

ecoenvie

Nr. 10

SOMMER
SPEZIAL

BERLIN
FASHION
WEEK

JULI 2014





Fotograf: Alexander Wehowski - www.wehovision.de

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

FASHION WEEK SPEZIAL VON ECOenVIE zeigt eine Zusammenfassung der FASHION WEEK BERLIN 2014 unter dem speziellen Aspekt der ECO-FASHION. Wir waren fünf Tage lang unterwegs, um die HighLights der Bio-Mode einzufangen und um sie Ihnen auf den folgenden Seiten zu präsentieren.

Außerdem: Cradle to cradle - immer mehr ECO-Designer greifen das Thema auf. Wir haben zwei Frauen getroffen, die in ihrem Labor den Algen und ihren Möglichkeiten auf den Grund gehen. Ein Lichtblick, vielleicht wird der Hanfanbau in Deutschland bald wieder neue Blüten treiben, da die US-amerikanische Pharmaindustrie im Hanf-Öl aus Europa neue Möglichkeiten der Krebsbehandlung entdeckt hat. Das wiederum freut die Hanf Stoff Produzenten. Unser Herz schlägt für Naturfasern und hier können wir noch viel mehr erreichen. Viele neue Kollektionen haben uns begeistert und wir freuen uns schon heute auf den Öko-Sommer 2015.

Traurig stimmt, dass Showfloor Berlin und Lavera Showfloor immer mehr auf "Nachhaltigkeitsmode" setzen, der Re- und Upcycling Mode mehr Platz bieten und das

ganze unter Eco-Fashion verkaufen. Bio-Mode nach unserem Verständnis ist Mode aus Naturfasern. Re- und Upcycling sind gute Bewegungen, doch bleibt Kleidung aus belasteten und sogar giftigen Stoffen das was es ist: ungesunde Mode.

Was sind wir froh über die Salonschau des Green Showrooms, die auch in diesem Jahr einen schönen Querschnitt und ein paar echte Überraschungen präsentieren konnte. Jetzt sind sie da - gute tragbare Business Outfits aus gesunden Stoffen mit natürlichen Farben.

Die FASHION WEEK BERLIN tat sich schwer aus dem Schatten der Fußball-Weltmeisterschaft zu treten, dazu auch noch zeitgleich die Mode Woche in Paris. Hier wurde bei der Terminwahl einiges verschlafen. Schade für die Designer, deren Shows nicht immer gut besucht waren.

Jetzt heißt es Augen auf und die Highlights von fünf Tagen ECO FASHION WEEK BERLIN genießen.

Euer Team von ECOenVIE

BORIS BÄRMICHL

NEU * NEU * NEU * NEU * NEU * NEU * NEU

ECOenVIE demnächst auch als **App**



In iTunes ansehen

Ab **September 2014** kommt die neue **ECOenVIE APP** für Apple und Android Systeme. Zeitgleich werden dann alle Magazine im iTunes ZEITUNGSKIOSK abrufbar sein!

Available on the **App Store**

Titelbild: **ECOenVIE Nr. 10**
 Model: **Ashanti von Catwalk Ventures UG**
 Cover Mode: **nix - berlin**
 MakeUp/Haare: **iCONO**
 Fotograf: **Boris Bärmichl**
 Studio: **Showfloor Berlin**

Herzlichen Dank an Catwalk Ventures für die Unterstützung!

ECOenVIE können Sie mit der KEOSK-App auf dem iPad lesen.

Alle Ausgaben von ECOenVIE finden Sie im Internet:

www.keosk.de/de/9e8163f7c5/archive

oder auf

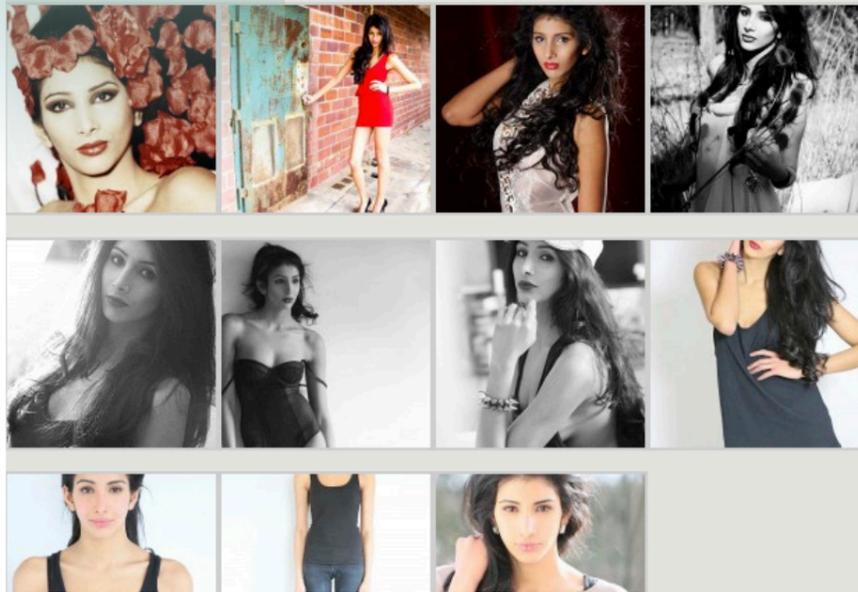
www.ECOenVIE.de

News, Infos und Veranstaltungen finden Sie auf:

www.facebook.com/ecoenvie.de

CATWALK
VENTURES

ASHANTI



Measurements

hair:	dark brown
eyes:	dark brown
height:	1,78 m
weight:	54 kg
bust:	85 cm
waist:	61 cm
hips:	88 cm
size:	34
jeans-size:	25 34
cup:	-
shoe:	40

Book Ashanti

Das Cover Model ASHANTI

ASHANTI's Blick hat etwas Melancolisches, diese Spannung zwischen Schönheit und Trauer, Nähe und Unnahbarkeit schlägt für uns eine wichtige Brücke zwischen Mode in Berlin und zeitgleich dem Leid in vielen Ländern. Ökologie, wie wir es sehen, wäre auch ein Stück mehr Frieden. Wir haben Ashanti auf dem Showfloor Berlin gesehen und getroffen. Ashanti kommt aus Indien, dem Land des Widerspruchs aber auch der BioBaumwolle und den vielen schönen Stoffen aus denen Mode entsteht.

Wir wollten von Ashanti noch Folgendes wissen:

Seit wann arbeitest Du als Model ?

Ich model seit etwa einem Jahr, noch nicht wirklich lange, doch bin schon bei der Berliner Fashion Week mitgelaufen, auf dem Showfloor und im Mercedes Benz Zelt.

Wie war die Fashion Week für Dich ?

Die Fashion Week war sehr interessant. Ich freu mich immer wieder für die tollen Designer zu laufen und neue Leute kennen zu lernen. Nur zu schade, dass die Fashion Week so kurz ist.

Spürst Du einen Unterschied bei Bio-Mode ?

Es fühlt sich weicher an und einfach schön der Gedanke, dass die Kleidung unter fairen Bedingungen sowie umweltschonend hergestellt werden, ist eine tolle weiter entwicklung.



MODEL MANAGEMENT BERLIN

Models ++

++ Be a Model ++

++ Book a Model ++

++ Story ++

++ Videos ++



Search



Model Agentur mit sozialer Verantwortung, keine Size-Zero-Models.

Wir haben ein kurzes Interview mit **Dr. Karl-Reiner von der Ahé** geführt, er ist u.a. der Geschäftsführer der Catwalk Ventures UG, eine noch junge Model Agentur mit der Selbstverpflichtung zur sozialen Verantwortung. Außerdem veranstaltet er den Showfloor Berlin und hat vielen ECO-FASHION Designern damit eine Plattform geboten, ihre neuen Kollektionen einem breiten Publikum zu präsentieren.

Was war der Auslöser für Ihre Agentur ?

Die Model-Agentur entstand als Ergänzung zur Veranstaltungsagentur. Da wir ausschließlich mit Labels zusammenarbeiten, die nachhaltig ausgerichtet sind, war es selbstverständlich, dass auch die Models für Schauen und Shootings zu diesen Labels passen müssen. Das heißt u.a., dass wir keine Models mit Konfektionsgröße unter 34 in die Agentur aufnehmen.

Was sind die Richtlinien für ein ECO-Model ?

Das ist schwer zu sagen. Auf jeden Fall sollte die Konfektionsgröße von 34 nicht unterschrit-

ten werden. Wir lehnen auch Schönheitsoperationen ab, möchten keine sichtbaren Tattoos und sicherlich auch keine Arbeit für Firmen, die eindeutig gegen Standards verstoßen.

Sie kommen mit dem Showfloor nach München, wie viele Models nehmen Sie nach München mit ?

Wir werden etwa die Hälfte der Models für eine kommende Schau in München mitnehmen, die andere Hälfte wird in München und Umgebung gecastet.

www.catwalkventures.com

INDEX

INHALTSVERZEICHNIS

Editorial	2	green showroom - Inti Ferreira	52
news	3	green showroom - Gotsutsumu	53
Das Cover Model	4	green showroom - Lifegist	56
Catwalk Ventures	5	green showroom - Esmod	57
Inhaltsverzeichnis	6	green showroom - Sey	58
berlin fashion week	8	green showroom - ben weiden	62
fashion week berlin - LNFA	10	green showroom - somyso	64
ethical fashion show	12	green showroom - Lillika Eden	65
ethical fashion show - cadocap	14	green showroom - persönlichkeiten ..	66
ethical fashion show - oat shoes	16	green showroom - elsien gringhuis ..	68
ethical fashion show - re warp	18	Innatex - green lounge	72
ethical fashion show / interview	19	TERMINE MESSEN EVENTS 2014	74
ethical fashion show / ultrashoes	22	fashion week - mercedes benz	72
ethical fashion show aussteller	24	mercedes benz - aleks kurkowski	78
premium - armedangels	28	show floor berlin - p.age	84
premium - wunderwerk	30	lavera showfloor - dany reinke	92
premium - raffauf	32	lavera showfloor - ramona huppert ..	102
green showroom - blond & bieber ..	34	showfloor berlin - benu berlin	110
green showroom - alma&lovis	42	ECO EN VIE - SHOP FINDER	119
green showroom - deepmello	43	mercedes benz - umasan	120
green showroom - Royal blush & johanna riplinger	44	show floor berlin - nix	132
green showroom - Maria Seifert	45	mercedes benz - anne gorke	144
green showroom - Silke Handley	46	lavera showfloor - prophetik	158
green showroom - Lionel Morin	47	lavera showfloor - dennis macht	162
green showroom - Studio Elsie		TOP TEN BIO FASHION DESIGNER ..	175
Gringhuis	48	ECOenVIE TEAM	176
green showroom - Skrabak	49	IMPRESSUM - IMPRINT	177
green showroom - edelziege	50	VORANKÜNDIGUNG	178
		DIE LETZTE SEITE	180

64



68



45



144



158



BERLIN FASHION WEEK

JULI 2014

FÜNF TAGE BERLIN,
MONTAG BIS FREITAG...



MONTAG 7. JULI 2014

LNFA

LIVE NETWORKING FOR
FASHION & ART IN BERLIN

www.lnfa.de



DAS LNFA HATTE GELADEN

Live Networking for Fashion and Art so nennt sich der Konzeptstor im Bikini Komplex Berlin. Unter den vielen neuen Designern dort sind auch einige Eco-Fashion Labels zu finden wie Esther Perbandt, Aleks Kurkowski und sogar ein Sofa mit Bio-Leder von Deepmello.



Fotograf: Boris Bärmichl

DIENSTAG 8. JULI 2014
**ETHICAL
FASHION
SHOW**

91 ECO-BRAND DESIGNER
AUS 16 LÄNDERN

www.ethicalfashionshowberlin.com



Fotograf: Laurence von Kessel

DIENSTAG 8. JULI

ETHICAL
FASHION
SHOW

CADÓ

INSPIERT VON HISTORISCHEN
KOSTÜMEN, KLEIDERN
UND DER KUNST.

www.cadocap.net

Fotograf: Boris Bärmichl / Laurence von Kessel



DIENSTAG 8. JULI

ETHICAL FASHION SHOW



VISION

"The future of fashion lies in a reconciliation between nature and industry.

OAT Shoes strives to lead the way to that future."

www.oatshoes.com



congratulations!
 You've just bought a brilliant pair of sneakers that can bring forth new life.. Time to celebrate your flower-spawning abilities! Now we don't want you to go bury your new kicks right away, so here's a pod of Hot Yellow Sunflower Seeds. Plant the pod in your garden, balcony, park or sidewalk just below a thin layer of earth. Add water every day and slowly watch new life bloom!



how to bury OAT shoes



www.oatshoes.com
 www.facebook.com/oatshoes

• So what on earth does biodegradable mean?
 OAT Shoes are made of natural materials and certified plastics (EN 13432) that degrade into compost for 90+% within 6 months in an ideal environment. In your garden or regular compost this period will vary, depending on humidity, temperature and microbe-count (the critters that actually digest the plastic). Try it out for yourself! and be sure to plant the seedsheet from the tongue of the shoes when you do!



DIENSTAG 8. JULI
ETHICAL
FASHION
SHOW

re wrap

reWrap entwickelt und produziert Hüllen und Taschen nach dem Cradle-to-Cradle Prinzip. Auf der Webseite wird die Idee sehr gut präsentiert.

www.rewrap.eu



- The way we make our stuff causes a lot of waste and pollution.
- Fortunately there is the Cradle to Cradle® principle to produce 100% sustainable.
- 100% eco sheep
- 100% toxic free wool felt
- 100% toxic free dye
- 100% toxic free thread
- 0% extra material logo
- 99% sustainable packaging
- 100% social production
- 100% local production
- 100% climate neutral
- 100% biodegradable, 0% waste

So reWrap is 100% sustainable
www.rewrap.eu



Messe Frankfurt - Interview zur ethical fashion show / green showroom

DIE MESSE FRANKFURT PRÄSENTIERT DEN 10. GREEN SHOWROOM UND DIE 6. ETHICAL FASHION SHOW

Deutsche Messen sind Markt- und Leitmessen. Sie spiegeln den Zeitgeist und die Bedürfnisse der Gesellschaft wieder. Green Showroom und Ethical Fashion Show wachsen. Was sie zeigen ist mehr als ein Trend. Sie sind Streuwiesen, auf denen die Vielfalt ökologischer Mode zu sehen ist. Sie dienen als Plattformen für ethisches Saatgut junger Brands. Design, Umwelt und Networking stehen im Vordergrund und halten die gleichmachende Gentechnik der Verkaufsmaschinerie in Schach.

Gabriele Perryman von ECOenVIE sprach mit Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Technologies der Messe Frankfurt und Thimo Schwenzfeier, Leiter Marketingkommunikation

Herr Schmidt, warum engagiert sich die Frankfurter Messe als kommerzieller Veranstalter im Nischenbereich Nachhaltigkeit?

Wir haben vor einigen Jahren das Nachhaltigkeitssegment als Segment mit Wachstum identifiziert und wollten gezielt da hinein. Gegründet wurde der green show room 2009 von Magdalena Schaffrin und Jana Keller. Sie kamen aus der Szene. Die Messe hat dann 2011 den Green Showroom übernommen. Wir brauchten dann noch ein Konzept für Streetwear und gründeten

die ethical fashion show. Vielleicht als Link zwischendurch: die Messe Frankfurt ist mit 40 Veranstaltungen der größte Organisator von Textilmessen weltweit. Green showroom und ethical sind ausgebucht - ja die ethical hat sich im Vergleich zur letzten Saison vergrößert von 116 auf 124 Aussteller aus 16 Ländern.

DIENSTAG 8. JULI

ETHICAL
FASHION
SHOW

Planen Sie weitere Standorte für die beiden Nachhaltigkeitsmessen?

Ja, wir überlegen, wo könnten wir nochmal international tätig werden. Das grüne Segment ist jedoch international sehr differenziert zu sehen: Aus welchen Ländern kommen die Aussteller und wo ist der Handel schon so weit. Skandinavien und die Benelux-Länder sind offen für nachhaltige Produkte. Wir haben auch Messen in Japan und China. Wir beobachten da ganz genau, da China im Stoffbereich schon viele nachhaltige Produkte anbietet. Japan könnte auch ein Markt sein.

Die Messe Frankfurt nimmt im Moment die Erfahrungen und das Netzwerk von hier in die Welt mit. Wir können zwar nicht missionieren, aber wir können Möglichkeiten aufzeigen.

Was ist Ihr persönliches Statement zur Nachhaltigkeit?

Mittelfristig können es sich Unternehmen und Fast-Fashion-Betriebe nicht leisten zu ignorieren, wo und wie produziert wird. Die Begründung „Preisgefüge“ ist Quatsch. Sie können ein nachhaltiges T-Shirt für 6.- Euro bekommen. Shirts von bekannten Brands liegen dagegen deutlich höher. Wenn Nachhaltigkeit zu Normalität wird, wie am Beispiel Nahrungsmittelindustrie, das wäre gut.

Was bedeutet der Name „ethical fashion show“?

Die ethical fashion show kam aus Paris. Da stand der ethische Aspekt im Vordergrund, daher der Name. Vor allem Non-Profit Organisationen und Hilfsprojekte stellten da aus. Da blieb die Mode etwas auf der Strecke. Jetzt hier in Berlin ist das anders. Wir haben lange diskutiert, ob der Name noch richtig ist, und uns dafür entschieden.

Fotograf: Laurence von Kessel

Wie unterscheiden sich die beiden Messen inhaltlich?

Der Aspekt Mode ist unterschiedlich. Im green showroom zeigen wir High-end-Fashion und Business-Kleidung, auf der ethical zeigen wir Streetwear.

Der Aspekt der Kriterien für die Nachhaltigkeit ist der gleiche für beide Messen. 70% der Kollektion muss nach unseren Kriterien zur ökologischer Herstellung, faire Produktion, Transparenz und andere ethische Grundsätze hergestellt werden. Sie finden die Kriterien auf unserer Internetseite.

Bekommen Sie Feedback vom Publikum, ob die Messen verständlich und ökologisch transparent gestaltet sind?

Das Feedback, das wir bekommen ist positiv: Wenn ich mir die Entwicklung der beiden Messen ansehe, ist es so, dass auch der konventionelle Handel inzwischen hierher kommt. Als wir gestartet sind, wusste der Handel nicht, was ihn hier erwartet. Da findet eine Veränderung statt.

Bei vielen konventionellen Retailern kommt da der AHA-Effekt - hier sehe ich die Firmen, die ihr ethisches Verständnis manifestiert haben - dazu kommt, dass grüne Mode inzwischen Mode ist.

Was ist Ihr Fazit für den Erfolg?

Das wichtigste ist, wenn wir so ein Konzept fahren, dass wir authentisch sind. Das heißt, wir bleiben unserem Konzept treu. Das nimmt die Branche wahr, sowohl die Aussteller als auch die Besucher. Sie gehen davon aus, dass wenn sie hierher kommen, dass sie die richtigen Aussteller finden. Einige Aussteller-Brands sind von den anderen Messen wieder zu uns zurückgekommen. Das ist für uns auch ein Zeichen, dass sie sich hier gut aufgehoben fühlen.

www.green-showroom.net

www.ethicalfashionshowberlin.com

Text und Gespräch: Gabriele Perryman



DIENSTAG 8. JULI

ETHICAL
FASHION
SHOW

ULTRASHOES

Aus Portugal / Vegane Bioschuhe / Kompostierbar



Fotograf: Laurence von Kessel

Schritt für Schritt auf einem neuen Weg

ULTRASHOES aus Portugal zeigt Schuhe wie Männer sie wollen: bequem, klassisch, gut verarbeitet und ökologisch. Wenn der Schuh am Ende seiner Tage angekommen ist, kann er neue Blüten treiben - er ist innerhalb eines Monats kompostierbar.

Pedro Lima, erfahrener Schuhproduzent und Leiter eines schuhherstellenden Familienbetriebes, ist seit einem Jahr mit dieser ökologischen Herrenschuhkollektion auf dem Weg, den Markt zu revolutionieren. Was in den zertifizierten Schuhen steckt ist mehr, als nur gutes Design: die Sohle ist aus Naturkautschuk und, um das Färben zu vermeiden, mit bunten Samen vermischt. Leinen- und Baumwollzwirne für die Nähte verwendet Pedro Lima statt Kleber. Das Leder der Schuhe ist vegetabil gefärbt und verrottet, wie er sagt innerhalb eines Monats.

Wir haben gleich mal ein Paar Schuhe bestellt, testen diese, düngen und halten Sie auf dem Laufenden....

www.ultrashoes.pt



Pedro Lima,
erfahrener
Schuhproduzent



ETHICAL FASHION SHOW BERLIN AUSSTELLER

959

AHIMSA
 AIRBOX
 AJOOFA
 ALMA & LOVIS
 ALUC
 ANTONIO VERDE
 ARMONY BY LASALINA & PAR2
 ASQUITH
 BEN WEIDE
 BRAINTREE
 CADÓ
 CANVAS
 CONTROL UNION
 CUS
 CYCLUS
 DESIGNS BY SONIA
 ELEMENTUM BY DANIELA PAIS
 ETHOS PARIS
 FAIR WEAR FOUNDATION
 FEINE HÜTE
 FORMAT

FRAJORDEN

FRESHTEX
 GLOBE HOPE
 GOODSOCIETY
 GOTS
 GÖTTIN DES GLÜCKS
 GRAND STEP SHOES
 GREENBOMB
 GREENLIFE
 HAROLD'S
 HEMPAGE
 HIRSCH-NATUR
 INDRICKA
 INHEELS
 INTERLOOM
 ISENDRA BAGS AND PLUS s.L.
 IVN
 JOHN W SHOES / JONNY'S ECOLOGIC
 KANCHA
 KNOPF BUDKE
 KOMODO
 L'HERBE ROUGE

L-L-B

LANIUS
 LAVGON
 LEBENSKLEIDUNG
 LISA D ECO
 LOTTA
 MADNESS
 MES GRIGRIS
 MINGA BERLIN
 MISS GREEN
 MONIKA SCHNEITER
 MUD JEANS
 MYOMY
 NATURAL COTTON COLOR
 NICOLETTA FASANI
 NIX
 NODOVA
 NURMI
 O MY BAG
 OAT
 PÄÄLÄ
 PAPP-UP

PEARLS OF LAJA

PEOPLE TREE
 PURE
 PURE GREEN APPAREL
 RAMBLERS WAY FARM
 RECOLUTION
 REWRAP
 ROOM TO ROAM
 SAG + SAL
 SAINT BASICS
 SANCRO
 SAPU
 SARTORIA ISMARA
 SEY ORGANIC JEANS
 SLOWERS
 STUDIO JUX
 THE HEMP LINE
 TU & TU
 TWO-O
 ULTRASHOES
 UMIWI
 VARGU



Fotograf: Laurence von Kessel

<< Wanna Geelee with me? >>

geelee
switcher organic

Transparent. Rückverfolgbar. Nachhaltig.
www.geelee.ch/de

MITTWOCH 9. JULI 2014

Auf der PREMIUM

INTERNATIONAL FASHION
TRADE SHOW

www.premiumexhibitions.com



Fotograf: Laurence von Kessel

www.armedangels.de

MITTWOCH 9. JULI

Auf der
PREMIUM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.wunderwerk.de.com

MITTWOCH 9. JULI

Auf der
PREMIUM



Fotograf: Laurence von Kessel



www.raffauf.de

MITTWOCH 9. JULI 2014

green
SHOWROOM

ÖKOLOGISCH, SOZIAL UND
TRANSPARENT

www.green-showroom.net



BLOND & BIEBER

Essi Johanna Glomb & Rasa Weber

www.blondandbieber.com

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM

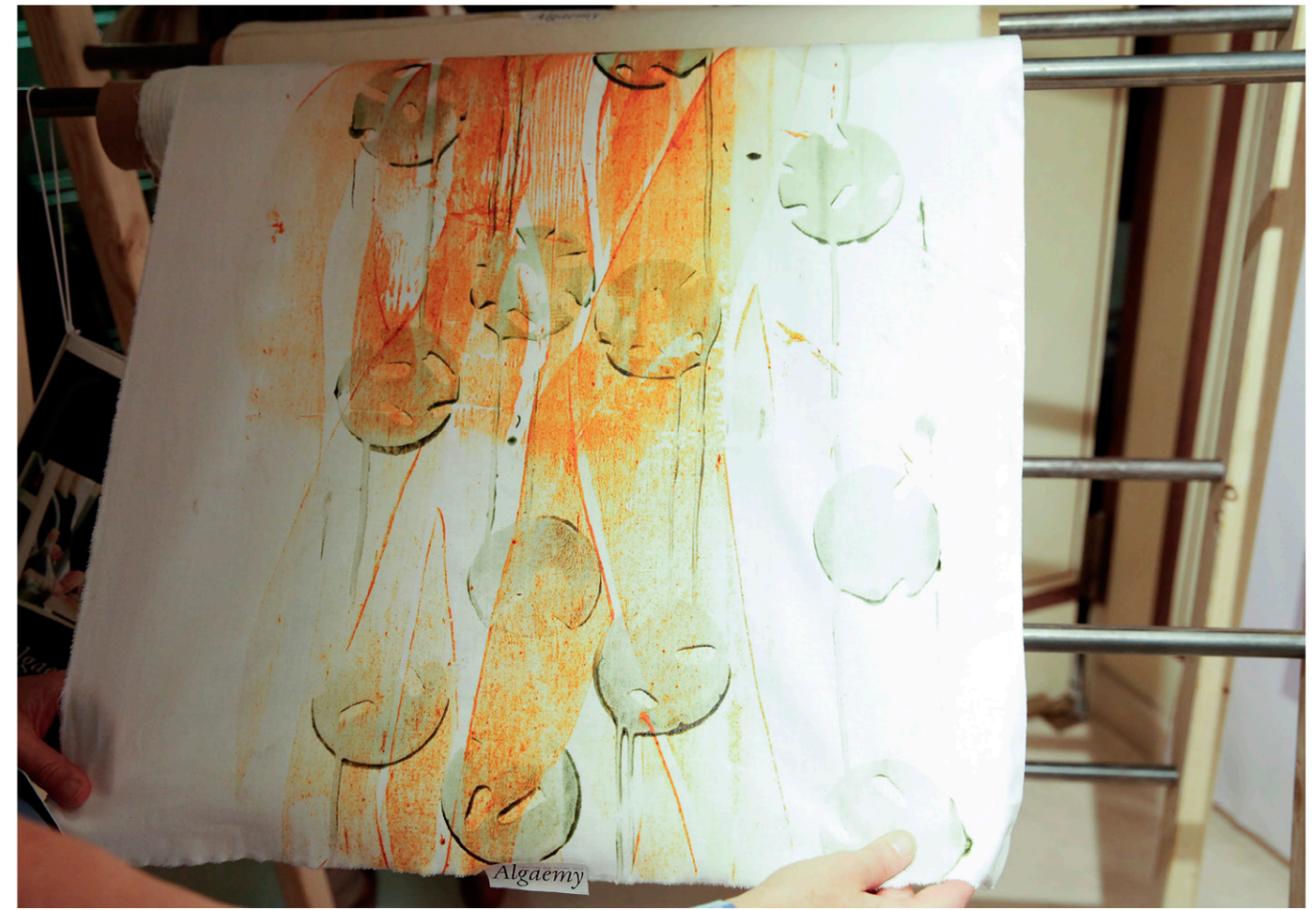
UNKRAUT UND DIE GENERATION POST-ÖKO

TEXT: GABRIELE PERRYMAN

Es kommt nicht oft vor, dass wir unsere überfälligen Denkweisen gerne in die Garage stellen - passiert im Green Show Room Berlin bei BLOND&BIEBER. Zwei junge Frauen, Essi Johanna Glomb und Rasa Weber, die in ihrem Berliner Designlabor „Schnittstellen zwischen Gesellschaft, Umwelt und Produkt erkennen und daraus Neues entwickeln“. Zukunftsdesign ist für die beiden nicht mehr ausschließlich der „Entwurf eines Dings“ und dessen kommerzielle Vermarktung, sondern die Idee dahinter - so wie Menschen heute besser durch die Idee „Car-Sharing“ mit Autos versorgt werden können, als durch die Produktion unendlich vieler Autos.

In Berlin präsentierten BLOND&BIEBER ihr erstes und zugleich prämiertes Projekt: Druckfarbe aus Micro-Algen - „LIFE-Colors“.

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM

Kleine Algen, die gemeinhin als Unkraut gelten, nahmen die beiden Frauen als ästhetisches Material, als Pigmente wahr. Blond & Bieber fragten sich, ob eine Druckfarbe chemisch sein und länger halten muss, als die Produkte unserer Wegwerfgesellschaft. Durch die Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut und der Konstruktion einer Maschine, mit deren Hilfe die Algen gezüchtet und dann gefiltert werden, stellen sie nun Druckpasten her, die nicht unendlich haltbar aber jederzeit kompostierbar sind. Werden Muster auf Stoff gedruckt, erlangen die Farben erst nach einiger Zeit ihren endgültigen Farbton - sie leben, sie sind vorerst nicht lichtstabil, behalten dann aber ihren Farbton - Veränderung als Designaspekt?

Der Erfahrungszeitraum mit LIFE-Colors spannt sich nun über ein ¾ Jahr. In diesem, wie sie es nennen, „Work in Progress“ entstanden aus den bedruckten Stoffen zusammen mit dem Schuhhersteller Trippen außergewöhnliche Schuhe, und eigene Kleidungsstücke, die im Green Show Room zu besichtigen waren.

Nun sind BLOND&BIEBER vom Rat für Formgebung für ihre Micro-Algenfarbe für den Deutschen Designpreis nominiert worden. Sie selbst bezeichnen sich als „Design-Generation Post-Öko“, für die Umwelt und Ökologie Grundlage für ihre Produktdesigns sind. Und im Labor brodelt inzwischen schon das nächste Projekt, dessen geheimnisvolles Ergebnis im Januar 2015 gelüftet wird. Wir sind gespannt!

www.blondandbieber.com



Fotograf: Laurence von Kessel

MITTWOCH 9. JULI 2014
green
SHOWROOM

Salonshow

www.green-showroom.net

19 Designer
zeigten auf der
10. Salonshow
im Adlon ihre neuen
Kollektionen



Fotograf: Boris Bärmichl

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Boris Bärmichl

www.almalovis.de



Fotograf: Laurence von Kessel

www.deepmello.com

MITTWOCH 9. JULI
green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.royalblush.ch - www.johannariplinger.com



www.mariaseifert.com

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.silkehandley.com



www.lionelmorin.net

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.elsiengringhuis.com



www.skrabak.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Boris Bärmichl

www.edelziege.de

MITTWOCH 9. JULI
green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.intiferreira.eu



www.gotsutsumu.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



www.gotsutsumu.de



www.gotsutsumu.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.lifegist.es



www.esmod.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Timur Emek / Getty Image

www.sey-fashion.de



www.sey-fashion.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Timur Emek / Getty Image

www.sey-fashion.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Laurence von Kessel

www.benweide.de



www.benweide.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Boris Bärmichl

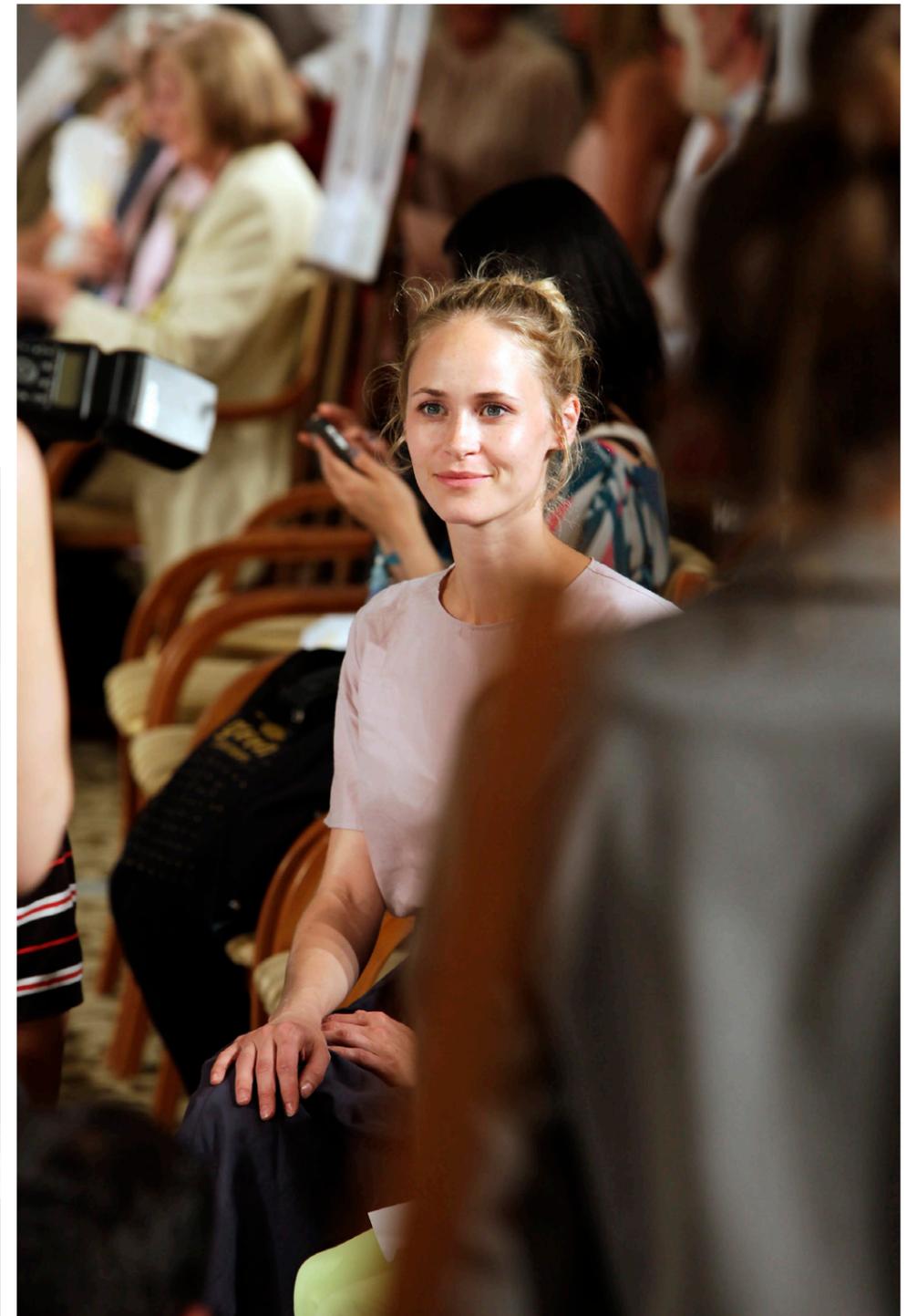
www.somyso.ch



www.lillika-eden.de

MITTWOCH 9. JULI

green
SHOWROOM



Fotograf: Boris Bärmichl



ELSIEN GRINGHUIS

Elisien Gringhuis zeigte im green showroom GOTS-zertifizierte Unikate in gehobener Preisklasse: Die hohe Kunst der Schneidertechnik und Geometrie in unverwechselbarem Stil mit farbigen Akzenten im Siebdruck -ökologisch aus Restdruckfarben.

Text: Gabriele Perryman





www.elsiengringhuis.com



green LOUNGE

Treffpunkt der Grünen Scene in Berlin

www.innatex.muveo.de



Fotograf: Nina Pieroth - www.ninapieroth.de

TERMINE MESSEN EVENTS 2014

INNATEX	02. - 04. AUGUST 2014
NATURTEXT (CH BERN)	17. - 18. AUGUST 2014
NATURTEX (A-SALZBURG)	30. - 31. AUGUST 2014
MUNICH FABRIC START	02. - 04. SEPTEMBER 2014
FAIR TRADE & FRIENDS 2014	05. - 07. SEPTEMBER 2014
PREMIEREVISION	16. - 18. SEPTEMBER 2014
HELDENMARKT FRANKFURT	04. - 05. OKTOBER 2014
HELDENMARKT STUTT GART	25. - 26. OKTOBER 2014
HELDENMARKT BERLIN	15. - 16. NOVEMBER 2014
FASHION WEEK BERLIN	JANUARw 2015
BIOFACH & VIVANESS	11. - 14. FEBRUAR 2015
BEAUTY DÜSSELDORF	27. - 29. MÄRZ 2015



eco
fashion



miwai
Berlin
Öffnungszeiten
Di.-Fr. 14:00 - 18:00 Uhr
Sa. 12:00 - 18:00 Uhr

mi·wai
eco fashion

Sredzkistraße 6 - 10435 Berlin
www.miwai.de

MITTWOCH 9. JULI 2014

Fashion Week

MERCEDES BENZ

ALEKS KURKOWSKI

UMASAN

ANNE GORKE

ECO-FASHION

www.fashionweek-berlin-mercedes-benz.de



MITTWOCH 9. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Stefan Koch



MITTWOCH 9. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Stefan Koch



MITTWOCH 9. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Stefan Koch



MITTWOCH 9. JULI 2014

SHOW
FLOOR
BERLIN

P.AGE

ECO-FASHION

www.homep-age.com

MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI 2014

LAVERA SHOWFLOOR

www.lavera-showfloor.de


SHOW+FLOOR

TEXT: GABRELE PERRYMAN

„Show“ für die Moderatoren – „Floor“ für die Kollektionen. Immerhin der „Floor“ blieb den Designern, die sensible Eco-Kollektionen und viel versprechende Ideen, wie cradle2cradle zeigten. Wilde Recycling-Unikate von Jeff Garners Label Prophetik, experimentelle Maßanfertigung von Hellen van Rees und David Anderssons zero-waste Konzepte waren drei von 13 Kollektionen, die mit Inhalt, Witz und Ernsthaftigkeit die oberflächliche Moderation auf dem Laufsteg auszugleichen wussten. Ein Kompliment an die Programmacher! Und ein Hoch an die Designer, die unbeirrbar gutes Design jenseits der Star-Maschinerie an die großen Laufstege der Welt sendeten!

MITTWOCH 9. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR

DANNY REINKE

LAVERA OPENING SHOW

Text: Gabriele Perryman

Danny Reinke Kollektion

Vom Fischer und seiner Frau...

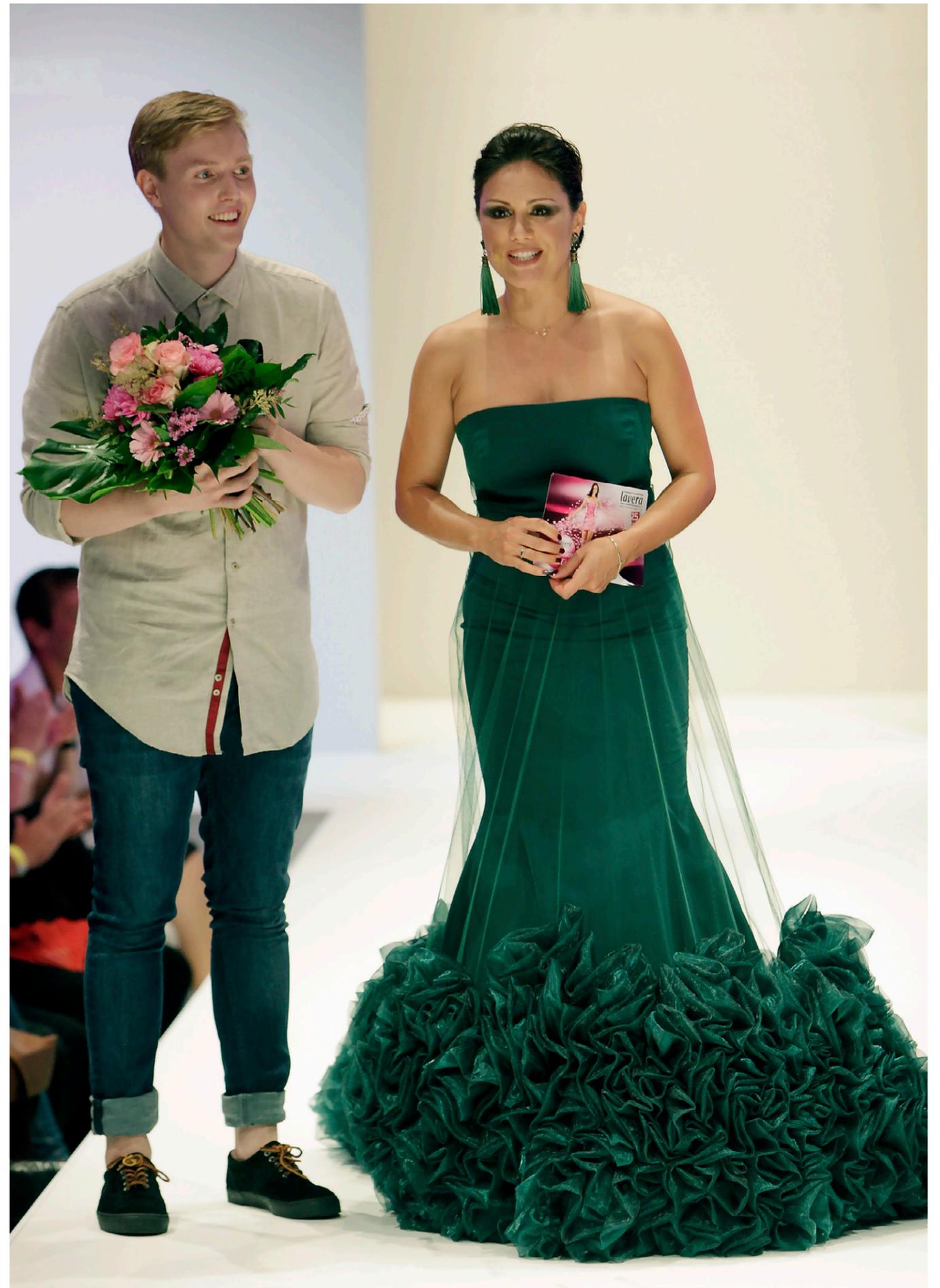
„Authentisch“ ist das richtige Wort für den jungen Nachwuchs-Designer Danny Reinke, der mit seiner Abschlusskollektion das nachhaltige Fischerhandwerk seines Vaters würdigt. Knoten aus Handwerk und Moderne knüpft er um die Körper von Frauen und Männern: aus Tauen entstehen überdimensioniert dicke Herrenwesten und den grazilen Rücken der Fischerin benutzt er als Untergrund für das geknotete Abendkleid.

Farben des Sandes, des Schlammes, des Meeres

und der schillernden Haut der Fische kombiniert mit der Warnfarbe Orange sind sein Ausblick für 2015. Kein „Seemannsgarn“, sondern Leinen und Lachsleder und recycelte Materialien aus der Fischerei: alte Schwimmwesten, Kescher, die sich in Taschen verwandeln. Netze, Krabbenfänger und Elemente wie Wellensteppnähte, Fischermützen und überdimensionale Fischerstiefel durchdringen manchmal dezent, manchmal ironisch seine Kollektion. Danny Reinke, ausgezeichnet mit dem European Fashion Award fischt bereits jetzt modisch sicher in großen Gewässern.

www.dannyreinke.de

Fotograf: Boris Bärmichl



MITTWOCH 9. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



MITTWOCH 9. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



MITTWOCH 9. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



MITTWOCH 9. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR

Fotograf: Boris Bärmichl

Ramona Huppert

Stadtnomaden

Text: Gabriele Perryman

Coolness in gedeckten Farben an jungenhaft schmalen Silhouetten.

In ihrer Abschlussarbeit „The urban mountain journey“ zeigt die Absolventin der Modeakademie Fahmoda, Ramona Huppert ihre Vorstellung von Mode und Lebensstil der Turnschuhgeneration der Zukunft, die ihr Besitztum ressourcenschonend reduziert, mit sich trägt. Ein Pullover, der sich in einen Hocker verwandeln lässt; ein weicher Sitzsack wird zum Damenmantel; ein langer Herrenmantel, der sich in eine Weste und nach seiner Tragezeit zu einem Paravent transformieren lässt - Upcycling-Ideen nach dem cr-

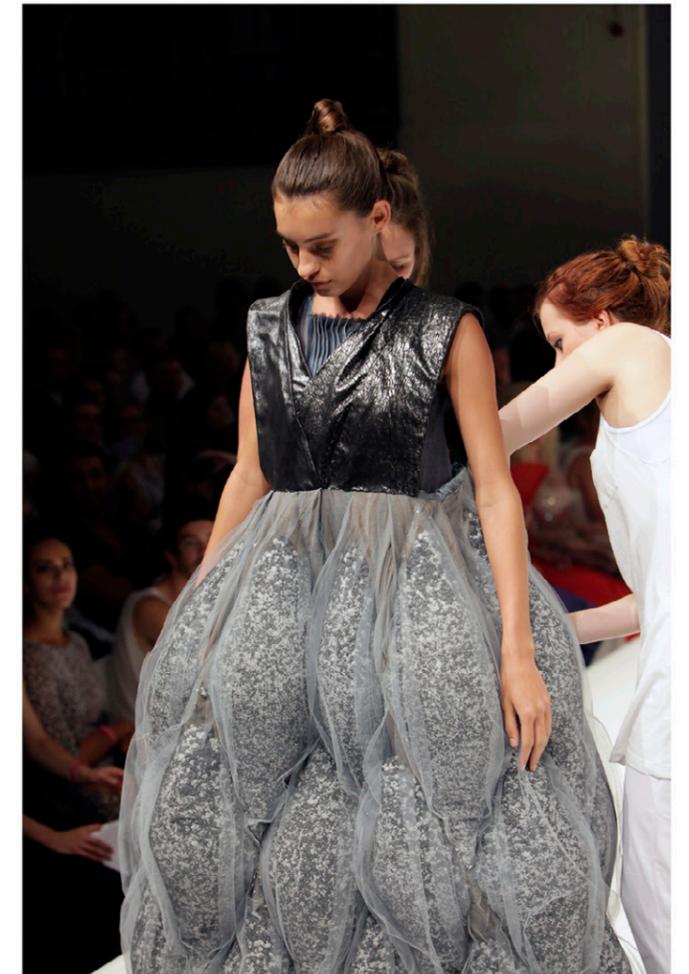
adle2cradle- Gedankengut: beim Entwurf der Kleidungsstücke legte Ramona Huppert deren spätere Wiederverwendung bereits fest.

Die Linienführung ist geometrisch schlicht. Im Spiel mit kontrastierenden Stoffen wie Seidenplissee, Glanzleder, Netz und Wollstoffen mit applizierten spiegelnden Rechtecken entsteht ein unkünstliches, aber dennoch Science Fiction artiges kurzes Szenario auf dem Laufsteg, das uns zum Nachdenken anstoßen will.

www.facebook.com/aymara.hipton

MITTWOCH 9. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl

MITTWOCH 9. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



MITTWOCH 9. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



MITTWOCH 9. JULI 2014

SHOW
FLOOR
BERLIN

BENU BERLIN

RECYCLING-FASHION

www.benu-berlin.com



Fotograf: Mehdi Bahmed

MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



MITTWOCH 9. JULI

Show
Floor
BERLIN

Fotograf: Laurence von Kessel

NEW**ECOenVIE SHOP FINDER****PLZ 08491 Netzsckau****Silke-Manon Wiesnet e.K.**

Öffnungszeiten: (telefonisch vereinbaren)

Silke-Manon Wiesnet
Hermann-Löns-Straße 2
08491 **Netzsckau**

Telefon: 03765-645 36

E-Mail: info@manondesign.dewww.manondesign.de**PLZ 40233 Düsseldorf****RHEINSTOFF GmbH & Co. KG****wunderwerk**

Öffnungszeiten: Mo. - Fr. 11:00 - 19:00 Uhr

Tim Brückmann

Ackerstr. 133

40233 **Düsseldorf**

Telefon: 0211-911 80 882

E-Mail: sales@wunderwerk.de.comwww.wunderwerk.de.com**PLZ 90762 Fürth****FARCAP Mode aus fairem Handel**

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 10:00 - 20:00 Uhr

Sa, 10:00 - 16:00 Uhr

R. Klemenz

Gustavstraße 35

90762 **Fürth**

Telefon: 0911-97 95 78 50

E-Mail: info@farcap.dewww.farcap.de

Wenn Sie inserieren möchten, sind Sie mit 99 Euro
für vier Ausgaben dabei!

Bei Interesse bitte E-Mail an: ad@ecoenvie.de

DONNERSTAG 10. JULI 2014

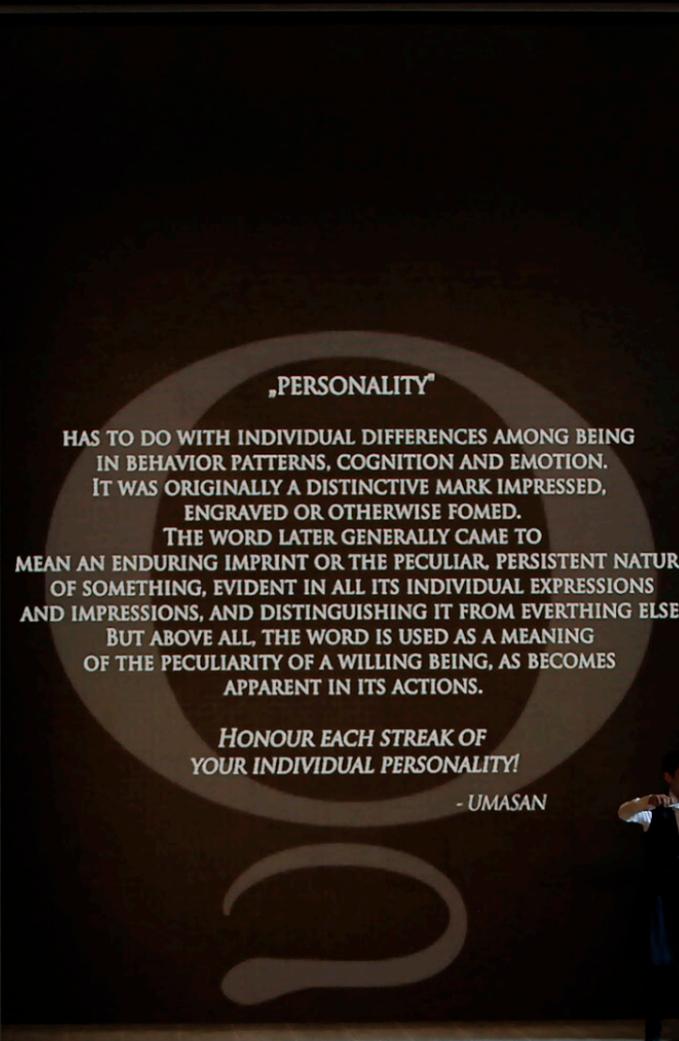
Fashion Week

MERCEDES BENZ

UMASAN

ECO-FASHION

www.fashionweek-berlin-mercedes-benz.de



„PERSONALITY“

HAS TO DO WITH INDIVIDUAL DIFFERENCES AMONG BEING
IN BEHAVIOR PATTERNS, COGNITION AND EMOTION.
IT WAS ORIGINALLY A DISTINCTIVE MARK IMPRESSED,
ENGRAVED OR OTHERWISE FORMED.
THE WORD LATER GENERALLY CAME TO
MEAN AN ENDURING IMPRINT OR THE PECULIAR, PERSISTENT NATURE
OF SOMETHING, EVIDENT IN ALL ITS INDIVIDUAL EXPRESSIONS
AND IMPRESSIONS, AND DISTINGUISHING IT FROM EVERYTHING ELSE.
BUT ABOVE ALL, THE WORD IS USED AS A MEANING
OF THE PECULIARITY OF A WILLING BEING, AS BECOMES
APPARENT IN ITS ACTIONS.

*HONOUR EACH STREAK OF
YOUR INDIVIDUAL PERSONALITY!*

- UMASAN

U M A S A N

Vegane Mode aus Berlin

www.umasen-world.com

DONNERSTAG 10. JULI

Fashion
Week

**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 10. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 10. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 9. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 10. JULI

Fashion
Week
MERCEDES
BENZ



Fotograf: Laurence von Kessel



M A **N** O N
DESIGN

Individuelle Looks für anspruchsvolle
Frauen, die bewusst Ihre Persönlichkeit
über Kleidung definieren.

Sich immer wieder neu erfinden:
In Oberbekleidung von MANON DESIGN
gelingt das jede Frau spielend –
von Konfektionsgröße 34 bis 56.

Mehr Modelle aus der aktuellen Kollektion gibt es unter:
www.manondesign.de

DONNERSTAG 10. JULI

Show
Floor
BERLIN

NIX



Fotograf: Laurence von Kessel



NIX geht aufs Ganze

Ein Portrait von Gabriele Perryman

Überzeugend gedacht, gut geplant und 2014 mit zarter Hand umgesetzt - Barbara Gebhardt, geschäftsführende Designerin des Berliner Modelabels NIX und ihre NIXen machen es konventionellen Modebrands vor: Needs by NIX ist von nun an 100% Organic, GOTS-zertifiziert, fair oder regional in Deutschland produziert.

Die Reaktion auf den Messen ist enorm. NIX erwartet aufgrund der Umstellung für das laufende Jahr 30% Umsatzsteigerung. Die Kollektion, die europaweit über konventionelle Stamm-Retailer vertrieben wird, begeistert nun auch grüne Wiederverkäufer. Zudem wird die Kleidung über Online-Marktplätze, wie Avocado-Store, Endverbraucher messen wie die Wearfair in Linz, im eigenen Online-Shop und unweit des großen NIX-Ladens ab September auf einer zweiten Ver-

kaufsfläche in Berlin-Mitte verkauft.

Dass nur ein produktionserfahrenes Label so etwas meistern kann ist klar. 22 Jahre Qualität gegen den Mainstream machten aus dem Berliner Undergroundlabel ein erfolgreiches Designer-Brand mit Fan- und jetzt auch mit Eco-Garantie: Die Funktionalität, das Preissegment und die Handschrift der Designerin blieben dabei kompromisslos gleich.

Vom Show Floor Berlin sendet Barbara Gebhardt ihr unmissverständlich modisches Bekenntnis: Femininer Minimal-Business-Look mit feinen, architektonischen Linien, die sich intuitiv entlang der Zartheit des weiblichen Körpers legen. Eine Kollektion, die auch mit versteckt mädchenhaft lockendem Charme spielt. Fliederfarbene Jerseys und weiß-weicher bis grau-silbriger, leicht gerauter Denim - schmeichelnde Perlmutterfar-

DONNERSTAG 10. JULI

Show
Floor
BERLIN

ben. Und doch ganz NIX-Kollektion, die mit dem schelmischen Blinzeln durch ihren ungewöhnlichen Materialmix, eigene Drucke, neue Röcke und öko+logischer Geradlinigkeit daran erinnert, dass die Mode der Hauptstadt weit davon entfernt ist, sich kommerziellen Konventionen zu unterwerfen.

Alles ganz einfach, oder nicht?

Ein weiteres Ziel ist geschafft.

Die Umstellung auf Ökostoffe war ein großes Ziel und nicht so einfach. Es hat sehr viel länger gedauert, als ich dachte.

Was ist Dein Rezept für ein erfolgreiches Insider-Label?

Es muss eine eigene Handschrift entwickeln, eine gute Wiedererkennbarkeit. Lieber lasse ich zwei Ideen oder Trends weg, damit die Kollektion klar verständlich bleibt. Beispielsweise unsere Farben. Wir waren nie bunt, wir werden nie bunt sein. Es ist auch eine pragmatische Entscheidung, denn die Leute in der Stadt tragen mehr dunkle, gedeckte Farben. Es ist besser, man bleibt sich treu, vergrault vielleicht mal den einen oder anderen Kunden, aber die anderen hält man damit

Hattest Du die Befürchtung, dass durch das begrenzte Angebot der Ökostoffe Deine Kollektion

mit anderen vergleichbar wird?

Das empfinde ich eher so, wenn ich auf die Internetforen gehe. Da gibt es Jersey, ein paar liebliche Drucke und dann hört es schon auf. Wir haben nun einen Jersey-Hersteller gefunden, der für uns etwas anders strickt. Dort werden auch meine Farben speziell gefärbt. Auch für Oberstoffe haben wir Hersteller gefunden, die neben dem klassischen BW-Satin anderes anbieten.

Erfüllen die ökologischen Stoffe Deine funktionalen Anforderungen?

Knittern ist ein Problem, da tut sich jedoch was und 4-5 % Elastan sind ja bei GOTS erlaubt. Im Winter ist es schwieriger, Wollstoffe zu finden, die durchzertifiziert sind.

Wie würdest Du Deine Kollektion bezeichnen?

Klar, funktional, puristisch, nachhaltig auch im Design - im Sinn von „Lieblingsstücke“. Man sieht meinen Sachen auf den ersten Blick gar nicht an, wie gut sie funktionieren. Erst, wenn man sie trägt, merkt man, was dahintersteckt.

Letztes Jahr gab es im Berliner NIX-Laden ein Event, bei dem das älteste „NIX-Liebingsstück“ prämiert wurde?

Die Gewinner kamen tatsächlich mit Kleidungsstücken aus der ersten Kollektion, also 22 Jah-



DONNERSTAG 10. JULI

Show
Floor
BERLIN

Fotograf: Laurence von Kessel

re alt. Dass man ein Teil 20 Jahre aufhebt, sagt schon viel aus. Trotzdem sah niemand altmodisch oder blöd aus. Das war toll. Es war wie eine Community, ein lustiges entspanntes Netzwerk, da die vielen Gäste an dem Abend natürlich ein gemeinsames Thema hatten.

Ist eine Fan-Community für den Erfolg Deines umsatzstarken Labels wichtig?

Über den Code der Bekleidung versteht man sich. Retailer tragen meine Kleider selbst und deshalb verkaufen sie dann auch gut. Kundinnen im Laden wurden oft zu Freundinnen. Beratung ist ja nah und intim – das alles sind schöne Begegnungen, die man bewahren muss.

Wie war das in Berlin, als Du vor 22 Jahren das Label gegründet hast?

Damals gab es in Berlin nicht 500 Designer, sondern 50 und das war eine andere Situation. Es war Glück, aber wir haben auch verstanden die Situation für uns zu nützen. Wir haben günstig einen Laden bekommen und auch sehr günstig gelebt. Das kann man sich heute gar nicht mehr vorstellen. Wir, damals hatte ich noch eine Partnerin, hatten Lust zu arbeiten, waren kreativ und fleißig und da ging das relativ schnell, dass wir uns Professionalität aneigneten. In meiner Studienzeit hatte ich schon Shows in der Offszene oder im Underground gemacht. Direkt nach Zeugnisvergabe hatte ich das Label gegründet. Dann haben wir die ersten Kollektionen vorgestellt, unter anderem auch in München, wo wir

auf der Avantgarde prämiert wurden. Das hat uns natürlich gekickt, gestärkt, Mut gemacht.

Siehst Du Nachhaltigkeit als Trend?

Ja. Ich würde mir sehr wünschen, dass das anhält, ja sogar in die Breite geht.

Willst Du Deinen Betrieb GOTS zertifizieren lassen?

Das ist totaler Unsinn, ich produziere in Deutschland, habe keine Kinder im Hinterzimmer, die für mich arbeiten. Hier gibt es Arbeitsrechte und Schutz. Diese Zertifizierungen sind für große Strukturen.

Fehlt ein Zertifikat für kleine und mittelgroße Betriebe?

Ja, und es müsste umsonst sein – gerade von einem deutschen Hersteller das zu verlangen ist wie von der falschen Seite aufgezümt. Schade ist, dass der Kunde das jetzt nicht mehr versteht, der will sein Labeling.

Auch Deine Kunden?

Meine Kunden vertrauen mir oder fragen mich, da ich ja diejenige bin, die das dann zu verantworten hat. Ich will dafür bürgen, muss in Betriebe fahren, mir das anschauen.

DONNERSTAG 10. JULI

Show
Floor
BERLIN**Ist die NIX-Kollektion gut auf den Ökomessen angekommen?**

Letzte Saison waren wir zum ersten Mal auf der Innatex. Das war sehr, sehr gut für uns - für einen Neustart in einem neuen Bereich sensationell. Wir haben immer eine Komplettkollektion um die 50 Teile - gleichmäßig verteilt, Jerseys, Oberteile, Röcke in je 2-3 Farben, das wird honoriert.

Was war die schönste Bemerkung, die Du hier auf der ethical fashion show zu Deiner Kollektion bekommen hast?

Eine Frau sagte zu mir: „Bleib so, wie Du bist!“ Da bin ich richtig rot geworden.

Wir bedanken uns für das Gespräch!

www.nix.de

Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 10. JULI

Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel



DONNERSTAG 10. JULI
Show
Floor
BERLIN



Fotograf: Laurence von Kessel

FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
MERCEDES
BENZ

Anne Gorke
*Sommerkomposition
in drei Sätzen*



Wieder sind es die leisen Töne, die die Designerin Anne Gorke spielt. Noch leichter und freudiger als bisher - zu Beginn Allegro: bunte Papageien, das Leitmotiv für die Kollektion, gedruckt auf schlichte weiße Kleider, auf Trenchcoats und übergroßen Shirts, die, kombiniert mit architektonisch, fast konstruierten kurzen Röcken oder Shorts, sommerlich flattern.

Fotograf: Laurence von Kessel

Dann der Wandel im zweiten Satz zu einer kontemporären Interpretation der Schuluniform: Blautöne zwischen Business und mädchenhafter Anmut, hochgeschlossene Hemdkleider mit strenger Linienführung und dennoch zarter Erotik, die durch die locker sitzenden Schnitte blitzt - unterstützt durch gekonnten Materialmix mit Holzrindendrucke und seidig schimmernden Oberflächen.

Der dritte Satz von Dur auf Moll: schwarz-beige minimalistische Akkorde durch weich fallende, edle Jerseys - sanfte Silhouetten, Röcke von mini bis maxi, die auf flachen Schuhen wohlthuend unprätentiös vorgeführt werden.

Und dann - verdienter Beifall für die Designerin!

Text: Gabriele Perryman

www.annegorke.com

FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



FREITAG 11. JULI

Fashion
Week
**MERCEDES
BENZ**



Fotograf: Laurence von Kessel



HempAge
clothed by nature

*Kauf kann mehr
als Du denkst:
www.hempage.com*

FREITAG 11. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR

PROPHETIK



www.prophetik.com

Am letzten Tag des lavera Showfloors gab es eine ganz besondere Kollektion zu bestaunen. Jeff Garner, ein echter Südstaaten-Gentleman, brachte seine Linie ‚Prophetik‘ auf den Catwalk. Handgefertigte, naturgefärbte Couture. In der ‚Best of Hollywood‘ Show zeigte er zum einen die Deconstructed-Linie, in der er alte Kleider aus der Zeit des amerikanischen Bürgerkriegs auseinandernimmt und neu gestaltet. Er bleibt dabei immer auch im Stil des alten Südens, verwendet Stoffe, die aus Pflanzen seiner Farm von örtlichen Handwerkern hergestellt werden. Verbindet Altes mit Neuem. An dem Kleid, das Moderatorin Karen Webb trug, war zum Beispiel der Ausschnitt mit einer 120 Jahre alten Spitze gesäumt. Auch seine Hommage an Grace Kelly zeigte seine Schneiderkunst und viel zauberhaft schwingende Spitze. Traumhafte Cocktailkleider, romantische Abendroben und moderne, sexy Elemente vereint der zurückhaltende Designer zu einer Kollektion, die die Weiblichkeit feiert.

Text.: Angela Aicher



FREITAG 11. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



FREITAG 11. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR

Dennis Machts Group

Text: Angie Aicher

Zum Abschluss der drei Tage im Umspannwerk am Alexanderplatz brannte die Friseurtruppe der D. Machts Group ein Feuerwerk an Ideen ab. Hatten die Stylisten schon den ganzen Showfloor über ihre Kunst gezeigt, präsentierten sie mit der finalen Catwalkshow nicht nur die aktuellen Frisurentrends, es gab auch ein besonderes Zuckerl für die Zuschauer. Auf einem Split-Screen sah man nicht nur die Models auf dem Laufsteg, sondern auch, wie die beiden Kreativ-Chefs der Group mit ihren Frisuren die Modelle hinter der Bühne innerhalb weniger Minuten für das nächste Outfit umstylten. Die Models knieten dann auch schon mal auf dem Boden, während 2 Leute um

die Wette bürsteten, sprühten, steckten und neu formten. Dass dabei auch alle noch ihren Spaß und Zeit hatten, ein bisschen herumzualbern, machte richtig gute Laune. Grafische Schnitte und das gute alte Krepp Eisen, exakte Linien und Ombre-Farbeffekte, Dennis macht's cool!

Höhepunkt dann die fantastischen Kreationen auf den Köpfen dreier Models, exotische Haarstrukturen, die zusammen mit dem avantgardistischen Make-up eine sehr futuristische Vision irgendwo zwischen Mad Max und Jean-Paul-Gaultier auf den Laufsteg brachten.



www.d-machts-group.de

Fotograf: Boris Bärmichl

FREITAG 11. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl

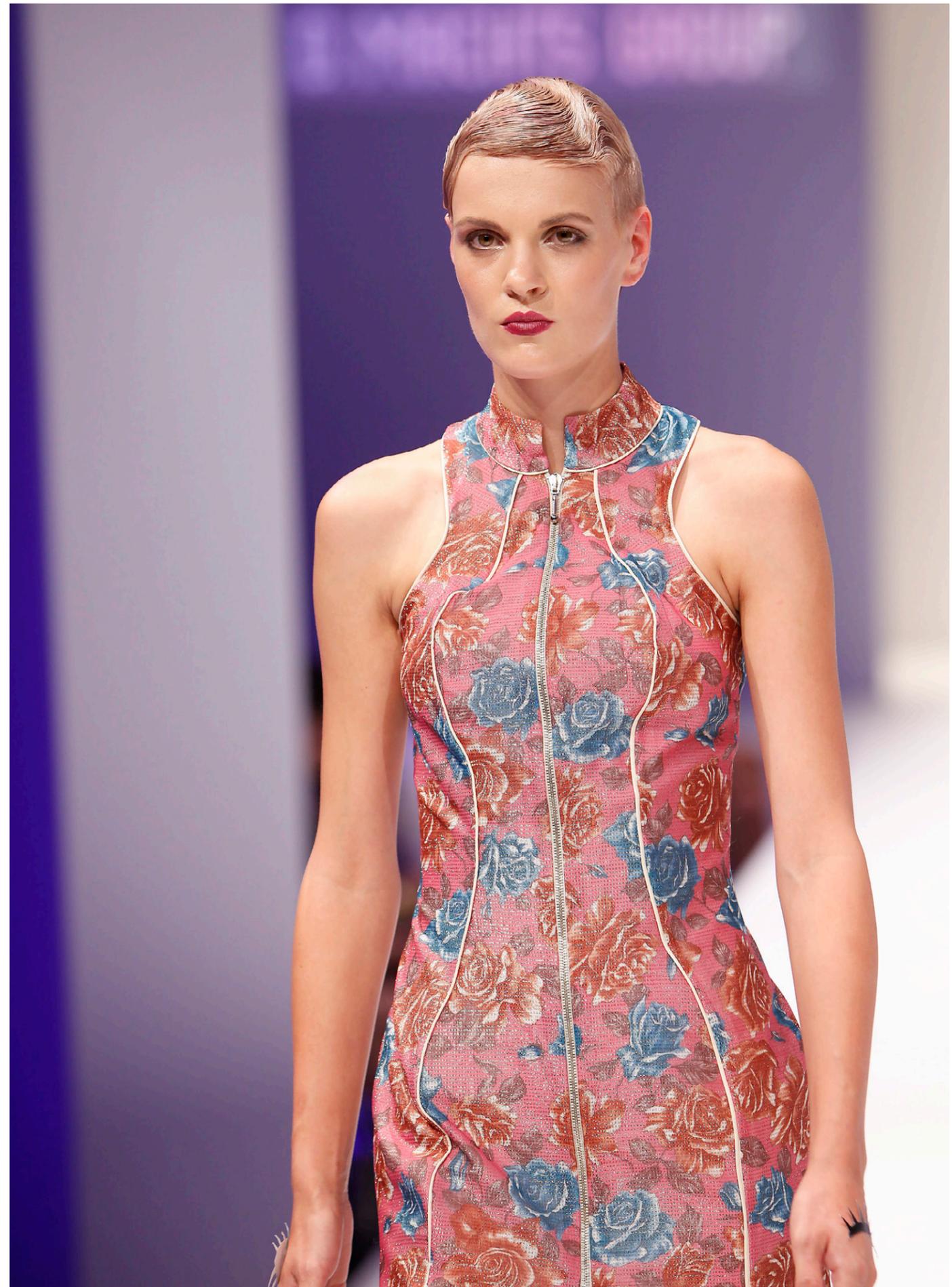


FREITAG 11. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



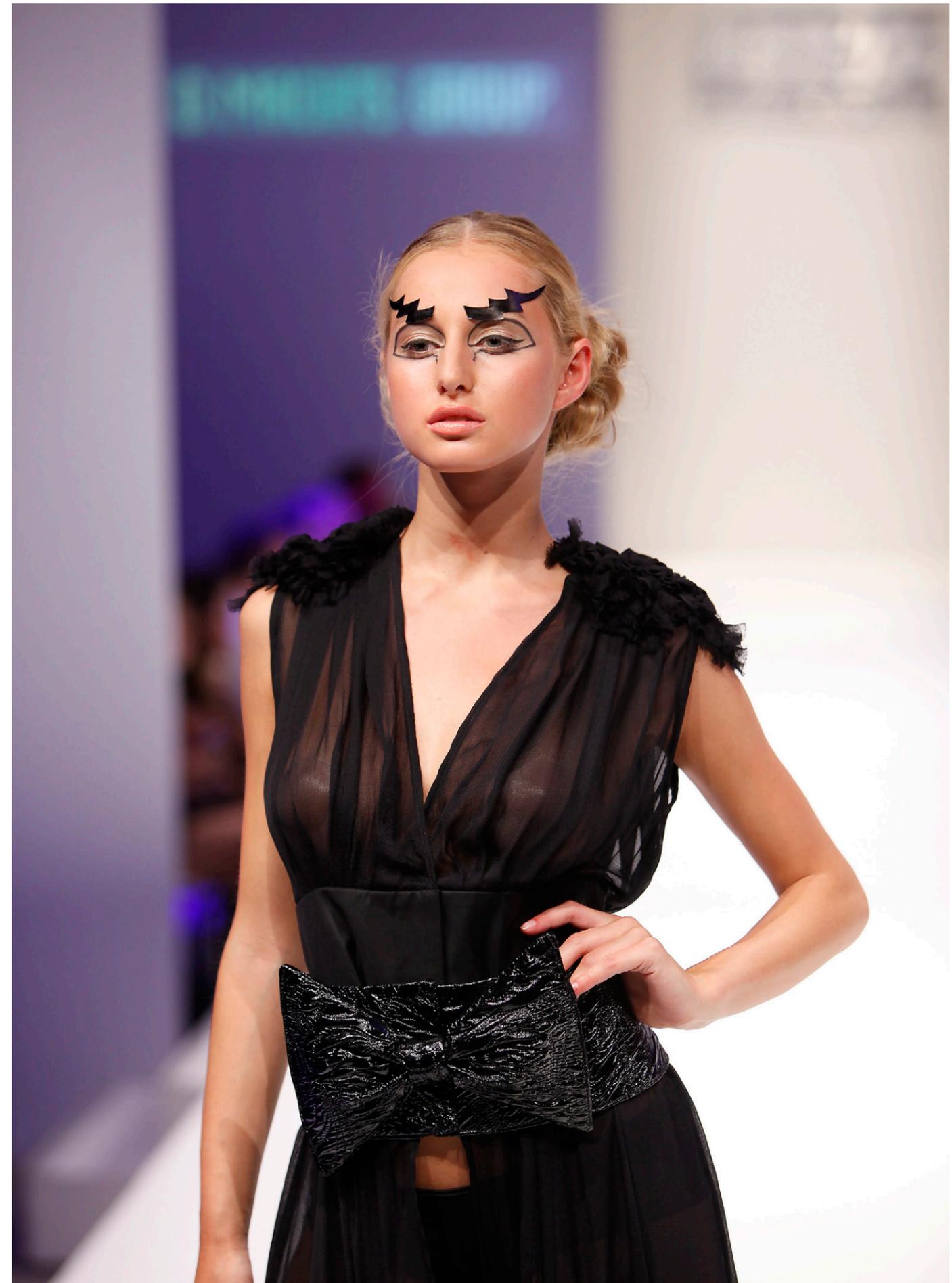
FREITAG 11. JULI

LAVERA
SHOWFLOOR

D. MACHTS GROUP



Fotograf: Boris Bärmichl



FREITAG 11. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



FREITAG 11. JULI
LAVERA
SHOWFLOOR



Fotograf: Boris Bärmichl



Tatjana Prijmak
www.tatjana-prijmak.eu
München

wunder[werk]
more than organic



TOP-TEN BIO FASHION DESIGNER AUGUST 2014

08/2014



PLATZ 1
ELSIEN GRINGHUIS
www.elsiengringhuis.com



PLATZ 6
Anne Gorke
www.annegorke.com



PLATZ 2
LILLIKA EDEN
www.lillika-eden.de



PLATZ 7
Farrah Floyd
www.farahfloyd.com



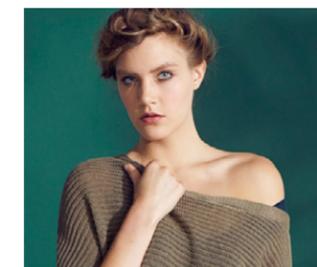
PLATZ 3
HYPNOSIS
www.hypnosis-berlin.de



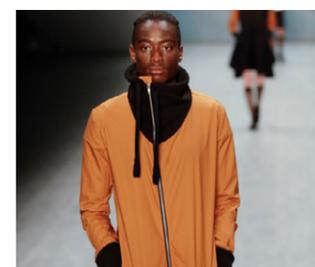
PLATZ 8
Lanius Köln
www.lanius-koeln.de



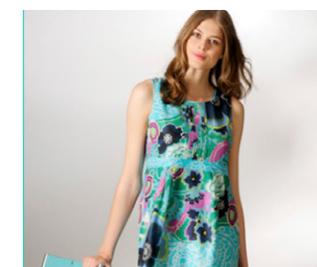
PLATZ 4
Manomama
www.manomama.de



PLATZ 9
Lana natural wear
www.lana-naturalwear.de



PLATZ 5
UMASAN
www.umasan-world.com



PLATZ 10
Madness
www.madness-online.com



HERAUSGEBER - CHIEF EDITOR - FOTOGRAF
Boris Baermichl



REDAKTION STOFF & DESIGN
Gabriele-Perryman



BEAUTY DIRECTOR
Angela Aicher



GRAFIK DESIGN
Michael Alverdes



REDAKTION MODE
Nina-Bloom



VISAGISTIN - FRISEURMEISTERIN
Grèta Istvándi



REDAKTION GESUNDHEIT
Dr. Andrea Alverdes



CORRESPONDENT BERLIN
Henriette Leder



REDAKTION MODE
Wanja Alverdes



GESTALTERIN FÜR BLUMENKUNST
Katharina Hasselbeck



CORRESPONDENT USA
Tina Streidl



FOTOGRAF - CORRESPONDENT AUSTRALIA
Laurence von Kessel



KOLUMNIST
Bob Snob

HERAUSGEBER/PUBLISHER

Boris Bärmichl
baermichl@ecoenvie.de

BEAUTY DIRECTOR & KOLUMNE

Angela Aicher
angie.aicher@ecoenvie.de

GRAPHIK DESIGN

Michael Alverdes
michael.alverdes@ecoenvie.de

DESIGN & STOFF

Gabriele Perryman
gabriele.perryman@ecoenvie.de

GESUNDHEIT

Dr. med. Andrea Alverdes
dr.andrea@alverdes.de

FOTOGRAF BERLIN

Laurence von Kessel
laurence.vonkessel@ecoenvie.de

EDITOR USA (FLORIDA)

Tina Streidl
tina.streidl@ecoenvie.de

REDAKTION

Nina Bloom -
redaktion@ecoenvie.de
Valentina Finger
valentina.finger@ecoenvie.de
Wanja Alverdes -
wanja.alverdes@ecoenvie.de

FREIE MITARBEITER

Bob Snob, Gréta Intvándi,

ADRESSE/ADDRESS:

ECOenVIE
Nettstraße 4 - D-82296 Schöngeising
Germany
Tel.+ 49 (0) 8141 357 32 17
Fax +49 (0) 8141 537 32 13
redaktion@ecoenvie.de
www.ecoenvie.de
Ust. IdNr/VAT ID: DE 130 68 41 10

DANK SAGUNG:

An die Veranstalter in Berlin ein großes Danke. An Laurence von Kessel, das Model Ashanti, HempAeg die uns immer so toll unterstützen. Dann an Euch liebe Designer für die vielen schönen neuen Kollektionen. An das Team INNATEX und den schönen Abend. An die vielen Agenturen und ihre Infos. An Euch Ihr lieben Leser, dass Ihr uns die Treue haltet, dass Ihr uns so viel Feedback gebt, einfach mal ein ganz großes DANKE !!

UNTERSTÜTZUNG

Jetzt möchte ich den Menschen danken, die dieses Magazin immer wieder möglich machen Dr. Andrea Alverdes, Angela Aicher. Gabriele Perryman und Michael Alverdes.

ANZEIGEN

switcher
www.geelee.ch/de
Manondesign
www.manondesign.de
HempAge
www.hempage.de
Tatjana Prijmak
www.tatjana-prijmak.com
Wunderwerk
www.wunderwerk.de.com
miwai eco fashion
www.miwai.de

Vorankündigung

ECOenVIE Nr.11

THEMA:

TRANSPARENZ





Die letzte Seite...

180 Seiten Eco-Fashion spezial - Inflation, zu viel, zu wenig, was ist das richtige Maß?

FASHION WEEK BERLIN und das richtige Maß der Dinge. Wie viel Mode braucht ein Mensch. Wenn ich mich anschau, zwei Hosen im Sommer, zwei im Winter, zwei Hemden, zwei Shirts und so weiter, es kommt was zusammen. Der Mode Enthusiast unter Ihnen wird mit dem Kopf schütteln, es braucht mehr, einen ganzen Schrank, vielleicht sogar ein ganzes Zimmer voll. Was bedeutet diese Einstellung für einen Globus? Oder besser, was bedeutet das für uns Menschen? Da sind wir wieder beim Maß der Dinge.

Vielleicht sollte ich diese Frage an die Redaktion geben:

„Wie viel Kleidung braucht ein Mensch hier bei uns in Deutschland?“

Zurück zur Bescheidenheit und wie kann ich sie leben?

„Kommt was Neues, geht was Altes“ ist mein Prinzip, war schwer am Anfang. Doch heute klappt es gut. Nur kann damit eine Mode-Industrie leben, viele Menschen ernähren? Vielleicht schon, wenn wir alle gut bezahlen, wir gesunde und hochwertige Mode dem Billigamsch vorziehen. Eco Fashion wird mehr kosten, doch mal ganz ehrlich, was uns etwas kostet ist uns auch mehr wert.

Meine Wertschätzung zu mir zeigt sich in meiner „zweiten Haut“ - meine Kleidung ist zudem ein Statement und drückt aus, wo für ich stehe.

In diesem Sinne, mehr ECO-FASHION - Ihr Bob Snob