, heutzutage entdeckt die Medizin mehr und mehr, welche

**I**f we talk about scents then we have to talk about the oils vaporizing from the flasks, straight into our noses. Through various techniques like steam distillation or solvents all that what serves the living plant, can be gained from leaves, roots, blossoms and so on. The plants use it as messenger for warning one another from pests, as poison against exactly those, for luring useful insects to pollinate or as a bitter defence against herbivores. All these essences have a function, a purpose and they can also be used therapeutically for humans. From stone age on mankind collected a huge knowledge about the effects of plants as food, drink or essences. Witches were burnt for that magic in their pots and nowadays medicine discovers more and more about the power of essential oils. And everything that effective can also have side effects. Try drinking salvia tea for three consisting weeks and you might get stomach pains. Essential oils are pure chemistry. Terpenes, as in citrus, are used

Kraft wirklich in der Natur steckt. Nun weiß ich als ausgebildete Drogistin, dass alles, was wirkt, auch Nebenwirkungen hat. Und wenn man einmal 3 Wochen Salbeitee trinkt, dann kann das mit Magenschmerzen enden. Ätherische Öle sind eigentlich pure Chemie. Terpene, wie in Zitrusfrüchten enthalten, werden in der Industrie zum Beispiel als Hochleistungsreiniger eingesetzt. Kugelschreiberflecken entferne ich gern mit Kölnisch Wasser, auch Fettflecke oder lästige Ettiketten gehen damit ganz einfach weg. So ein Öl besteht aus vielen Verbindungen und ist keinesfalls harmlos, nur weil Natur! Deswegen darf man sie auch niemals unverdünnt verwenden. Sie sind hochkonzentriert und können reizen. Man mischt sie in andere Öle oder löst sie in Alkohol, je nach Verwendungszweck, erst dann kann man sie auf die Haut auftragen oder den Raum damit beduften. Aber selbst verdünnt können sie Allergien auslösen. Gerade Korbblütler wie Kamille oder Echinacea

as industrial cleansers. And I always remove ballpoint pen stains with Eau de Cologne, which also works brilliant on grease and dissolves stickers. Such oils consist from many compounds and are not harmless just because of being natural! And one should never use them pure. Concentrated as essential oils are, they might cause irritations. They always need to be mixed with nourishing oils or dissolved in alcohol, depending on how you want to use them. Then one can put them on the skin or scent a room. But even diluted they might cause allergic reactions. Especially chamomile or echinacea are known for their allergic potential, and menthol can cause apnoea for babies and toddlers. The effects are simply too powerful for the little ones' lungs. Essential oils also penetrate through skin, nose and mucosa into the blood circulation. This is equally used by the cosmetics industry as well as for aromatherapy treatments. And latest studies actually proved, what herb witches knew for ages: Laven-

# *A fragrant heart of all* **Das Herz aller Düfte** **Ätherische Öle**

sind da gefährlich, und Menthol kann bei Babys und Kleinkindern zu Atemstillstand führen, auch ohne Allergie. Die Wirkung ist einfach zu stark für die zarten Bronchien. Ätherische Öle können die Haut durchdringen und gelangen zudem auch über die Nase und Schleimhäute in den Blutkreislauf. Das nutzt die kosmetische Industrie genauso wie die medizinische Aromatherapie. Neueste Studien haben tatsächlich bewiesen, was Kräuterhexen seit Jahrhunderten wussten: Lavendel zum Beispiel ist doch wirklich schlaffördernd! Und schon länger steht fest, dass Pfefferminzöl gegen Spannungskopfschmerzen genauso wirkt wie Aspirin (sorry Bayer...).

Man könnte aber auch Parfums daraus mischen. Wenn nicht in den letzten Jahren nach und nach immer mehr natürliche Inhaltsstoffe durch die EU verboten worden wären, eben genau wegen der Gefahr durch Allergien. Ich denke, dass das ein hausgemachtes Problem ist. Wer bitte hat denn in den 70er Jahren auf sein Chanel No.5

der makes you sleep better and peppermint oil acts like aspirin on tension headaches.

But you could also make perfumes from it. If not plenty natural ingredients were punished by the EU over the past few years, because of the allergic potential. I think, that's a home made problem. Who did react to Chanel No.5 in the Seventies? But the indiscriminately and massive use of natural as well as artificial scents, which increased over the years, activated even the last allergic potential and except to do without all those superficial fragrances, they try to solve the problem with regulations. The essential oils don't deserve this bad reputation! Used with a meaning they can lift your spirit (lemony notes), work as antidepressants (jasmine and basil) or sweeten the day (vanilla). Some years ago I loved a scent made exactly from all these oils and so cured myself from a depressant phases without knowing. Just when I started to dig deeper into

reagiert? Aber der unkritische, massenhafte Einsatz von natürlichen und künstlichen Duftstoffen, der in den letzten Jahren immer mehr zugenommen hat, hat auch das letzte Allergiepotezial aktiviert und statt einfach auf einen großen Teil der überflüssigen Riechmittel zu verzichten, versucht man das Problem mit Gesetzen zu bekämpfen. Arme ätherische Öle, das haben sie nicht verdient! Sinnvoll und dosiert eingesetzt, hellen sie Stimmung auf (Zitrusnoten), wirken antidepressiv (Jasmin, Basilikum) und versüßen uns den Tag (Vanille). Vor Jahren hatte ich einen Lieblingsduft, der genau aus diesen Ölen zusammengesetzt war. Ich habe mich damit in einer depressiven Phase selbst therapiert, ohne mir dessen bewusst zu sein. Erst als ich mich tiefer in die Materie Parfum einzuarbeiten, ist mir das aufgefallen.

Düfte mit echten, biologischen ätherischen Ölen können uns also glücklich machen, ruhig und zufrieden, nur sollte man genau wissen, was man

the matter I understood.

So perfumes with real essential oils can make us happy, calm us down, soothe. Tanja Bochnig, founder of 'April Aromatics', discovered the power of scents through yoga and the chakras. Each one of the seven main chakras has its own colour and scents. To strengthen a chakra, one can work with the related fragrances. This is how chakra yoga balances body and soul.

Essential oils, resins and balms appeal the sensory, leaving out brain and mind. This subconscious knowledge makes us reach out for the most precious, beautiful and best perfumes. The fascination with essential oils is, that you almost hourly feel like you want a different scent. What you found appealing for getting up in the morning, you might find dull once you are at work. Right at the moment I might like ylang or bitter orange for inspiration, while later on I will bathe in lavender to soothe my mind and sleep well. If I wanted

# *A fragrant heart of all* Das Herz aller Düfte Ätherische Öle

da so tut. Die Gründerin von ‚April Aromatics‘, Tanja Bochnig, kam über Yoga und die Chakren zum Duft. Jedem der 7 Hauptchakren ist eine Farbe und bestimmte Düfte zugeordnet. Um ein Chakra zu stärken, kann man mit den ihm zugeordneten Aromen arbeiten. Im Chakrayoga sollen so Körper und Seele in Einklang gebracht werden. Tanjas Düfte sind dadurch inspiriert und das wunderbare ‚Rose l’Orange‘ spricht mit der Rose das Herzchakra an. Sehe ich da eine Verbindung? Die Rose, die Blume der Liebe, die unser Herz berührt?

Oder wie in diesem Fall, deren ätherischen Öl unser Herz öffnet. Das Kronenchakra, in dem Weisheit und Spiritualität sitzen, wird durch Weihrauch geöffnet. Da wussten die Katholiken, was sie tun. Und mal ganz ehrlich, in so einem evangelischen Gottesdienst fühle ich mich viel weniger heilig, so ganz ohne Räucherwerk.

Ätherische Öle, Harze, Balsame, sprechen direkt und ohne Umwege über den Verstand alle unsere Sinne an. Und dieses Wissen steckt in uns, wären wir sonst ständig auf der Suche nach der schönsten, besten, feinsten Duftmischung? Und das Faszinierende bei ätherischen Ölen ist, dass man manchmal fast stündlich einen anderen Duft möchte. Gefällt mir gerade jetzt wahrscheinlich Ylang Ylang und Bitterorange, weil ich zum

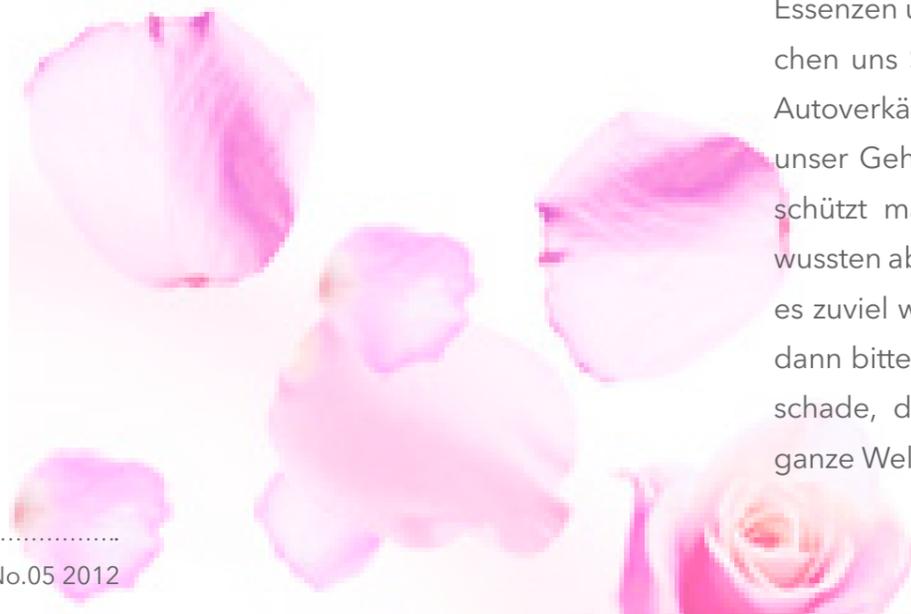
to interview someone, I could use peppermint to keep the communication fluent. When my skin is reddened, I can use a rose-serum to sooth. If it is a little greasy I can try ylang, again, to balance sebaceous. Essential oils can do all that because they transport their informations deeper into the skin then a simple chemical substance. Like an isolated vitamin never reaches the power of a natural one, which is supported by so many secondary substances with various effects, single chemical ingredients can't imitate it. Essential oils not only work on the surface of the skin, they also signalise the brain via inhalation to activate metabolic processes. Shiseido for example found substances which, smelled together, increased the metabolism to burn more fat on

Schreiben Inspiration brauche, bade ich heute Abend vielleicht in Lavendel, um mich nach der ganzen Kopfarbeit zu entspannen. Und wenn ich ein Interview machen möchte, hilft Pfefferminze, die Kommunikation im Fluss zu halten. Spielt meine Haut verrückt, ist sie gerötet, dann kann ich ein Rosenserum verwenden. Bei Mischhaut versuche ich es wieder mit Ylang, das gleicht die Talgdrüsen aus. Das alles können ätherische Öle, weil sie ihre Information tiefer transportieren als ein einfacher chemischer Wirkstoff. Genau wie ein isoliertes Vitamin nie die komplette Kraft einer natürlichen hat, weil die ganzen Sekundärstoffe fehlen, deren Zusammenspiel so komplex ist, dass man es nie in Einzelwirkstoffen packen kann, bringt das ätherische Öl nicht nur durch das Auftragen Erfolg. Auch durch das Einatmen bekommt das Gehirn Signale, die in den Stoffwechsel eingreifen. Shiseido hat z.B. Stoffe gefunden, die, reichts man sie zusammen, den Stoffwechsel an den Problemzonen ankurbeln um schneller Fett zu verbrennen. Und zusätzlich gelangen die Öle in den Blutkreislauf und können an jeder Stelle des Körpers ihre Wirkung entfalten.

Wenn man sich das verdeutlicht, versteht man auch, dass man gezielt und sparsam mit den Essenzen umgehen sollte. Nicht umsonst versuchen uns Supermärkte, Backshops oder sogar Autoverkäufer mit Düften zu beeinflussen und unser Gehirn auszutricksen. Wir sind da ungeschützt manipulierbar, weil all das im Unbewussten abläuft, nicht zu kontrollieren und wenn es zuviel wird, reagiert der Körper und möchte dann bitte gar keinen Duft mehr. Und das wäre schade, denn richtig eingesetzt entfalten sie ganze Welten.

certain areas of the body, like thighs. Plus, the essential oils reach our whole body through the blood circulation and can be effective.

Knowing all that, you may understand how to use those essences sensibly and targeted. Supermarkets, bakeries and even car salesmen are trying to manipulate us and trick our brains with scents. We are unprotected and suggestible because all that is in our subconsciousness and we act like helpless little babies when it comes to fragrances. At the end of the day our body probably doesn't want any scents any more. Wouldn't that be a shame considering all the opportunities offered by essential oils?



**Model:** Simon Riggers  
**Kleidung:** Smoking „Karl“  
& Hose „Quintus“  
**Designerin:** KASKA HASS  
**Fotograf:** Boris Bärmichl  
**Visagistin:** Greta Istvándi  
**PS Models:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)  
**Studio:** Lichtschmiede e.V.

# MEIN NAME IST BOND, BIO BOND...



**Fast täglich erreichen uns Anfragen von Männern, ob es Anzüge für Männer auch aus Bio-Stoffen gibt. Jetzt, so kurz vor dem Jahresende, ergeben sich für Männer viele Gelegenheiten, einen Anzug zu tragen - und ja, es gibt sie auch in Bio-Qualität!**

*Wir haben uns mit Simon, unserem Model von PS-Model Management, im Münchner Studio der ‚Lichtschmiede‘ getroffen und folgende Bio-Anzüge für Euch in Szene gesetzt:*

Der Smoking von KASKA HASS ist aus Bio-Baumwolle ‚Oxford‘ und heißt ‚Karl‘, die Hose Quintus, das passende Hemd namens Nero ist aus Bio-Piqué. Alle sind GOTS-zertifiziert; ([www.kaskahass.de](http://www.kaskahass.de)).

Von SHAKKEI aus Österreich kommt der „nachhaltige Anzug“; hier ein Prototyp. Außerdem: Anzug im „japanischen Avantgarde“ Stil mit Viskose und Bio-Baumwolle und Bio-Seide. Das Außenmaterial ist eine Baumwoll/Viskose- Mischung (Ökotex 100-zertifiziert). Die Bio-Hemden sind auch GOTS-zertifiziert. ([www.shakkei.de](http://www.shakkei.de))

HessNatur - der Bio-Anzug besteht aus 52% Schurwolle und 48% Bio-Leinen (kba; aus Deutschland); ([www.hessnatur.de](http://www.hessnatur.de)).

Die Business-/Freizeit-Mode kommt von HempAge: Hose 55% Hanf, 45% Bio-Bw. DH 517, dazu Hemd DH 019 Business-Hemd 100% Hanf in Weiß sowie das T-Shirt DH 244 INK 70% Bio-Bw., 30% Hanf. ([www.hempage.de](http://www.hempage.de))

*Wie kamen wir zu unserem Model Simon ?*

Von der ECO-Redaktion wurden sechs Männer ausgesucht, die uns von PS-Model vermittelt worden waren und in Facebook zur Wahl gestellt. Mit fast 90% der Stimmen habt Ihr dann Simon Riggers zum Model des Shootings mit Bio-Anzügen gemacht. Simon Riggers ist Schauspieler und regelmäßig in TV-Serien zu sehen; für ihn war eine Modeproduktion auch etwas Neues. Wie bei vielen unserer Shootings, ist auch Simon die hohe Qualität der Kleidung und das angenehme Gefühl auf der Haut aufgefallen. Den Anzug von SHAKKEI „Japanische Avantgarde“ wollte er gar nicht mehr ausziehen, genauso wie die HempAge und Kaska Hass-Hemden. Herzlichen Dank an PS-Model, die Lichtschmiede München e.V. sowie an die beiden tollen Visagisten am Set, Gréta Istvándi und Natalie Hettich, und Sebastian Fleischhauer.

Model: [www.ps-models.com/model-1569.html](http://www.ps-models.com/model-1569.html)



**Designer:** KASKA HASS  
[www.kaskahass.de](http://www.kaskahass.de)  
**Kleidung:** „Smoking Karl“  
& „Smokinghose Quintus“  
sowie „Hemd Nero“ aus  
Bio Baumwolle Piqué  
(alles GOTS zertifiziert)  
**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)  
**MakeUp:** Gréta Istvándi  
[www.face-line.info](http://www.face-line.info)  
**Model:** Simon Riggers  
**PS Models:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)  
**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)  
**Technik:** Sebastian Fleischhauer





**Designer:** SHAKKEI  
[www.shakkei.de](http://www.shakkei.de)

**Kleidung:** „Anzug Japanische Avantgarde“  
Viskose & BioBaumwolle mit BioSeide  
BioBaumwoll Hemd (GOTS zertifiziert)

**Schuhe:** Think

**MakeUp:** Couleur Caramel  
[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**MakeUp:** Gréta Istvándi  
[www.face-line.info](http://www.face-line.info)

**Model:** Simon Riggers

**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer





**Designer:** SHAKKEI

[www.shakkei.de](http://www.shakkei.de)

**Kleidung:** „Nachhaltiger Anzug“

Hier im Bild der Prototype

BioBaumwoll Hemd (GOTS zertifiziert)

**MakeUp:** Couleur Caramel

[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)

**Fotograf:** Boris Bärmichl

[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)

**MakeUp:** Gréta Istvándi

[www.face-line.info](http://www.face-line.info)

**Model:** Simon Riggers

**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)

**Studio:** Lichtschmiede München e.V.

[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)

**Technik:** Sebastian Fleischhauer



**Designer:** Hess Natur  
[www.hessnatur.de](http://www.hessnatur.de)  
**Kleidung:** „Herrenanzug Hess Natur“  
52% Schurwolle, 48% kbA Leinen  
(Leinen aus Deutschland)  
**MakeUp:** Couleur Caramel  
[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)  
**Schuhe:** Think - Schuh: Kong  
**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)  
**MakeUp:** Gréta Istvándi  
[www.face-line.info](http://www.face-line.info)  
**Model:** Simon Riggers  
**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)  
**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)  
**Technik:** Sebastian Fleischhauer



**Designer:** HempAge  
[www.hempage.com](http://www.hempage.com)  
**Kleidung:** „Business Shirt White,  
Hose field pants beach“  
55% hemp, 45% organic cotton  
**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)  
**MakeUp:** Gréta Istvándi  
[www.face-line.info](http://www.face-line.info)  
**Model:** Simon Riggers  
**PS Models:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)  
**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)  
**Technik:** Sebastian Fleischhauer



**Designer:** HempAge  
[www.hempage.de](http://www.hempage.de)  
**Kleidung:** „t-shirt Brisko,  
Hose field pants beach“  
55% hemp, 45% organic cotton  
**MakeUp:** Couleur Caramel  
[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)  
**Schuhe:** Think - Schuh: Kong  
**Fotograf:** Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)  
**MakeUp:** Gréta Istvándi  
[www.face-line.info](http://www.face-line.info)  
**Model:** Simon Riggers  
**Agentur:** [www.ps-models.com](http://www.ps-models.com)  
**Studio:** Lichtschmiede München e.V.  
[www.lichtschmiede-muenchen.de](http://www.lichtschmiede-muenchen.de)  
**Technik:** Sebastian Fleischhauer

# Öko-Haute Couture hat einen Namen

# KASKA HASS

**M**itten in Berlin, in einem Hinterhof, ganz oben im 5. Stock, treffen wir KASKA HASS in ihrem kreativen Zentrum. Wir kommen ins Gespräch über Stoffe und den Reiz, unterschiedliche Materialien zu kombinieren, und wir erleben die Leidenschaft dieser Frau für Mode. Auf verschiedenen Kleiderständen hängen Kostbarkeiten: von Brautkleidern (komplett aus Bio-Stoffen) bis hin zu ganz edlen Haute Couture Einzelstücken - eine wahre Schatzkammer!

Ein schönes Kleid aus schwarzer Bio-Seide spricht uns an. Wir unterhalten uns über Seide, schweifen ab bis zu modernen Stoffen aus Holz und in Kombination mit Metall. Wir erfahren, woran Kaska Hass gerade arbeitet: Chice Mode, die einerseits zum Fahrradfahren geeignet ist, indem sie dem Menschen so viel Bewegungsfreiheit lässt, wie er braucht und die andererseits auch im Büro noch gut aussieht.

Wer sich ein Bild von dieser kreativen Frau machen möchte, schaut einfach mal auf ihre Web-

seite [www.kaskahass.de](http://www.kaskahass.de). Dort findet sich der passende Satz „Mode ist verrückt. Deshalb sollte man sie nicht zu ernst nehmen.“ Kaska Hass lernte bei MINIX, entwarf Musterkollektionen für Jil Sander und entwickelte ihre erste Kollektion bereits 1991. Immer wieder zog es sie ans Theater, sowohl als Regisseurin wie auch in die Produktion der Kostüme. Heute mischt Hass in der Hochzeitsmode kräftig mit und bereichert diese mit ihrem hohen Potenzial an Kreativität. Zur Fashion Week in Berlin gibt es wieder etwas Neues, über einiges davon haben wir hier schon geplaudert, doch auf weitere Highlights dürfen wir gespannt sein und werden Ihnen im März davon berichten.

ECO-Mode à la „Haute Couture“ in hoher Qualität und guter Verarbeitung ist für uns Kaska Hass und das ist immer einen Blick und Besuch wert. Bis zum nächsten Mal!

[www.kaskahass.de](http://www.kaskahass.de)



Fotograf: Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)



Fotograf: Boris Bärmichl  
[www.baermichl.de](http://www.baermichl.de)



# INTERVIEW mit Lisa von

Leesha

## Warum habt Ihr mit diesem Projekt angefangen?

Mit Leesha Design möchten wir Bewusstsein für Umwelt und Soziales schaffen und eine ebenso moderne wie nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Produkten bieten. Der Auslöser war vor gut 7 Jahren eine Reise nach nach Asien und der Blick von einer Aussichtsplattform über eine vollkommen vermogte und stinkende Stadt.

## Gibt es beim Recycling auch die Möglichkeit Bio-Stoffe zu bekommen und auch zu verarbeiten?

Beim Stoffankauf stoßen wir selten auf Bio-Stoffe, viele der Materialien tragen überhaupt keine Kennzeichnungen, so dass wir oft anhand der Brennpote ( <http://tinyurl.com/dy3jf64> ) herausfinden müssen ob diese tatsächlich vegan sind. Der biologische Anbau zur Gewinnung



## Why did you start this project?

With Leesha design we want to raise awareness for environmental and social issues and also offer both modern and sustainable alternatives to conventional products. The trigger was a trip to Asia seven years ago and the view at a completely smoggy, smelly city from an observation deck.

## What does „social“ mean in this context?

Social projects here, for example, are rehabilitation projects in correctional facilities, sheltered workshops, the ‚workers welfare‘ projects or professional guidance. In many of these projects we were able to get a full picture. The background and the quality of work completely convinced us.

## Is there any opportunity to find recycled organic materials and process them?

When buying fabrics we rarely encounter organic substances, many of the material bears no markings at all, so we often need to find out whether they are actually vegan based on combustion test. (<http://tinyurl.com/dy3jf64>) Organic farming for the production of textiles, of course, is justified, however, the „leftovers“ should not be spurned. From them fashion



von Textilien hat natürlich seine Berechtigung, jedoch sollten die „Reste“ nicht verschmäht werden. Aus ihnen lässt sich Mode abseits der Masse gewinnen.

## Was bedeutet „Sozialprojekte“, kannst Du uns das noch etwas näher beschreiben?

Bei den Sozialprojekten handelt es sich beispielsweise um Resozialisierungsprojekte von Justizvollzugsanstalten, Behindertenwerkstätten, die Arbeiterwohlfahrt oder Projekte zur beruflichen Orientierung. Von vielen dieser Projekte konnten wir uns vor Ort ein Bild machen. Von dem Hintergrund und der Qualität der Arbeit sind wir vollkommen überzeugt.

## Wie viel Zeit steckt in einer Tasche an Arbeitszeit?

Wie viel Zeit in einer Tasche steckt variiert je nach Modell und der Person hinter der Nähmaschine zwischen 1,5 und 3 Stunden.



can be made away from the masses.

## How much work is in a single bag?

It varies depending on the model and the people behind the sewing machine - between 1.5 and three hours.

## Any bags that are especially popular?

Particularly the cosmetic bags - which woman does not need them? Another bestseller is the casual shoulder bags for work, the campus or some quick shopping.

<http://www.leesha-design.de/produkte/kosmetiktasche>

<http://www.leesha-design.de/produkte/umhangetaschen>



# INTERVIEW mit Lisa von

*Leesha*

## Gibt es Taschen die besonders gut ankommen oder wo mehr Nachfrage besteht?

Besonders gut kommen die Kosmetiktaschen an, welche Frau kann die nicht gebrauchen? Ein weiterer Bestseller sind die lässigen Umhängetaschen für die Arbeit, den Campus oder das schnelle Shopping zwischendurch.

<http://www.leesha-design.de/produkte/kosmetiktasche/>

<http://www.leesha-design.de/produkte/umhangetaschen/>

## Ihr verkauft über Avocadostore und DaWanda, was verkauft ihr so im Monat ?

Beim Avocadostore, DaWanda und seit kurzem auch Elefunds ist nur ein Teil des Sortiments gelistet. Über diese Kanäle gehen ca. 50 Bestellungen monatlich ein. Hinzu kommen Verkäufe auf Märkten oder Tauschparties. Aktuell sind wir also noch ein Geheimtipp.

## Wie sieht aus Eurer Sicht ein Ökologisches Weihnachtsfest aus ?

Zu Weihnachten bedarf es keiner radikalen Änderung, doch wenn man auf „unnütze“ Geschenke verzichtet, kommen wir dem ökologischen Weihnachtsfest schon ein ganzes Stück näher. Über individuelle und handgemachte Geschenke lässt sich die Wertschätzung gegenüber dem Beschenkten viel liebevoller ausdrü-

## You're selling on Avocado store and DaWanda - how many items per month?

Only a part of the range is listed on those shops and we have added Elefunds, lately. Through these channels we have about 50 orders a month. Added sales come from markets or swap parties. Currently we are more or less a secret, still.

## What does an ecological Christmas look like from your point of view?

Christmas does not need a radical change, but if one renounces „useless“ gifts we already come a lot closer to an ecological Christmas. Individ-



cken und wenn diese dann noch aus natürlichen oder recycelten Materialien gefertigt wurden, ist man zudem mit der Umwelt im Reinen.

## Was wünscht Ihr Euch für das kommende Jahr 2013 ?

Für 2013 wünschen wir uns noch mehr Taschen, neue Modelle und tolle Stoffe für Leesha Design. 2012 durften wir viele Kontakte knüpfen und tolle Menschen kennen lernen mit denen im kommenden Jahr ganz wunderbare Aktionen stattfinden. Man darf also gespannt sein.

## Gibt es etwas das Ihr unseren Lesern gerne noch sagen wollt - dann raus damit!

Letztendlich liegt es in euren Händen ob nachhaltige Mode Labels fortbestehen. Das ist eine große Verantwortung, aber eine ebenso große Chance.

dual and handmade gifts can express the loving appreciation for the recipient much more and if they are even made of natural or recycled materials that also is in harmony with the environment.

## What do you desire for the coming year 2013?

For 2013 we want even more bags, new models and wonderful fabrics for Leesha design. We were able to make many contacts and we met some great people in 2012 with whom we shall have wonderful activities. It's gonna be interesting.

## Is there anything you would like to tell our readers?

Well, in the end it is in your hands whether sustainable fashion labels will survive. That's a big responsibility but it's also a great opportunity.

[www.leesha-design.de](http://www.leesha-design.de)  
<https://www.facebook.com/leesha.design>



Text: Nina Bloom  
Übersetzung: Christopher Nordhoff



Die  
*Queen*  
gibt sich  
die Ehre



# Ein Hauch von Exklusivität liegt in der Berliner Luft...

**J**etzt gibt es einen weiteren Grund, Berlin zu besuchen: FAIR QUEEN hat seine erste Boutique am Monbijouplatz 4 eröffnet. Leider hatten wir keine Zeit, zur Eröffnung in Berlin zu sein, jedoch haben wir ‚Fair Queen‘ vor kurzem besucht und uns selbst einen Eindruck verschafft.

Der Laden befindet sich in einem schön renovierten Stadthaus, davor steht ein Baum. Im Schaufenster Bio-Mode und auf einem Monitor Ausschnitte aus Shows und Bilder von Kleidern. Die Boutique lädt zum Besuch ein, der erste

Blick fällt auf die große Auswahl: alchemist, art.23, Ansoho, Queen and Princess, Studios Ecocentric, Leibschneider, Eva Herzog, Jux, edelziege, Lana, isabell de hillerin, slowmo und viele mehr - ein Traum für jede Frau. So viele tolle Bio-Designer in einem Laden - davon kann man mancherorts nur träumen.

Im hinteren Raum der Boutique findet sich ein System zum Scannen von Produkt-Etiketten. Über die QR-Code ist es möglich, mehr über jedes einzelne Teil heraus zu finden. Der ganze Laden ist funktional und sehr geschmackvoll

eingrichtet. Es gibt Kleider sowie Schuhe und Taschen, aber auch viele nette kleine Dinge in einer sehr schönen Zusammenstellung. FAIR QUEEN setzt damit einen hohen Öko-Shop-Standard, den man gesehen haben sollte.

Wir wünschen FAIR QUEEN alles Gute und viel Erfolg - wir hoffen, dass bald eine so schöne Boutique auch in unserer Nähe ihre Pforten öffnet. *Text & Fotografie: Boris Bärmichl*

Die Redaktion vergibt \*\*\* (drei Ökosterne) für diese Boutique.

Kontakt Daten und weitere Infos:

Fair Queen

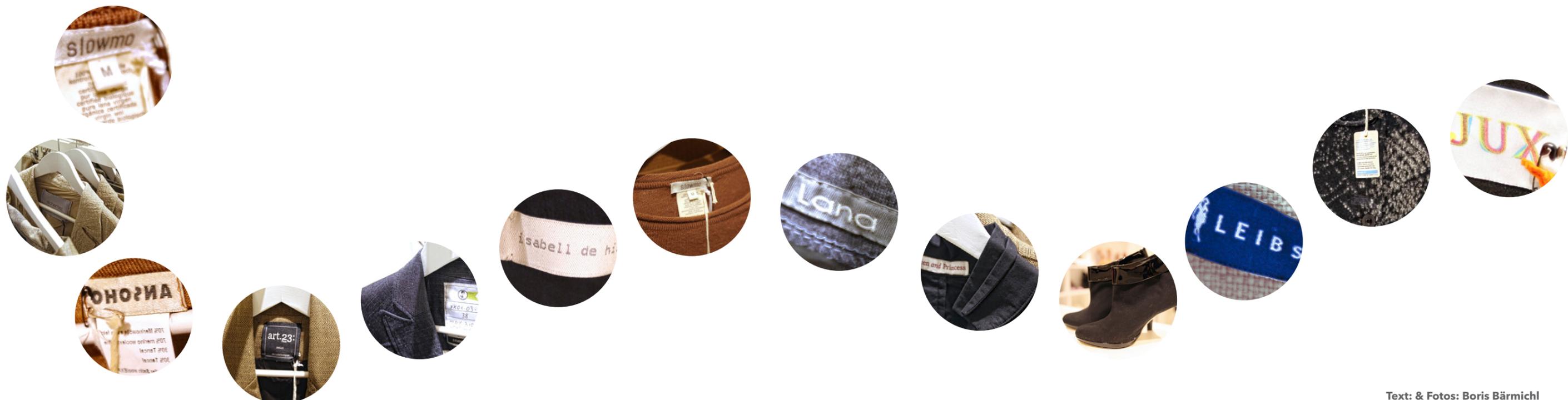
Berliner Boutique  
Monbijouplatz 4

D-10178 Berlin

Tel.: +49 (0)30 308 826 60

[www.fair-queen.de](http://www.fair-queen.de)

[info@fair-queen.de](mailto:info@fair-queen.de)



# Duftende Räume Fragrances

Is it not wonderful when coming home after work, when it smells like cookies and mulled wine now in wintertime or simply fresh and clean? And if we can leave behind work, the outside world, stress and hectic because a homely fragrance welcomes us, making it easier to slip from action to relaxation. Especially winter smells like so many warm, cozy feelings. Smelling cake reminds of lazy Sunday afternoons on the sofa, just smelling coffee gives us a start and freshly peeled tangerines call for 'Santa'.

Gerade Düfte, die mit Essen und Trinken zu tun haben, verbinden wir oft mit angenehmen Empfindungen. Kaffeeduft in die Küche zu zaubern geht ja noch sehr einfach, aber wer backt schon dauernd Plätzchen? Um uns mit diesen Düften zu umgeben, haben wir heutzutage viele Möglichkeiten: Von der Kerze über verdampfende, ätherische Öle bis hin zu Diffusern in allen Varianten und Duftlampen bietet der Markt alles an, was die Parfümeurs-Kunst hergibt.

Eine der ältesten Methoden ist der sogenannte Pomander. Ganze Früchte, meist Zitrusfrüchte wie Orangen, aber auch Äpfel, wurden mit Ge-

sn't it just wonderful when coming home smells like-HOME? When it smells like cookies and mulled wine now in wintertime or simply fresh and clean? And if we can leave behind work, the outside world, stress and hectic because a homely fragrance welcomes us, making it easier to slip from action to relaxation. Especially winter smells like so many warm, cozy feelings. Smelling cake reminds of lazy Sunday afternoons on the sofa, just smelling coffee gives us a start and freshly peeled tangerines call for 'Santa'.

Fragrances that remind us of food and beverages are related to so many nice memories. Enjoying coffee scent is easy but who has the time to make cookies every day? We have plenty of opportunities to surround us with these scents. From candles to vaporizing essential oils or diffusers of all kind and fragrance lamps you can buy everything perfumers made ever.

One of the oldest methods is the so-called 'pomander'. Whole fruits, mostly citrus fruits like oranges but also apples, were dried by using spices like orris root, cinnamon and nutmeg as preservatives and were peppered with cloves, then hung up in rooms and closets to spread

würzen, wie Iriswurzel als Konservierungsmittel, Zimt und Muskat und mit Nelken gespickt getrocknet, im Raum oder in Schränken aufgehängt und verbreiten gut präpariert lange ihren frischen Duft. Sogar um den Hals hat man Mischungen aus Gewürzen, Amber und Hölzern in Pomander-Kugeln getragen. Das sollte zu Zeiten der Pest den „bösen Odor“ fernhalten und die mittelalterlichen Straßengerüche überdecken. Sogar eine ganze Duftkollektion entsprang dem Pomander: Diptyque machte die klassischen Inhaltsstoffe zu einem Eau de Toilette, das zu einer wahren Erfolgsgeschichte wurde.

So ein Pomander ist zugleich eine der natürlichsten Möglichkeiten, überall für einen angenehmen Duft zu sorgen - ätherische Öle aus Bioanbau zu verdampfen eine andere. Wer zu Allergien neigt, muss damit allerdings vorsichtig sein. Man sollte auf jeden Fall darauf achten, in die kleinen Verdampfer-Schalen immer genug Wasser zu geben, damit die Öle nicht zu stark erhitzt werden und sie sparsam verwenden. Drei Tropfen reichen meist aus. Denn sonst können sie unter Umständen nicht nur Asthma fördern sondern sogar toxisch wirken. Mit Schwangeren, Babys und Kleinkindern im Haus

their long lasting scent. Pomander balls with mixtures of amber and woods also were worn on chains around the neck to protect from the odors of the pestilence and to conceal the bad smells in the streets. Even a whole fragrance collection was based on a pomander. 'Diptyque' made an Eau de toilette from the classic ingredients which led to a true success story.

A pomander is one of the most natural ways to have a nice scent all around. To evaporate essential oils from organic origins is another. If you are prone to allergies you should be careful. Make sure the bowl containing the oil is always properly filled with water so the oil does not get overheated and use them economically - a few drops, maybe 3, is enough. If overdosed they may cause asthma or even get toxic. You should completely skip burning essential oils when pregnant or if babies are in the house. Various essences like menthol or camphor can trigger bronchospasms in babies and toddlers. Using cold evaporation with ultrasound, tiny particles can find their way deep into the lungs and may be harmful. 'Lampe Berger' is offering 'Easy Scent', cold swirling of essential oil fragrances but not from organic sources. Essential oils are often used for influencing our mood. Lavender

# Duftende Räume Fragrances

sollte man ätherische Öle in keiner Form verbrennen. Verschiedene Essenzen, wie Kampfer und Menthol, lösen bei Babys Bronchialspasmen aus. Auch bei der Kaltverdampfung mit Ultraschall finden kleinste Partikel den Weg in die Lungen und können schädlich wirken. Die Firma Lampen Berger bietet mit 'Easy Scent' eine Möglichkeit der Kaltverwirbelung, bei der die ätherischen Öle nicht verändert werden. Allerdings sind die Duftmischungen nicht biologisch zertifiziert. Aber weil man mit ätherischen Ölen tatsächlich die Stimmung beeinflussen kann, werden sie gerne verwendet. So fördert Lavendel die Schlafbereitschaft und Zitrusnoten hellen das Gemüt auf. Am besten geeignet für die Verwendung dieser Essenzen ist Raum-spray. Und bitte den direkten Hautkontakt mit den Ölen vermeiden, denn sie reizen stark.

Dann gibt es da noch die Duftkerzen. Sie enthalten meistens künstliche Stoffe, weil die natürlichen Öle Hitze schlecht vertragen und sich ihre Eigenschaften damit negativ verändern. Manche Firmen lassen ihre Kerzen auf die Abgabe toxischer Stoffe in die Raumluft testen. Aber auch dann sollte man die Kerzen nicht stundenlang brennen lassen, damit die Konzentration in der Luft nicht doch zu hoch wird.

makes us sleep better and lemony lifts the spirit. Maybe they're best used as mists but do avoid skin contact because they might irritate.

Then there are scented candles. They mostly contain artificial fragrances, because some natural ones cannot be burned without changing their smell or even make them harmful. Some companies get their candles tested and certified that they don't evaporate toxins into the air. Even then you shouldn't keep them burning all the time. The concentration might become too high, though candles have proven to be better than the oils because of their lower concentration. In the past years we had a discussion about 'Feinstaub' (fine dust) in Germany, harmful particles from burning fuel in traffic and coal for heating as well as from burning candles. There are some candles which smoke and pollute the air but if handled properly you can prevent that. For best use shorten the wick every time before re-lighting them. Either use a scissor or just pull off what comes off. Sometimes with a scissor you take off too much and the candle won't burn anymore.

Incense sticks are fast and effective. If you buy organic ones you can be sure, they don't con-

Hierbei schnitten bei Tests die Kerzen deutlich besser ab als die Öle, weil niedriger dosiert. In den letzten Jahren wurde auch die Feinstaubbelastung immer wieder diskutiert. Es gibt Kerzen, die sehr stark rußen; mit der richtigen Pflege kann man das vermindern. Dazu den Docht vor jedem Anzünden kürzen: Ich ziehe einfach am oberen Ende und entferne, was sich freiwillig löst. Mit einer Schere nimmt man manchmal zu viel weg und die Kerze brennt nicht mehr sauber.

Räucherstäbchen sind schnell und effektiv, bei denen aus dem Bioladen kann man sicher sein, dass keine gefährlichen Klebstoffe enthalten sind. Auch hier gilt: bei Allergien vorsichtig sein und nicht zu viele abbrennen. Genau wie bei reinen Harzen, die man über Kohle verbrennt, hat das Räuchern auch eine luftreinigende Wirkung. Traditionell wird im Winter um den Jahreswechsel hier in Bayern in den sogenannten Rauh Nächten geräuchert, um das Haus von allem, was im vergangenen Jahr geschehen ist, zu reinigen, das Böse zu vertreiben. Auf das im neuen Jahr das Gute wieder einziehen kann. Indianer verwendeten Salbei-Blätter zum Ausräuchern auch gegen Krankheiten. Und die alten Schamanen wussten um die psychoaktive Wir-

tain toxic glue. Also, maybe avoid them if you have allergies. Like pure resins you burn over coal, incense sticks have a purifying effect on the air. Traditionally, in Bavaria we burn incense at the so-called 'Rauh Nächte' (meaning 'smoke-nights') between Christmas and New year's eve. Everything that happened during the past year, all the bad things are smoked away. So the positive energies can flow again and bring good luck. Shamans knew about the psychoactive effects of incense. With herbs and resins they dazed or opened up their spirit and mind, they traveled to new places simply in their minds. Catholic church uses it to bring people closer to the divine spirit. Does frankincense make you high...? Maybe a bit.

Diffusers are another cold method for scenting a room. You put wooden sticks into the bottle with fragrance so it evaporates in the air. Depending on the size of the room and the amount of sticks, more or less intense. There are a lot of organic fragrances available, the easiest way to safely conjure a fresh climate to your room. Scented stones, potpourris and woods fragrances with oils are uncomplicated and don't smell too strong. With bowls, vases and baskets or sachets and pillows you can become creati-

# Macht Weihrauch High?

kung von Rauchwerk. Mit Kräutern und Harzen betäubten sie, oder machten den Geist weit und offen für die andere Welt, für Meditation und Reisen ins Ich. Die katholische Kirche hat den Weihrauch, um die Sinne der Gläubigen näher zum Göttlichen zu bringen. Macht Weihrauch ‚high‘? Ein bisschen schon.

Diffuser sind eine weitere kalte Methode, die Raumluft zu beduften. Dabei steckt man Holzstäbchen in die Flasche mit der Duftlösung und über diese verdunstet das Parfum. Je nach Raumgröße und Anzahl der Stäbchen mehr oder weniger intensiv. Hier gibt es rein natürliche Düfte im Biobereich, vielleicht die beste Art, ein frisches und sicheres Raumklima zu zaubern.

Duftsteine, Potpourris und Hölzchen, die mit ätherischen Ölen beträufelt werden, sind ein-

ve and not only scent the room but also closets and drawers. A classic is lavender blossoms sewn into a little pillow or cedar woods fending off moths and smelling heavenly. When put into the pocket of a woolen coat or between cashmere sweaters they are effective and do smell nicely at the same time. And that's one of the basic thoughts of using a fragrance.

Creating a little scented oasis, to balance the mood with different oils. To refresh us or to conceal a bad smell, feeling comfortable in one's surrounding or in the darker wintertime, now, playing with fire and flames... All that does make fragrances so exciting. And having read our advice you can enjoy ,em without being surrounded by chemistry. As well as in food your own attentiveness and conscious handling of the essences plus plenty of organic brands make that possible.

fach zu handhaben und die Duftkonzentration im Raum ist niedrig. Hier gibt es unzählige Möglichkeiten, mit Schalen, Vasen, Körben oder Säckchen und Kissen selber kreativ zu werden und nicht nur den Raum sondern auch Schränke zu beduften. Klassiker hier ist das Lavendelkissen, das Motten genau so fern hält wie Zedernholz. In die Taschen von Wollmänteln gesteckt oder zum Kaschmirpullover gelegt, wirken sie gleichermaßen gegen Mief und Schädlingsbefall. Nur einer der Gründe, warum Menschen angefangen haben, sich mit feinen Düften zu umgeben.

Kleine Duftinseln zu schaffen, je nach Stimmung

gezielt mit immer anderen Ölen zu arbeiten, sich zu erfrischen oder einfach nur einen anderen Geruch zu überdecken, sich wohlfühlen in seiner ganz eigenen Umgebung und gerade in der dunklen Jahreszeit auch mit Feuer und Flamme zu spielen, das macht Raumdüfte so spannend. Und mit unseren Tipps ist das auch möglich, ohne dabei mit Chemie ein ungesundes Raumklima zu erzeugen. Genau wie bei Lebensmitteln machen es hier die eigene Achtsamkeit, der bewusste Umgang mit den Essenzen und die vielen Bio-Hersteller möglich, die Parfümierung eines Raumes richtig zu genießen.

# Max Bärmichl

Er spielt mit Themen, Materialien und Situationen – ganz zufällig. Zusammen mit seiner Frau lebt er das Projekt „Avventura cultura“ in Italien; er stimuliert, inszeniert, bringt Kunst auf den Punkt.

Auch für ECOenVIE.

[www.baermichl.com](http://www.baermichl.com)



## *Es war einmal...*

kein biotiger und über hun- ren auch noch. plötzlich  
dert jahre alt. der lebte mit am hellichten tag kommt  
seiner biotigerfamilie nir- der letzte schrei daher. al-  
gendwo im irgendwo. dort tzung, bilderschön bis wun-  
wo es besonders schön derbar wie damals schon.  
ist punkt gestern tee und darüber freut sich die gan-  
kuchen. mittags eishühnchen. ze biotigerfamilie feierlich.  
abends etwas zum fasten. sofort laden sie den letzten  
nachts manchmal ein wenig schrei zum schmausen ein,  
schlafen oder spielen, je nach zwei, drei modelust, tigerzeit,  
dem. zwischendurch tigern, tigerpur von eschnapur.  
pfoten lecken und schnur



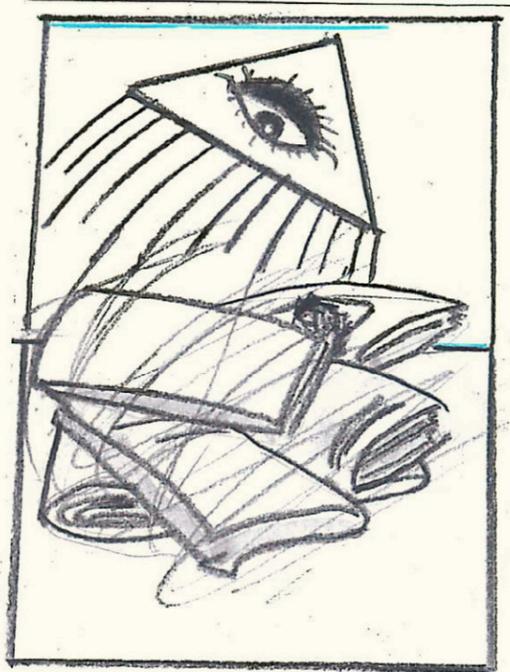


**H**eiliger Sonntagmorgen...die Nase, der Duft, der Tee... Mim, der Mann im Mond, hatte Fumetta im Badezimmer überrascht. „Er wollte nicht aus der Mode kommen“. klaro - typisches Klischee: Mondmann überrascht Blondine im Bad. Wau ! Nicht der Astronaut, nein! Der Echte, der Holzhacker, ganz Naturbursche, hatte sich



eigenwillig aus der Märchenhaft befreit, in die er damals wegen Sonntagsarbeit vom lieben Gott verbannt worden war. Jetzt endlich, nach über hundert Jahren Einsamkeit, stand er vor Fumetta, und zog den Stöpsel aus ihrer gläsernen Badewanne.

Flupp! als plötzlich am Horizont über Berlin seltsame Flugobjekte auftauchten. Fumetta reagierte sofort und schubste ihn hinter die Realität fest in die Wirklichkeit und ein wenig daneben. Dort landete er sanft im allerheiligsten der Anarchie.



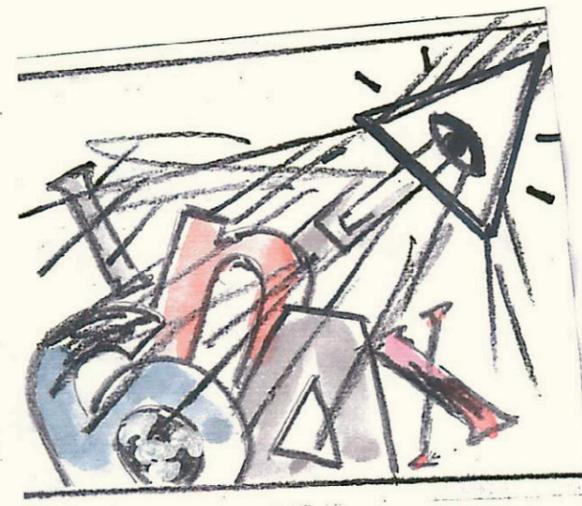
Die dreieckigen Flugobjekte mit ihren alles durchdringenden Augen suchten nicht nach dem „Mann im Mond“ wie Fumetta befürchtet hatte - alles kam total anders. Die Flieger aus östlicher Richtung interessierten sich nicht im geringsten für den ehemaligen Mondmann und auch nicht für Fumetta.

Mit Lichtgeschwindigkeit durchdrangen sie den Weltzustand, weitsichtig durchstößert ihr scharfer blick die Presselandschaft. Ihre Augen saugen alles auf, was auf Papier geschrieben und gedruckt war.

SssssssssssssT ! FffffffTTTT !  
FffffffTTTT ! WummmM !  
Nachrichtensperre?



Ein schöner, mondblonder Sonntagmorgen. kein Rauschen im Blätterwald. nichts rührt sich - Schweigen ! Die Boulevardpresse auf beiden Augen blind? schock! echt krass! Selbst in der überregionalen presse kein Wort, kein einziger Satz. was war geschehen und warum ? Fumetta holte den Mondmann aus der Realität zurück in die Wirklichkeit. Die Straße ruft aber Hallo. ein Zeitungsjunge stolpert über eine Dame, Handys nerven und Taxis hupen. In Schwärmen schweben die Dreiecksflieger über der Stadt.



Mim und Fumetta machen sich auf den weg zum Zeitungskiosk. doch der hat zu an Sonntag. Aber der neben der U-bahn, der hat auf. Gedränge! Die beiden schlängeln sich dazwischen. der Verkäufer grinst glücklich.

Noch nie habe er so viele Zeitungen verkauft, wie heute morgen. „Das hier sind schon die Sonderausgaben, eben erst geliefert“. „In äääecht? Aber da steht doch nichts drin.“

„Na eben. Keener will's glauben, alle wollen ihre Zeitung, also verkof ick se. Punkt. Ne „Schlagzeile Berlin“ und den „Bleisatz“! is' aus. Dann den „Glücksboten“!



Fumetta, beißt sich auf die Lippen. Da steht ja was: „nur für Unbefugte“. Absurd oder? Nichts weiter. kein Impressum, kein Hinweis, nichts als leere Seiten. fühl mal, da ist doch was, könnte blindenschrift sein. beide schauen sich fragend an. der mann vom mond blättert im „glücksboten“. die fünf chinesen, ruft er, oder ?

die dreiecksaugen, inzwischen kleiner geworden, blitzen wie suchscheinwerfer durch die öffentlichkeit. ihr scharfblick fokussiert sich besonders auf worte und sätze. alles was sie lesen, futsch! nur wohin? überall nur noch punkte, punkte, punkte

applaus! nein!  
und die poesie?  
keine anderen sorgen? poesie? nichts greifbares, kein gegenwert, gefühlsblähungen, ein pups, weiter nichts.  
au mann au mann, halt mal die luft an. meine schönen bücher. meine gedichte. . .  
mir blutet das herz, wenn ich daran denke.  
ich brauche poesie wie luft zum atmen..

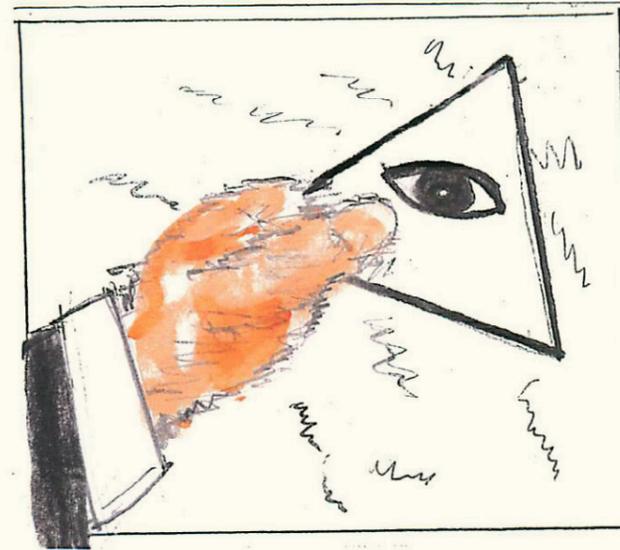


ein gedicht am morgen vertreibt alle sorgen, entgegnet fumetta.  
naja, grummelt er. punkte am morgen reimt sich auch auf sorgen.  
ich sage nur, was die meisten denken, wendet er ein.  
natürlich war die erde vom mond aus betrachtet, schön wie ein gedicht, aber aus der nähe?  
wachsen die Banken immer höher, ich weiß. .  
. mir sind Blumen auch viel lieber, entgegnet fumetta mit ihrer rauhen stimme, verständnisvoll lächelnd.  
trotzdem sind katastrophenberichte die beliebteste unterhaltung mit höchster

auflage und einschaltquote.  
aber entschuldige, du weißt es besser. ich habs nur aus großer entfernung verfolgen können.  
schweigen auf beiden seiten.  
dann seufzt fumetta,  
leider sind wir nur gezeichnete, was können wir schon tun ? ich wurde mal als blondes naturkind gedacht. als schneewittchens tochter aber sind meine haare so dunkel wie meine stimme, wie meine augen. leider austauschbar! und du, mann vom mond? ein frei erfundener auf dem weg in die zukunft in die grafic novel? wo soll ich sonst hin?

wieso bist du eigentlich bei mir gelandet ? ganz einfach, das stand in den sternern. in meinem horoskop: probiers mal mit couchsurfing, hab ich mir gedacht. ist doch zeitgemäß. du kannst stolz darauf sein. wer hat schon den mann vom mond zu gast.

einige zeit später.  
die ufoaugen näherten sich ihnen wie schmetterlinge. eines landete direkt auf fumettas ausgestrecktem zeigefinger.



ein anderes erwischte der mann vom mond (mvm).  
ah! good vibrations! ein ruck ging durch den mann, oh mann.  
er zitterte an leib und seele - uhhhhh-huuuuuuuu - war das geil.  
dieser augenkontakt, dieser durchblick.



endlose liebe durchströhmte ihn. sein herz ging auf. mit offenem mund brachte er kein einziges wort hervor, nur ah, oh, hmmm-mmm. . .

auge um auge ohne zahn. welch ein glück.

fumetta strahlt. augenfeuer lodert aus ihrem blick. . . und wenn sie in ihre zeitung schaut, füllen sich die leeren seiten mit poesie und die welt fängt an zu singen unter jedem blick. ein charmantes déjà-vu,

ein rendezvous von düften breitet sich über der stadt aus - ein nie enden wollender sonntag morgen in der schönen stadt berlin punkt



text und illustration  
max a. bärmichl  
baermichl.com



## IMPRESSUM - IMPRINT

### Herausgeber (Editor) & Chefredakteur

Boris Bärmichl - baermichl@ecoenvie.de

### Beauty Direktor und Kolumne

Angela Aicher - angela.aicher@ecoenvie.de

### Art Direktor

Michael Alverdes - michael.alverdes@ecoenvie.de

### Design & Stoff

Gabriele Perryman - gabriele.perryman@ecoenvie.de

### Gesundheit

Dr. Andrea Alverdes - dr.andrea@alverdes.de

### Redaktion & Übersetzung

Christopher Nordhoff

### Fotograf Berlin

Laurence von Kessel - laurence.vonkessel@ecoenvie.de

### Kontakt USA

Kontakt USA - Tina Streidl - tina.streidl@ecoenvie.de

### Redaktion

Nina Bloom - redaktion@ecoenvie.de

Anna Zapf - redaktion@ecoenvie.de

Valentina Finger - valentina.finger@ecoenvie.de

Sebastian Fleischhauer - sebastian.fleischhauer@ecoenvie.de

Wanja Alverdes - wanja.alverdes@ecoenvie.de

### Freie Mitarbeiter

Bob Snob, Gréta Intvándi, Janusch Alverdes, Jörg Sievers, Leon Alverdes, Max Bärmichl, Marieke Schöning, Natali Hettich.

### Besten Dank (Many thanks)

... die tollen Models und ihr Durchhalten, allen Modemachern die mit Bio-Stoffen sowie Re- Upcycling Mode produzieren, 3D-Zeitschrift und Wolfgang Süssenberger, PS Models - Model Management Munich GmbH Kati Zarnitz, Michael Alverdes für das Layout und die viele Geduld mit uns, Living Nature, Goldberg, LAKSHMI und Frau Katharina von Nagy, Couleur Caramel, die vielen PR-Agenturen die uns immer gut versorgen, Claudia Ehle für das tolle Buch, Tanja Bochnig, Gabriele Perryman neu im Team mit vielen guten Themen, Meo Fuscini für das tolle Parfüm, Anne Longo, AveevA für die schnelle Lieferung, BeeZeeEco Kind für die Bilder, Edelziege für das Interview, Sweet Communications für die Leihgabe von Alma & Lovis Outfits sowie die Schuhe, Firkant für das Interview, Ica Watermelon, Johanna Riplinger mit dem schnellsten Lieferservice aus Paris, Kaska Hass für den Einblick, Leesha, Oliver Wand für den tollen Beitrag, Picture, Skunkfun, Slowmo, Ting Ding, Hess Natur, Magdalena Schaffrin, Primavera, Tagmars, Hofius, dem Team von SHOWFLOOR BERLIN für die immer gute Unterstützung, Beyond Fashion Summit und Kern Kommunikations, Greenpeace für die DEXTRO und so vielen mehr...

Der ESMOD Berlin und ihren Designern, KASKA HASS, SHAKKEI, Hess Natur für die Leihgabe zum Männer Shooting mit Simon, Fair Queen für das Fotografieren im Laden, Max Bärmichl für die kreative Auseinandersetzung, Print-Pool für die schnelle Lieferung der Visitenkarten, dem gesamten Team von ECOenVIE, das ehrenamtlich hier so tolle Sachen macht und den vielen anderen Menschen, die uns bei dieser Ausgabe geholfen und unterstützt haben!!!

### Adresse/Address:

ECOenVIE | Nettstraße 4 | D-82296 Schöngesing - Germany

Tel. + 49 (0) 8141 357 32 17 | Fax +49 (0) 8141 537 32 13

Email redaktion@ecoenvie.de | Web www.ecoenvie.de | Ust. IdNr/VAT ID: DE 130 68 41 10

## ECOENVIE TEAM



**Boris Bärmichl**  
Chief Editor - Fotograf



**Michael Alverdes**  
Art Director



**Angela Aicher**  
Beauty Direktor



**Christopher Nordhoff**  
Redaktion & Journalist



**Nina Bloom**  
Journalistin



**Max Bärmichl**  
Künstler



**Dr. Andrea Alverdes**  
Redaktion Gesundheit



**Tina Streidl**  
Correspondent Miami



**Wanja Alverdes**  
Mode - Design



**Natali Hettich**  
Visagistin



**Valentina Finger**  
Journalistin



**Gréta Istvándi**  
Visagistin - Friseurmeisterin



**Laurence von Kessel**  
Fotograf



**Sebastian Fleischhauer**  
Mode - Design



**Leon Alverdes**  
Bildbearbeitung



**Gabriele Perryman**  
Redaktion Stoff & Design



**Bob Snob**  
Kolumnist

**Ich will „STINKEN“,**

weill ich das nicht darf...oder weil ich es gerade will. Trotzige esse ich Knoblauch, benutze kein Deo mehr und dusche nicht nach dem Sport. Ich entdecke meinen Geruch. Wissen Sie eigentlich, wie Sie wirklich riechen? Ich habe mich neu entdeckt, mich angenommen mit allen meinen Gerüchen. Meinen Finger unter die Achsel gehalten und gerochen. Was ist passiert, ich fühlte mich plötzlich mit mir verbunden, ich habe mich noch nie so wahrgenommen - ganz ohne Zusatzstoffe. Was soll ich sagen, ich kann mich riechen! Ich konnte fast nicht mehr aufhören mit den Fingern über meinen Körper zu streifen auf der Suche nach neuen Gerüchen und ich bin sehr beeindruckt, wie unterschiedlich ich rieche und wie sehr ich meinen Geruch mag. Sind Sie jetzt entsetzt, was ich hier schreibe...? Was entsetzt Sie daran?

Vielleicht die Angst, dass Sie sich nicht riechen können? Oder aus Ekel, weil Ihre Erziehung so etwas verbietet? Versuchen Sie es doch einmal - vielleicht ohne Knoblauch, denn der bewirkt eine große Beeinträchtigung, ohne ihn finde ich meinen Geruch noch viel schöner. Entdecken Sie sich, fangen Sie an zu riechen! Ich habe seitdem eine neue Skepsis gegenüber vielen Dingen, die uns als „guter Duft“, als „frisch“ verkauft werden. Wussten Sie, dass die Pille Frauen auf die falschen Männer fliegen lässt (1) oder den Männern oft die Lust vergeht, wenn Frauen die Pille nehmen(2)? Die Pille unterdrückt nämlich den Geruchssinn und damit die Leidenschaft. Was tun wir nicht alles, um nicht mehr zu riechen und warum tun wir es? Die Wissenschaft sagt, ein Mensch kann etwa 10.000 Gerüche unterscheiden. Der Satz „Ich kann Dich riechen“ sagt eben viel mehr aus. Doch was passiert, wenn ich hier getäuscht werde, weil ich den wahren Geruch nicht kenne...? Machen Sie die Nase auf, versuchen Sie einen Tag zu riechen, bewusst zu riechen und wie ein Kind Ihre Nase an alles zu halten und schreiben Sie mir. Ihr Bob Snob, der Ihnen ein duftendes Weihnachten und einen tollen Start ins neue Jahr 2013 wünscht. Und jetzt verduftet ;-)

**I want to „STINK“, just because I am not supposed to... or because I just want to. Defiantly, I eat garlic, I do not use a deodorant or shower after exercising. I discover my own smell. Do you know how you smell..?**

I have rediscovered all my own odors. I kept my finger under the armpit and smelled. What happened, I suddenly felt connected to myself, I've never been perceived - without any additives. What can I say, I can smell me! I almost could not stop to brushing the fingers over my body in search of new smells and I'm very impressed by how differently I can smell and how much I like my own smell.

Are you shocked from what I am writing ...?

Why are you shocked? Perhaps the fear that you cannot smell yourself? Or just out of disgust because your upbringing forbids such „things“? Try it again - perhaps without garlic because it makes a big difference, without it I think I smell even better. Discover yourself, begin to smell yourself! Since then I have a new skepticism about many things that are sold to us as a „good scent“ or „fresh“.

Did you know that the pill makes women follow the wrong men (see 1) or that men often lose their interest in women who take the pill (2)? The pill has proven to suppress the sense of smell and therefore also the passion. What we do not do not to smell and why we do it?

Scientists says a person can distinguish about 10,000 odors. The phrase „I can smell you“ just says a lot more. But what happens if I'm wrong here, because I do not know the true scent ...? Open your nose, try to smell consciously for a whole day long, smell like a child and keep your nose at and into everything and then write to me.

Sincerely yours, Bob Snob who's wishing you a ‚fragrant‘ Christmas and a great start into the new year 2013. And who now disappears into the air... ;-)

(1) <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/geruchsempfinden-pille-laesst-frauen-auf-falsche-maenner-fliegen-a-571641.html>

(2) <http://www.welt.de/gesundheit/article8731518/Nehmen-Frauen-die-Pille-vergeht-Maennern-die-Lust.html>