

DAS MAGAZIN FÜR GESUNDE MODE - SPÜRBAR SCHÖN

eco vie

Nr. 14

ROCK, RÖCKE am
ROCKigsten

INDIEN SPEZIAL

WURZELN, BLÜTEN & GEBETE

ECONEWS: veganes Leder

ROCK AROUND THE CLOCK

Styling im 50er
Jahre Stil

Thema:
ROCK



28,00 EUR

HAT-BANGER

Text Gabriele Perryman

ZIP - und mein Hut, der hat drei Ecken - Taschen, Ponchos, Schmuck, Handschuhe und Kopfbedeckungen aus Natur-

Echte Verwandlungskünstler von CADO kommen direkt aus Italien auf unseren Kopf: Halbe Hüte aus leichtem Filz, die ihre zweite Farbhälfte auswählen dürfen. Asymmetrisch verlaufende Reißverschlüsse verbinden die Filzhälften zu eleganten einfarbigen oder zweifarbigem Hüten. Auch völlig „abgezippt“ oder „Back-to-Front“ getragen, werden sie zum Ausdruck der frechen Modelaune von Designerin Corinna Camusso. Sie zeigt unter ihrem Label CADO seit 2007

Taschen, Ponchos, Schmuck, Handschuhe und Kopfbedeckungen aus Natur- und Recyclingmaterial, die in Berlin auf der Ethical Fashion Fair immer wieder auffallen:

Ob Schlachterkappen für den Papermoon-Look mit Latzhose oder große Filzhüte für echte Texasgirls - bei der richtigen Gelegenheit knautschfrei aus der Tasche gezogen, werden diese buchstäblich zum „UPcycling - Statement“.

www.cadocap.net



Unser Cover Model: Isabel Marchetti
von INSTYLE MODELS

Fotostudio - Lichtschmiede e.V.
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

MakeUp:
Couleur Caramel
www.couleurcaramel.de

Mode Cover: SILK BOXX
www.silkboxx.com
Hut: Credo
www.cadocap.net

Mit ihrer feinen Ironie dienen die
Designs von Corinna Camusso
unmerklich als Stil-Bruch-Accessoires
- und zieren dabei natürlich den Kopf.

Zum klassischen Outfit
dieses Jahr ein Muss.





VOTEN BEWERTUNG



ecoenvie Home Über uns Magazin Designer Top-Ten Kontakt

Eco Designer

184:

Eco Designer HempAge

Erklärtes langfristiges Ziel von HempAge ist es, dem Rohstoff Hanf wieder zu der Geltung zu verhelfen, die er verdient. In einer Vielzahl von Einsatzmöglichkeiten bietet er eine echte Alternative zu umweltbelastenden Materialien. So ist zwar heute noch der Hanfstoff in der Herstellung um ein Mehrfaches teurer als vergleichbares Material aus Baumwolle, seine Ökobilanz dagegen um ein Vielfaches besser. Außerdem arbeiten wir in Forschung und Entwicklung daran mit, dass sich hoffentlich bald jeder Geldbeutel Bekleidung aus Hanf leisten kann. Um unsere Waren schon heute erschwinglich zu machen, setzen wir in unserer Kollektion bewusst auf zeitlosen Stil und verzichten auf kostenintensive Werbung sowie auf Handelsvertreter.

Zur Website von HempAge »

Jetzt bewerten Was uns die Sterne sagen...

Geben Sie jetzt eine Bewertung ab für HempAge.

★★★★★ **Bewerten**

Ihre Bewertung wird direkt in die Top-Ten des Monats Mai/2015 übernommen.

« Zurück

© 2011-2015 ECOENVIE - Letzte Änderung: 0

Bewertung: HempAge

Bitte beachten: Wir schicken Ihnen einen Bestätigungslink per E-Mail auf den Sie bitte klicken. Erst dann wird Ihre Bewertung ins System übernommen.

Ihre E-Mail-Adresse:

Wir können damit sicherstellen, dass jeder Designer nur ein Mal pro Person und Monat bewertet wird. Ihre E-Mail-Adresse wird nur zu diesem Zweck verwendet und nicht an Dritte weitergegeben. Herzlichen Dank!

Abbrechen **Speichern**

Unsere liebe Nina Bloom hatte 2011 die Idee zu den Top-Ten auf der Webseite von ECOenVIE. Sie befragte jeden Monat 250 Leser nach den beliebtesten Designern, so entstand die Top-Ten der Eco Fashion Designer. Letztes Jahr waren es dann über 850 Leser und damit jede Menge Arbeit. So haben wir uns entschlossen, die Top-Ten für alle zu öffnen und auch jedem Eco-Fashion-Designer die Chance zu geben seine Community aufzufordern

für ihn Sternchen zu vergeben. Über 25.000 Besucher bewerten nun jeden Monat die aktuellen Eco-Fashion-Designer. Macht mit! Votet aus den 180 Designern und zeigt uns Euren Favoriten.

www.ecoenvie.de/designer/uebersicht/

Mode: KOMODO
55% Hanf / 45% BioBaumwolle
Shirt: Charcoal

**LIEBE LESERIN,
LIEBER LESER,**

Der Frühling rockt schon ziemlich los, die Apfelblüte lässt auf eine gute Ernte hoffen.

Die Natur zeigt derzeit ihre ganze Kraft, alles fängt an zu blühen, zu duften und viele Tiere bauen ihre Nester. Eine schöne Jahreszeit, in der die Tage wieder länger werden und der Sommer schon zart zu spüren ist.

Das Thema in diesem Magazin heißt „ROCK“, also das Kleidungsstück des Frühlings und Sommers, und damit ein Magazin wieder mehr für die Frau. Zugleich spüren wir auch der Zeit des „Rock and Roll“ etwas nach.

Wir sind numerisch gesprungen, vielleicht haben Sie es schon bemerkt, das Magazin hat die Nr. 14, doch was ist mit der Nr. 13, wo ist sie? Sie kommt im Sommer, lassen Sie sich überraschen!

Doch nun beschäftigen wir uns mit dem Stoffdruck, interpretieren die 50er Jahre neu im „Hier und Jetzt“ mit der schöns-



Foto: Wanja Alverdes

ten Bio-Mode und blicken sie auf die aktuellen Röcke verschiedener Eco-Fashion-Designer.

Ein Magazin voller neuer Knospen, die auf ihr Erblühen warten.

Die Naturkosmetik von drei Firmen begleitet die Mode, die wir zeigen, und stellt sich vor mit MakeUp-Tipps zum Frühlingserwachen.

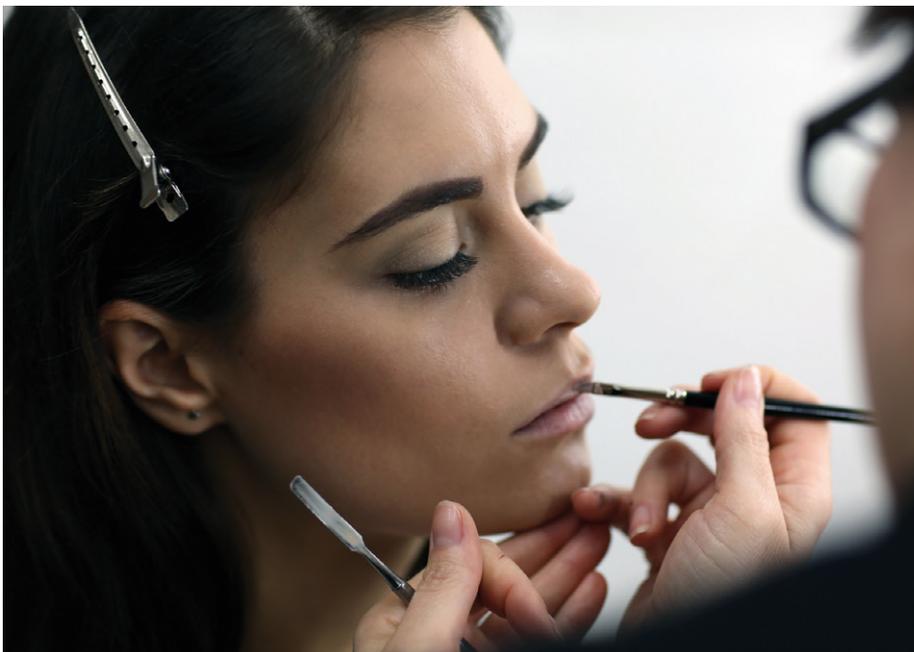
Zum Schluss möchte ich Sie noch auf unsere Webseite lenken! Unter

www.ecoenvie.de/designer/uebersicht/ können Sie Ihre Top-Designer voten (bewerten) und bis zu fünf Sterne vergeben, daraus ergibt sich dann die neue Top-Ten Liste der Eco-Fashion-Designer bei ECOenVIE.

Werfen Sie einfach mal einen Blick darauf. Viel Freude und Genuss beim Betrachten und Lesen.

Euer Team von ECOenVIE

Boris Bärmichl



Model:
Isabel Marchetti
von INSTYLE MODELS

Im Fotostudio - Lichtschmiede e.V.
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

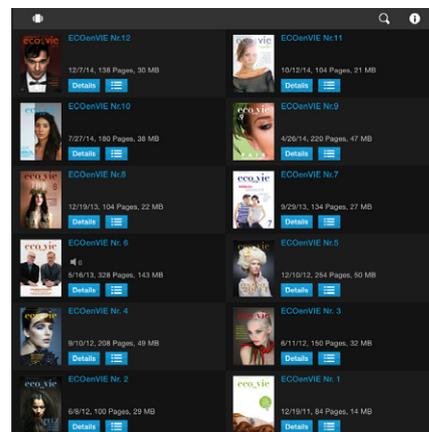
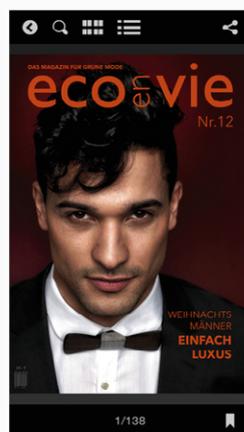
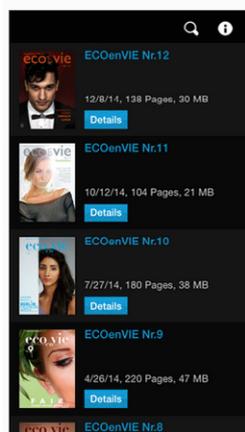
MakeUp:
Couleur Caramel
www.couleurcaramel.de

Wir haben nun auch unsere eigene APP und sie auch downloaden. Auf iPod, in iTunes von Apple. Einfach nur ECOenVIE eingeben und schon können Sie auf alle Ausgaben von ECOenVIE zugreifen

iPAD, iPhone macht es überall Spass das Magazin zu betrachten und das wie gehabt- ohne Abo oder Kosten.



ECOenVIE App
Ab Mai 2015
Kotenvrei



In iTunes neu im Zeitungskiosk

ECOenVIE.APP

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

Alle Ausgaben von ECOenVIE finden Sie im Internet:

www.ECOenVIE.de



IM ZEITUNGSKIOSK



News, Infos und Veranstaltungen

finden Sie auf:

www.facebook.com/ecoenvie.de



APRIL AROMATICS

organic scents & cosmetics



Elixiere der Natur

APRIL AROMATICS Parfums 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 Parfums 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

www.aprilaromatics.com



INHALTSVERZEICHNIS

TREND - HAT-BANGER	2
ECOenVIE NEWS	4
EDITORIAL	5
ECOenVIE NEWS	6
INDEX	7
PROMOTION couleur caramel	10
PROMOTION meo fuscioni	12
Es ROCKt - Silk Boxx, Walk Boxx	14
KORK ROCKT - Ultrashoes	22
KORKen KNALLEN - bleed	24
Zurück zu den Wurzeln	28
ROCK SOMMER - Alma&Lovis	36
ROCK SOMMER - Johanna Riplinger	40
ROCK SOMMER - Total verRockt - NIX	46
ROCK SOMMER - Farrah Floyd	48
ASYMMETRIE MIT FORMAT	50
Couleur Caramel	56
SO WOODY	58
ROCK AROUND THE CLOCK	62
ROCKIGE NATURKOSMETIK	72
DENN SIE WISSEN, WAS SIE TUN	74
Rockbody	76



Lippen mit Sante 78
 FOTOSHOOT - Making of. 80
 EYELINER. 82
 Bio Peeling 84
 Beauty News - i+m. 86
 ROCK AUS ÖSTERREICH - GDG 88
 lavera - TREND ROCK 89
 ROCK´n´ROLL 90
 FALSCHER ROCK. 92
 HANDGEWEBTE RÖCKE 93
 ANNE GORKE - ROCK AUS WEIMAR. 94
 GREEN SHOWROOM 99
 NEWS VIVANESS 100
 BROOKLYN SOAP COMPANY. 102
 HIGHLIGHTS 104
 FASHION REVOLUTION. 106
 NEWS - QMILK - TERMINE 111
 SHOP FINDER. 112
 TOP-TEN FASHION DESIGNER 114
 JETZT IM ABO 115
 ECOenVIE - TEAM 116
 IMRESSUM 117
 DIE LETZTE SEITE 118







7 2015
Frühling
mit neuem Bio MakeUp



Foto: Boris Bärmichl



Narcotico

meo fuscioni

Orientalisch - warm - sinnlich
der Übergang vom Winter zum Frühling

www.meofuscioni.com

ES ROCKT



SOMMER-TRENDS, DIE NICHT UNSERE WELT KOSTEN

Text Gabriele Perryman

ES ROCKt! - In diesem Jahr bespielt er die Schaufenster-Charts in „short and long Versions“: Er tanzt wie kein anderes Kleidungsstück um die feminine Silhouette der Frauen - und geht den Männern zwar nicht ins Ohr, aber direkt in die Augen!! Der Rock - frech beschwingt aus der Zeit des Rock`n Roll, oder als langer Kuschelrock der 70er Jahre bis hin zum wadenlangen Stiftrock. Ecoenvie zeigt in dieser Ausgabe die neuen Eco-Couture-Röcke in schönen Frühlingsfarben und bunten Drucken.

ROCK - Variationen - Die Länge des Mini-rocks hat in der vergangenen Saison das Maximum an Minimum erreicht. Die nächste Stufe wäre dann der „Null Rock“. Doch das brächte keinen Umsatz, zumindest nicht der Modebranche. - Deshalb ist die angesagte Rockvariation für die-

ses Jahr „Short“! - superkurze Hosen für jene Beine, die eindeutig zur A-Klasse gehören. Dazu geben weite Formen, wie der elegante Jumpsuits, angesagte Jogginghosen, Latzhosen oder auch Boyfriend-Jeans den neuen lässigen Takt an. Kombiniert mit High-Heels oder Chucks, mit enganliegenden Tops oder überweiten Blusen - begleiten sie uns im Free Jazz-style durch den Sommer - und alles umweltgerecht.

ROCKige Styling-Tipps - Wir zeigen in dieser Ausgabe das Styling zum Rock: Frisur, Make-up, Schmuck und passende Oberteile! - Natürlich von zertifiziert ökologischen und Eco-veganen Herstellern !

Model: Annika Kappel
 MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
 Stylistin: Gabriele Perryman
 Fotograf: Boris Bärmichl
 Mode: SILK BOXX
 Rock Lily
 www.silkboxx.com
 Schuhe: Woody
 www.woody.at



SoftROCK mit digitaler **Flower Power**

Das Gefühl im Blütenmeer der Natur zu baden: feinste Seidenröcke, bedruckt mit Blumenvisionen in digitalen Makro-Aufnahmen.

Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/silkboxx/



Model: Isabel Marchetti
Mode: SILK BOX
Rock Dodo, Tunika Suzette
www.silkboxx.com
Hut: Credo
www.cadocap.net





Photographin und
Modedesignerin Con-

stanze Janusch erfüllt mit ih-

ren Stoffdrucken unsere Sehnsucht nach
Frühling und Sommer.

Die Farb- und Formpracht des Blüten-
den setzt sie gekonnt, opulent und um-
weltgerecht mit Hilfe von Digitaldruck-
technik um.

Die Kollektion Silkboxx ist Definition von
moderner Romantik: Ohne an das mäd-
chenhafte Blümchenkleid zu erinnern,
spielt Constanze Janusch die feinen und
üppigen Farbklänge der Blumen. Mal
weich verschwimmend, mal in rockigen

Tönen verbeugt sie
sich damit vor dem

Reichtum der Natur. Mit groß-

zügigen Schnitten für ihre Ensembles
löst sich die Designerin von kommerzi-

ellen Ansprüchen. In ihrem Atelier fertigt
sie in selten gewordener Schneiderkunst
Röcke, Tücher und Blusen an - auch nach
Maß! Damit wird sie ihrem Anspruch und
der Hochwertigkeit der Seidenstoffe ge-
recht.

www.silkboxx.com

Seide: China
Produktion im eigenen Atelier in Bayern und
Herstellung in Polen

Mode: SILK BOX
Top Pipetta, Rock Margo
www.silkboxx.com
Hose (rechts): Sey Jeans
Schuhe: Woody
www.woody.at

TOP zum Rock

Gewebt, gewalkt, glatt gepresst und ge- „kratzfrei“, temperaturnausgleichend, wär-
näht - hergestellt mit feinsten Wollgar- mend - und GOTS-zertifiziert. Walkboxx
nen aus Südamerika - natürlicher Woll- und Silkboxx ergänzen sich so zur Ganz-
walk zur Seide. jahreskollektion.

Constanze Janusch hat die Passion zur
Hochwertigkeit. Zur farbenfrohen Silk- **www.walkboxx.com**
boxx-Kollektion entwirft sie schlicht-ele-
gante Wickeljacken und ärmellose Tops,
die sie Walkboxx nennt. Der Walk ist



Model: Annika Kappel
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: SILK BOXX & WALK BOXX
Rock Lily, Oberteil Walk Boxx
www.silkboxx.com / www.walkboxx.com



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/walkboxx/

KORK ROCKT

Kork als Material wird Trend



Rinde tauscht Haut

Die Korkeiche gibt ihr Debüt und rockt als Kork-Leder in den Textilmarkt. Aus Visionen wurde vegane Kleidung! ECOenVIE lässt den Kork knallen und präsentiert Korkschuhe von Ultrashoes und die ersten Kork-Lederjacken von Bleed.

Quercus suber ist der lateinische Name für die Korkeiche, deren Rinde Ultrashoes verarbeitet. Der Baum wird nicht gefällt. Die Rinde wird, wie bei Sektkorken, geschnitten, wovon der Baum profitiert. Korkeichen gedeihen in Südwesteuropa und im Nordwesten Afrikas. Noch sind keine Plantagen angelegt, so kann der Kork von gewachsenen Korkeichenwäldern geerntet werden. Die Wälder bewahren trockene Gebiete vor Austrocknung. Zudem sind sie auf der Iberischen

Halbinsel Reservoir bedrohter Tierarten.

Unter dem Label Ultrashoes vertreibt einer der größten Schuhhersteller Portos seit letztem Jahr europaweit drei verschiedene Sortimente: kompostierbare Schuhe in modischen Farben aus pflanzlich gefärbtem Ecoleder, vegane Schuhe und Upcycling-Schuhe, die aus Restledern und Abfallleder hergestellt werden.





Pedro Lima, Geschäftsführer und ökologischer Vordenker, lässt für die veganen Schuhe ausschließlich Material zu, das nicht tierischer Herkunft ist oder an Tieren getestet wurde. Bei der Herstellung der Schuhe wird Kork zu Korkplatten gepresst, dann fein geschnitten und mit

einem Trägermaterial, dem Baumwoll-Innenfutter verbunden. Daraus fertigt Ultrashoes klassische und bequeme Damen- und Herrenschuhe!

Text: Gabriele Perryman

www.ultrashoes.pt



Schuhe: Ultrashoes
Fotos: Boris Bärmichl



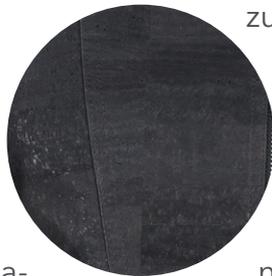
bleed lässt die KORKen KNALLEN

stofffreie Alternative zu Leder und bereits existierenden, giftigen Imitaten auf dem Bekleidungsmarkt zu etablieren.

„Mit Kork haben wir ein alt bekanntes Material wiederentdeckt - und verwenden es nun als Lederersatz“, so Gründer und Inhaber von bleed organic clothing, Michael Spitzbarth. „Unser Anspruch mit der Montado Black Edition ist es eine absolut Lifestyle-taugliche Produktlinie

Montado Black Edition von bleed

Die Montado Black Edition Kollektion von bleed besteht aus insgesamt sechs Teilen, wobei die beiden veganen „Korkjacken“ die Kernstücke repräsentieren. Es ist an der Zeit, eine tierleid- und schad-



zu etablieren, die nicht nur auf pflanzlichen Rohstoffen basiert, sondern herkömmlichen Materialien auch funktional in nichts nachsteht.“ Für die portugiesischen Bauern hat die Kollektion hingegen fast existenziellen Wert.

Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/bleed-clothing/



Durch die sinkende Nachfrage von Naturkorken bietet die nachhaltige Verwertung des Materials der Montado Black Edition eine neue Perspektive zum Erhalt der bedrohten Korkbiotope. Die Kollektion soll durch Crowdfunding finanziert werden. Somit kann eine Jacke für circa 50 Prozent unter dem regulären Ladenpreis, also knapp 300 € angeboten werden.

Außerdem gehen fünf Prozent des Gesamtumsatzes direkt an die Tierrechtsorganisation PETA, die bereits eine längere Partnerschaft mit bleed verbindet.

(Red.)

Crowdfunding Aktion:
www.startnext.com/montado-black-edition

YouTube Video zur Aktion und Projekt:
<https://www.youtube.com/watch?v=4FnzDIdBe1s>





LINOZZ

Frische Luft - natürlich!

www.biologische-luftreinigung.com

DIE AGENTUR FÜR ECO-FASHION

Tel.: 02 22 6 - 87 17 20

eco
IN FASHION

FASHION AGENCY
PROMOTION
130 SHOPS
POWER
SALES





Zurück zu den Wurzeln

Wie eine indische Familie das Leben von hunderten Baumwollbauern und Webern zum Positiven verändert

Seit 2009 arbeitet der junge Berliner Stoffgroßhandel Lebenskleidung mit dem Appachi Cotton Projekt aus dem südindischen Tamil Nadu zusammen. Mani Chinnaswamy und Vijayalakshmi Nachiar von Appachi Cotton erzählen uns die faszinierende Geschichte von der Inklusion von Baumwollbauern und Handwebern der Region und wie sich deren Leben zum Positiven verändert hat.

Wenn wir diese Geschichte mit dem Satz „Es war einmal...“ beginnen würden, dann würde sie nach vergangenen Zeiten und in jedem Fall märchenhaft klingen. Aber die Geschichte von Mani Chinnaswamy und seiner Frau Vijayalakshmi Nachiar ist nicht so weit entfernt und am Ende lebten alle glücklich miteinander bis ans Ende ihrer Tage.

Es ist eine Geschichte aus Südindien die zwischen Pollachi in Tamil Nadu und Heggadevana Kote in Karnataka, zwischen Bauern

und Webern, zwischen Feldern und Boutiquen pendelt.

Im Jahr 2006, in einer Zeit als Indien sich mehr und mehr für multinationale Konzerne der Internetbranche öffnete, entschieden sich Mani und Vijayalakshmi zurück zu ihren Wurzeln zu gehen und auf einen Rohstoff zu setzen der Synonym für das Indien ihrer Vorfahren stand: Baumwolle.

Mani, der die familieneigene Baumwollspinnerei in dritter Generation erbte, entschied im Jahr 2006, dass die Firma den Weg des „ethischen“ Businesses einschlagen sollte.

Die Entscheidung basierte auf einer Vielzahl von Gedanken. Der Baumwollanbau in Indien unterlag in den letzten 20 Jahren einer massiven Transformation. Die alte Kultur des biologischen Baumwollanbaus wurde fast vollständig verdrängt. Abhilfe versprach die Chemieindustrie. Doch durch die übermäßi-

ge Verwendung von Kunstdüngern, Pestiziden und Herbiziden erodierten Böden und die Ernteerträge sanken in der Folge. Zudem wurden Ökosysteme zerstört und Monokulturen machten die Bauern von einem „Cash Crop“ anhängig.

Ein neuer Heilsbringer erschien am Horizont: Gentechnisch verändertes Saatgut (GMO Baumwolle) überschwemmte seit dem Jahr 2000 den Markt. Viele Bauern, auch forciert durch die überzogenen Versprechen der Genindustrie, wechselten zu GMO-Baumwolle. Der erwünschte Ausweg aus dem Dilemma blieb für viele jedoch aus und der Teufelskreis begann von vorn. Bauern verschuldeten sich, kauften gentechnisch verändertes Saatgut und die zugehörigen Pestizide; jedoch die Erträge stiegen nicht zwangsläufig und die Böden erodierten weiter. Neue Abhängigkeiten entstanden. Tausende Baumwollbauern begingen in den letzten 20 Jahren in Indien Selbstmord, weil sie keinen Ausweg mehr aus ihrem Dilemma sahen. Auch die Folgen für die nativen Baumwollsorten waren verheerend: „In den letzten 10 Jahren haben wir fast alle einheimischen Saatgutsorten verloren. Die Lösung die wir vor allem für die von den Monokulturen ausgelaugten Böden sahen, war zurück zu biologischem Anbau zu gehen. Dies ist der einzige Weg. Und es ist keine Zauberei dies zu

tun, denn die meisten Bauern arbeiten von Natur aus nach biologischen Grundsätzen. Wir machten einfach eine geplante Angelegenheit daraus“, so Mani Chinnaswamy von Appachi Cotton.

Appachi ging eine Kooperation mit der Landwirtschaftskooperative Savayava Krishikara Sangha (SKS) ein und kaufte natives Saatgut von der Staatlichen Saatgut Gesellschaft Karnatakas (Hebbal), welches drei Jahre lang in einer Kühlkammer aufbewahrt war. Karnataka wurde wegen der hervorragenden klimatischen Bedingungen für den Baumwollanbau ausgewählt. Appachi Cotton begann großflächig in Zusammenarbeit mit der Kooperative Bio-Baumwolle im Distrikt Heggadadevana

Kote an den Ufern des Flusses Kabini anzubauen und den organischen Anbau wieder zu beleben. Das gesamte Baumwollanbaugbiet der Region befindet sich an den Rändern des UNESCO Naturschutzgebietes der



Nilgiri Biosphere, das einst 65.000 Hektar umfasste und wo Elefanten und Wildtiere reguläre Gäste sind. Mit dem Bau des Kabini Damms in den 1970ern verschwand viel der

arbeiten mehr als 200 Bauern im Netzwerk mit. Anfangs zahlte Appachi Premium Preise für die Bio-Baumwolle und übernahm einen Großteil der Zertifizierungskosten. Heute



einst blühenden Landwirtschaft.

“Es dauert ca. 3 Jahre bis eine Farm biologisch zertifiziert ist“, so Mani Chinnaswamy. Appachi Cotton ist ein Pionier des sogenannten Vertragsanbaus in Indien. Derzeit

wird ein Mindestunterstützungspreis an die Bauern gezahlt und ein Komitee entscheidet über die Preisstruktur. Der indische Baumwollanbau ist normalerweise durch Bauern an der Armutsgrenze charakterisiert, die



sehr kleine Landparzellen (ein Hektar und weniger) besitzen. Die Kleinbauern haben oftmals keinen Zugang zu Bankkrediten und Finanzierungen die notwendig wären, um Investitionen zu tätigen. Viele Bauern werden deshalb in die Hände von privaten Kreditgebern getrieben, die mit überhöhten Zinsen das Leid der Bauern verstärken.

Appachis „Integrated Cotton Contract Farming“ (ICCF) Modell dagegen ermöglicht es den Kleinbauern sich in Gruppen zu formieren und sich mit Saatgutproduzenten und Finanzinstituten zu vernetzen. Ebenso erhalten die Gruppen Marketingunterstützung und die Möglichkeit, die vertraglich zugesicherte Ernte wieder zurückzukaufen, wenn sie höhere Preise auf dem freien Markt für

ihre Ernte erzielen können. Appachi Cotton produziert heute ca. 100 metrische Tonnen Bio-Baumwolle. Der biologische Anbau ermöglicht den Bauern ihre Felder gemäß der Fruchtfolge zu bewirtschaften und neben Baumwolle auch Blatt-, Halm- und Hülsenfrüchte für ihre Familien und den freien Markt anzubauen.

Manis Frau Vijayalakshmi Nachiar, die Textildesign studiert hat, wollte anfangs einzig die Stoffe aus der Bio-Baumwolle an den Markt bringen. Doch waren die Jahre 2006 bis 2010 eine schwere Zeit, denn das Bewußtsein für ethischen Mode war noch schwach und indische Baumwolle wurde auf den internationalen Märkten als die meist vere unreinigte Baumwolle angesehen. „Dies war die Zeit

als die Idee der kompletten Wertschöpfung in unseren Köpfen reifte. Denn Weber haben oftmals die gleiche traurige Geschichte wie die Bauern zu erzählen. Sie arbeiten in Lohnarbeit für sehr kleines Geld, bekommen keine Anerkennung für ihre Arbeit, weshalb ihre Kinder nichts mehr mit der alten Handarbeitstradition zu tun haben wollen“, führt Vijayalakshmi Nachiar aus.

Wie die verschuldeten Kleinbauern befinden sich die Weber ebenfalls in Abhängigkeit zu ihren „Master Weavern“ und arbeiten als Tagelöhner je nachdem wie viel Arbeit anfällt. Die „Master Weaver“ behalten dabei einen Großteil des Ertrags deren Arbeit ein.

So entstand neben Appachi Cotton das Designhaus Ethicus. Vijayalakshmi und Mani bauten ein Studio für 22 Handwebstühle und entwickelten eine eigene Designlinie für den indischen Markt: „Wir fühlten, dass die komplette Wertschöpfungskette ethisch angelegt und alle Beteiligten umfassen sollte. Deshalb nannten wir unser Label „ethics“ und „us“.

Sie entschieden sich dafür ihre indische Identität zu bewahren und Saris zu kreieren, aber mit einem frischen Look und Design. Externe Designer wurden mit in die Markenentwicklung einbezogen. Jedes Produkt ist mit einem Etikett mit dem Bild des Webers versehen, der das Produkt produziert hat. Sein

Name ist vermerkt und ebenso die Zeit die es gedauert hat, das Stück zu weben. Heute arbeiten über 50 Weber mit Ethicus. Biologisch zertifizierte Färbemittel machen es nun möglich eine riesige Farbpalette anzubieten, die sich von den vorher eher biedereren Braun- und Beigetönen abhebt. Neben Saris entwickelt Ethicus ebenfalls traditionelle indische Gewänder wie Duppatas, Schals und Stolas, aber auch Heimtextilien und mehr.

Über die angeschlossene Stiftung „The Mariappa Foundation“ baute Appachi Cotton eine Schule, die „Nachiar Vidyalayam School“ für die Kinder der Weber und für benachteiligte Kinder der umliegenden Gemeinden. Die Schule gilt heute als Modellschule mit über 300 Schülern.

Nicht nur ein Produkt, sondern eine ganze Geschichte

Im Jahr 2009 wurde Ethicus auf dem indischen Markt eingeführt, und Boutiquen von Nord- bis Südindien nahmen die Marke mit großer Begeisterung in ihr Sortiment auf. „Wir wussten von Anfang an, dass wir nicht einfach ein Produkt verkaufen wollen; wir wollten eine Geschichte erzählen“, betont Vijayalakshmi Nachiar. Gleichzeitig wollten sie nicht, dass die Kunden ihre Produkte einzig wegen ihres schlechten Gewissens kaufen,

weshalb sie die biologische Herstellungsweise nicht extra stark betonten. Auf den etwas höheren Preis für zertifizierte Kleidung angesprochen sagt Mani Chinnaswamy: „Sehen sie es einmal so. Sie als Kunde bezahlen für jedes Kleidungsstück einen Naturschutz und Sozialbeitrag. Wir zahlen den Bauern 10% mehr als diese für konventionelle Baumwolle bekommen würden. Gleichzeitig bleibt die Natur intakt und die Zukunft für nachfolgende Generationen wird gesichert“.

Die gesamte Baumwolle des Projekts kann nicht zu handgewebten Produkten verarbeitet werden. Deshalb produziert Appachi Cotton ebenfalls Baby Bekleidung für den Exportmarkt und maschinengewebte Stoffe zum Beispiel für Lebenskleidung aus Berlin. Designer die mit handgewebten Stoffen ar-

beiten möchten sind eingeladen mit Appachi zusammenzuarbeiten.

Natürlich gab und gibt es auch viele Skeptiker die dieses „Märchen“ als zu schön um wahr zu sein empfinden. Hieraus ergab sich ein neuer Geschäftszweig. Denn „Sehen heißt glauben“ und Mani und Vijayalaxmi bieten mittlerweile ökologische Touren entlang des sogenannten Cotton Trails an, auf dem sich Besucher vom Wunder der Bio-Baumwolle und der Inklusion der Bauern und Weber überzeugen können.

Wirklich fast wie im Märchen.

Autor: Benjamin Itter mit freundlicher Genehmigung und Auszügen des Originaltextes von THE HINDU - Bhumika K. (Weaving a soft cottony story) und Appachi Cotton / Pollachi Tamil Nadu.

www.ethicus.in

Die junge Berliner Firma Lebenskleidung hat es sich zur Aufgabe gemacht ökologisch und sozial korrekt produzierte Stoffe in kleinen Bestellmengen für Jungdesigner und Modeschaffende verfügbar zu machen. Dafür arbeitet Lebenskleidung mit nachhaltigen Produzenten in der Türkei, Europa und Indien zusammen. Angefangen hat alles mit einem Projekt mit dem Lebenskleidung heute noch eng verbunden ist. Appachi Cotton aus dem südindischen Bundesstaat Tamil Nadu.

Wenn Sie mehr über Ethicus erfahren möchten, besuchen Sie **www.ethicus.in**

Das Angebot von Lebenskleidung finden Sie unter **www.lebenskleidung.com**

Wer sich für den Besuch des Cotton Trails interessiert kann sich gern bei Benjamin Itter unter **ben@lebenskleidung.com** melden.





ROCK SOMMER

FRAUEN POWER

Starke Frauen, die in der Kunst wie „rocks“ - also wie Felsen in der Brandung - stehen, bestimmen die neuen Kollektionen von Alma&Lovis. Dieser Sommer erinnert sie uns an die Malerin Frida Kahlo, an deren außergewöhnliches Werk und ihr Leben in Licht und Schatten. Für die kommende Saison Herbst/Winter wählen Alma&Lovis „Das Mädchen mit dem Perlenohrring“ - eines der schönsten Portraits von Vermeer.

Vor dem Hintergrund der ernsten Thematik entstehen dennoch außergewöhnlich freudige, bunte, indisch wirkende Digitaldrucke. Sommerlich-kräftige Farben bringen die Portraits der Frauen, ihr

Schaffen und künstlerische Elemente auf leichten Baumwollstoffen in unsere Zeit. Eine spannende Kollektion voller Kontraste, die in uns Bilder von südlichen Ländern, Meer und Strand weckt.

Text: Gabriele Perryman

www.almalovis.de

Alma&Lovis ist GOTS-zertifizierte Mode aus vorwiegend farbig gewachsener Baumwolle und mulesinfreier Wolle.

Model: Annika Kappel
 MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
 MakeUp: Couleur Caramel & Sante
 Stylistin: Gabriele Perryman
 Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Alma & Lovis
 Rock: Frida Skirt
 Accessoires:
 Art Scarf Frida
www.almalovis.de
 Armband: Green Age
www.green-age.de





www.alma&lovis.de

Alma&Lovis ist GOTS-zertifizierte Mode aus vorwiegend farbig gewachsener Baumwolle und mellesinfreier Wolle.

Model: Emma
von Instyle Models
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
MakeUp: Couleur Caramel & Sante
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Alma & Lovis
Top: Frida Top
www.almalovis.de
Hose: Wunderwerk
aus trcycled Demin



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/alma-und-lovis-gmbh/



ROCKBLÜTEN

Mit Leichtigkeit und auf einem Hauch Spiritualität schweben die Kreationen von Johanna Riplinger in diesen Sommer - immer die zierliche Französin im Blick, die durch das „gewisse Etwas“ feine, leicht distanzierte Erotik ausstrahlt. Und - die wie die Kollektion fragil wirkt und doch mit viel Raffinesse nicht daran denkt ihre weibliche Stärke männlichen Mode-Einflüssen zu opfern.



Model: Annika Kappel
 MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
 MakeUp: Couleur Caramel & Sante
 Stylistin: Gabriele Perryman
 Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Johanna Riplinger
www.johannariplinger.com



Inspirationen für den Stoffdruck



Johanna Riplingers unablässige Suche nach umweltgerechten aber dennoch besonderen Details ist eine handfeste Botschaft an alle Mainstreamer:

Zart nimmt sie uns an die Hand und zeigt, was ecocouture sein kann: vielschichtige hauchfeine Seidenröcke, Tops und Shorts, ausgefallene Formen von „Kurz-suits“ und Tailleurs.

Pastellfarbene Handdrucke und zarte Muster betonen Johanna Riplingers feinsinnigen Kleider-Stil. Sie verwendet ausschließlich Pflanzen- und Blütenfarben. Das Besondere in diesem Sommer ist der Blumendruck. Verblühte indische

Tempelkränze werden zum Leben erweckt. Die Farbe der Blüten wird wiederverwertet indem sie per Hand direkt auf Seidencrepe getupft wird. Kein Stück ist wie das andere. Daraus entstehen natürliche Unikate: Röcke, Shorts, leichte Sommerhosen und Blusen.



Fotografin: Johanna Riplinger



Was für ein schöner, stärkender Gedanke,
ein Kleidungsstück auf der Haut zu spü-
ren, das die Gebete vieler unbekannter
Menschen in sich trägt.

Text: Gabriele Perryman

www.johannariplinger.com

Johanna Riplinger verwendet organic Cotton,
Leinen und Seide. Färbung mit Pflanzenfarben.



Model (links): Annika Kappel
MakeUp & Haare:
Gréta Istvándi
MakeUp:
Couleur Caramel & Sante
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Johanna Riplinger
www.johannariplinger.com

Rechts Model: Ilsabel Marchetti
Mode: Johanna Riplinger
www.johannariplinger.com
Schuhe: Woody
www.woody.at



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/johanna-riplinger/

Total verRockt

NIX passt besser: asymmetrische Swing-Röcke, fliederfarbene Schmeichler und 50th-Röcke aus wei-

ßem Denim. Mit Variationen von femi-

nen T-Shirts und Jacken spielt sich der

Rock soft durch die NIX - Sommerkolle-

ktion. Weicher Polo-Pikee und fließende

Jerseys zeigen, was Organic Cotton

in guter Qualität kann: küh-

len, wärmen, verdecken

und elegant die

Weiblichkeit

betonen!



Die NIX-Neuentwicklung aus Altkleidern: Jeans-Recycling-Strickgarn. Das Silberweiß des Jäckchens schmeichelt jedem Hauttyp, ob gebräunt oder hell. Das perfekte „Armbekleidungsstück“ zum Rock, sei es gegen Klimaanlage im Büro oder kühle Sommerabende am Meer.

Text: Gabriele Perryman

www.nix.de/onlineshop

*Needs by Nix verwendet GOTS
zertifizierte Stoffe und produziert
in Europa*



Model: Annika Kappel
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
MakeUp: Couleur Caramel & Sante
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Nix Berlin
www.nix.de

Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/nix/

ROCKMIX

Upcycling-Rock von

Farrah Floyd + Eco-Tail-

leur von Johanna

Riplinger



www.johannariplinger.com

Johanna Riplinger,
zertifizierte Stoffe

Model: Annika Kappel
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
MakeUp: Couleur Caramel & Sante
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

Mode: Farrah Floyd
www.farahfloyd.com

Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/farah-floyd/

Farah Floyd, Newcomerin mit (öko)-logischem Ansatz: Kein Abfall beim Zuschchnitt!

Ihre Linienführung folgt dieser Vorgabe – aus Quadraten und Rechtecken entsteht ein neuer, futuristisch anmutender Großstadt-Look. Röcke, Tops und Kleider spiegeln den Zeitgeist der jungen Upcycling-Generation wieder: Sie mixt wild und frech und rockt über Konventionen der traditionellen Ökobranche.

Minirock: Falteneinsatz aus Rohseide, grauer Strickstoff aus recycled Denim, Baumwoll Jersey aus organic cotton und der Mitteleinsatz in Neongelb aus Recycling Polyester.

Text: Gabriele Perryman



www.farahfloyd.com

ASYMMETRIE MIT FORMAT

format
essentially minimalistic
for woman

Model: Isabel Marchetti
Mode: format
www.format-favourites.de
Schuhe: Woody
www.woody.at





Ein Kleid von Format - die Rockalternative

Tiefes smaragd-Grün trifft auf Design von Format; fordert zum zweiten, ja zum dritten Blick auf, um an der unauffälligen Asymmetrie der Linienführung entlang-zugleiten oder die Raffinesse des dezenten Faltenwurfes zu erforschen, der mal Rücken, mal Dekolltee betont - nicht fließend, sondern an japanische Faltkunst erinnernd, fast ein Quadrat im Format. Stille Kleider, die die Ruhe in sich tragen, mit der die Wickelungen entworfen und modelliert wurden. Samtartige, schwarz-

grüne Schatten, die in leichter Bewegung die feste Baumwollqualität verraten, die den Stand der Falten bedingt. Außergewöhnliche Eco-Kleider mit Sommerformat für jeden Anlass und jede Tageszeit!

Text: Gabriele Perryman

www.format-favourites.de

Format verwendet GOTS-zertifizierte Stoffe und produziert in Europa.



Designerin - Mareike Ulman



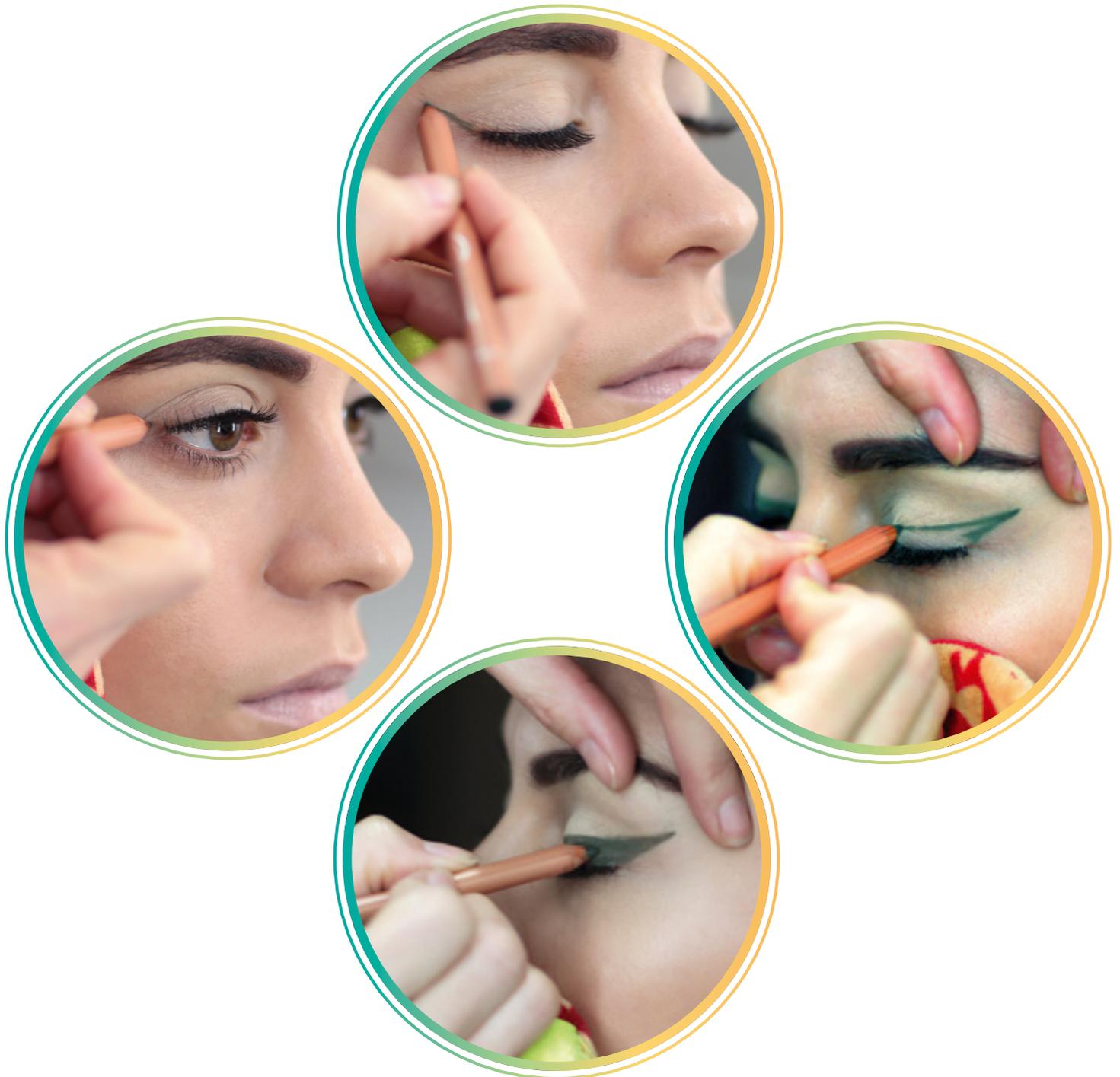
Model: Isabel Marchetti
Fotostudio - Lichtschmiede e.V.
MakeUp & Haare: Gréta Istvándi
Stylistin: Gabriele Perryman
Fotograf: Boris Bärmichl

MakeUp:
Couleur Caramel
www.couleurcaramel.de

Mode: format
www.format-favourites.de
Schuhe: Woody
www.woody.at



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/format/



Unsere MakeUp Partner Couleur Caramel

Couleur Caramel ist noch ein Ge- Bio-MakeUp Spezialistin.

heim-Tipp in Deutschland und gehört zu den spannenden biologischen Make-up Marken mit viel Potenzial. Hier im Einsatz bei un-

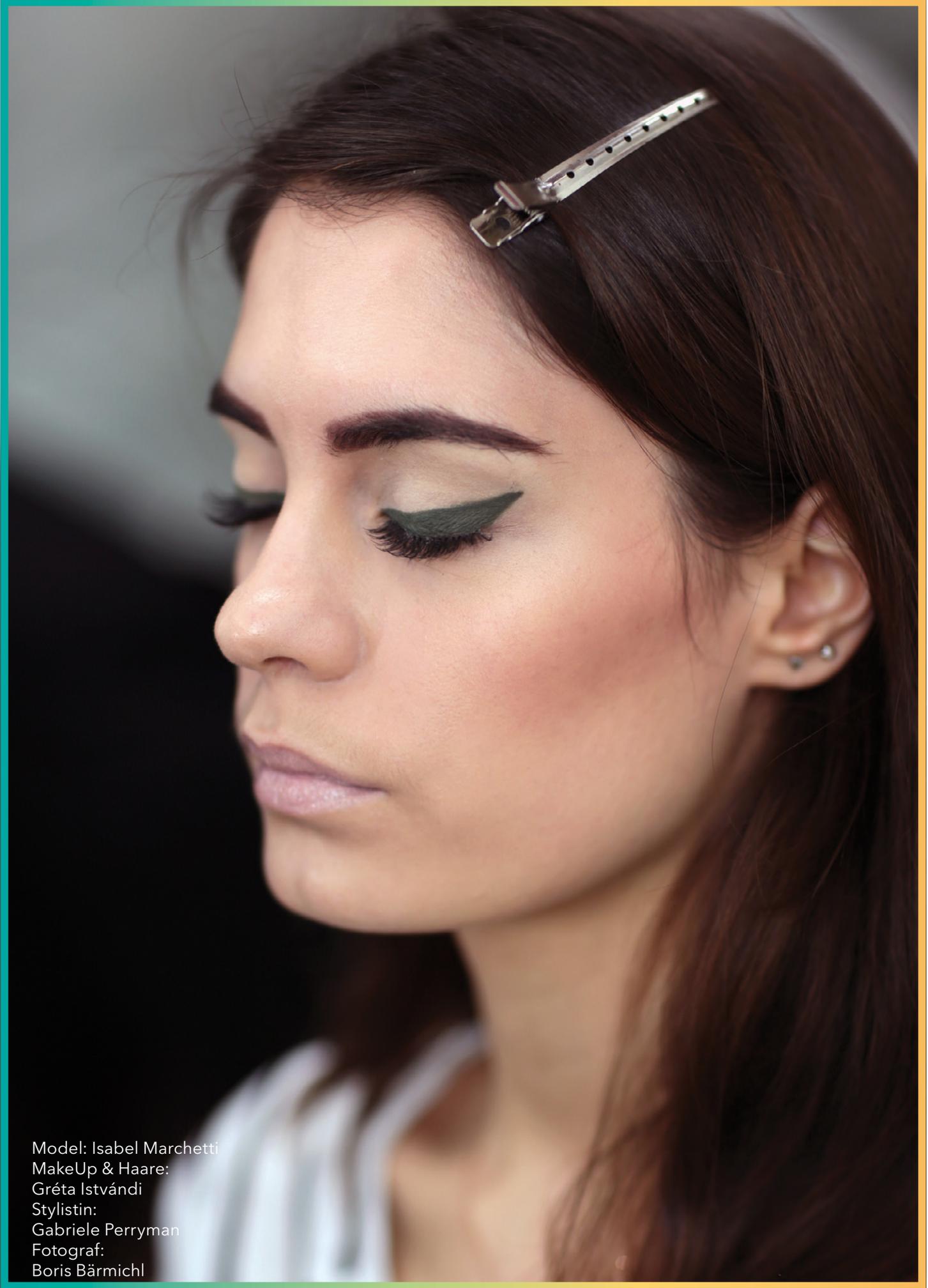


Ein Blick auf die Webseite lohnt sich, denn hier gibt es ein Wirkstofflexikon mit vielen interessanten Informationen.

serem Model Isabel Marchetti, geschminkt

von Gréta Istvándi unserer erfahrenen www.couleurcaramel.de





Model: Isabel Marchetti
MakeUp & Haare:
Gréta Istvándi
Stylistin:
Gabriele Perryman
Fotograf:
Boris Bärmichl



SO Wwoody

Die neue Generation des Holzschuhes kommt aus Österreich! Für unsere Models war das Tragen eine echte Überraschung. Beim Anziehen war eine gewisse Skepsis zu erkennen, doch gleich bei den ersten Schritten überzeugte unsere Models die Bequemlichkeit durch die mehrfach biegsame Holzfußbettsohle und weckte das Interesse an den Woodys. Der Familienbetrieb mit heute etwa vier-



zig Mitarbeitern entstammt der Holzverarbeitung in den 1920er Jahren. Es fing an mit Heugabeln und Sensenstielen bis der Enkel Gerhard Piroutz eine florierende Schuhmanufaktur daraus entwickelte.

Die Auswahl der verschiedensten Stile und die Entwürfe der Schuhe sind beeindruckend und auf der Webseite in allen Einzelheiten gut beschrieben. (Red.)

www.woody.co.at





Fotograf: Boris Bärmichl
Schuhe: Woody
www.woody.at

ROCK AROUND THE CLOCK

Momentaufnahmen der 50er Jahre - festgehalten in der lockeren Handschrift der jungen Photographin Melina Johannsen. „Das behütete Mädchen wird zur Dame“ - im Vordergrund Musik und die Mode, im Hintergrund die Anstandsregeln der damaligen Gesellschaft, die durch die Bilder in die Gegenwart blitzen. Eine kleine Hommage an Elvis Presley, an die unbändige Kraft des Rock`n Roll und den Aufbruch einer Generation.



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/nix/

Model: Nadja Torka
Fotos: Melina Johannsen
www.shotbylina.de
Hair&MakeUp: Anika Alischewski
www.rougeann.de



Die Taille kommt beim hochgeschnittenen,
wadenlangen Stifrock wieder in Spiel.
von ecozentric aus organic.....?

Das klassische Shirt aus organic Cotton aus
der Kollektion NIX in Berlin.
Der U-Boot-Drapee-Kragen betont die Schlichtheit
und Eleganz der neuen Linie.

Bluse: Studio EcoCentric
Rock: Nix

www.studio-ecocentric.com

www.nix.de



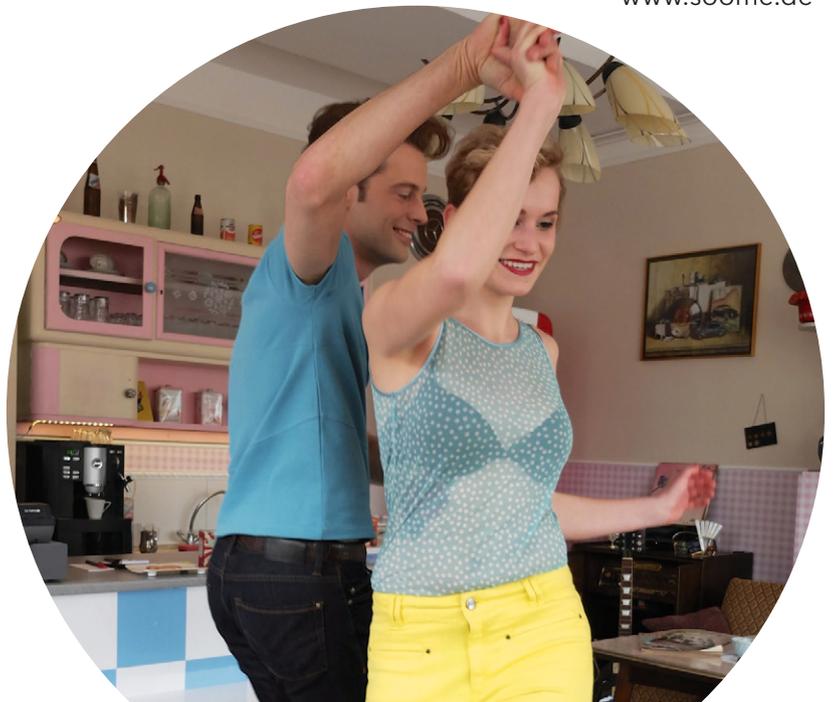
Selbstbewusst behauptet sich in diesem Sommer die Silhouette der Rock'n Roll Generation neben den Glamourkleidchen der vergangenen Saisons: Jeans in Mint und Rose, mädchenhafte Blusen mit Rundkragen und abendliche Tops mit braven Schleifen und der weite schwingende Rock. Er feigt frech die tiefen, engen Ausschnitte der Starlets vom Tanzboden.

Model (links): Nadja Torka
Model: Christopher Zulauf
Model (rechts): Janina Beck
Cream Model Management

Mode:
Bluse: Alkena
www.alkena.ch
Jeans: Sey Jeans
www.sey-fashion.com
Bluse (rechts): soome
Rock (rechts): soome
www.soomede

www.alkena.ch

www.sey-fashion.com





www.soome.de



Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/studio-ecocentric/



In der authentischen Umgebung der Milchbar, eingerichtet im Stil der 50er Jahre, verbreiten bonbonfarbene Pastelltöne die Vertrautheit der amerikanischen Vorbilder von damals.

Doch das Styling-Motto des Sommers 2015 lautet: „Rock + alles ist erlaubt!“ Chucks, Ballerina oder High Heels - edle Seidenblusen, freche durchsichtige Tops, knielange Kleider. Der Rock und die Mode der 50er Jahre lassen Spielraum für viele Silhouetten.

Model: Nadja Torka
 Model: Christopher Zulauf
 Model: Janina Beck
 Cream Model Management
 Fotos: Melina Johannsen
 Hair&MakeUp: Anika Alischewski
 Mode: Studio EcoCentric
 Rock (unten) Nix



Es ist der Augen - Blick, der wieder zählt.
Die Betonung der Augen mit unschuldigem Augenaufschlag.

Text: Gabriele Perryman

Model (links): Nadja Torka
Model (rechts): Janina Beck





Die JeansRockerin

Selma Yasdut von Sey Jeans

www.sey-fashion.com



Selma Yasdut von Sey Jeans setzt die ökologische Messlatte noch höher: Aus ihrer Feder kommen GOTS-zertifizierte Damenjeans mit perfektem Sitz. Sey Jeans sind immer vorne an, wenn es um neue Trends und deren ökologische Umsetzung geht. Durch Ozon- und Lasertechnik lässt Selma Yasdut ihre Muster in Laserprints umsetzen. Die Damenjeans in schönen Frühlingsfarben sind mit E-was-



hing und E-dyeing hergestellt - unter geringem Wasserverbrauch der Maschinen und Reduzierung des Energie- und Rohstoffverbrauchs. Mit Qualität, Paßform und ökologischen Biss rocken Sey-organic Jeans nicht nur den Ökomarkt, sondern sind dabei, konventionelle Jeans in die hinteren Regale zu verweisen!

Text:Gabriele Perryman

www.sey-fashion.com

Fotos: Melina Johannsen
Hair&MakeUp: Anika Alischewski



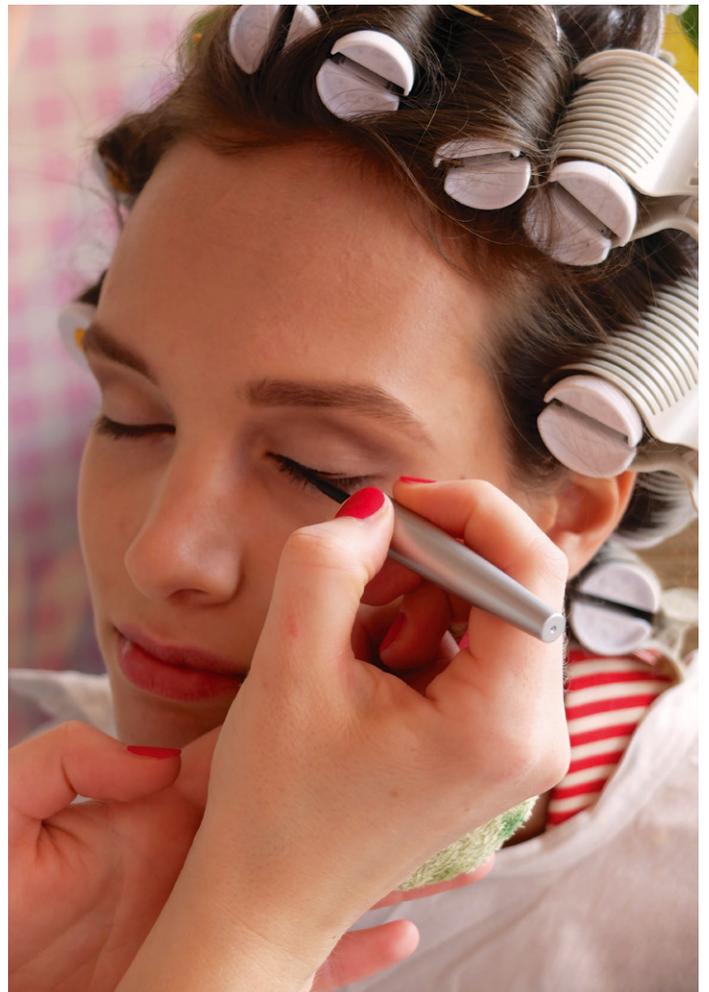
Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/sey-organic-jeans/

ROCKIGE NATURKOSMETIK

BLUTROTE LIPPEN UND EIN NEUER LIDSTRICH

Kosmetik ist die Schwester der Mode - sie betont, was Kleidung vorgibt.

Dieses Jahr feiert der Lidstrich sein comeback! Kein Diktat, sondern „free style“: von asiatisch nach oben gezogen, über Betonung der diva-ähnlichen geheimnisvoll-großen Augenlidern, bis hin zum eleganten 50er Jahre Audrey Hepburn Lidstrich. Melina Johannsen zeigt, wie es geht.



Der Lidstrich Schritt für Schritt:

Augenlid spannen. Strich von Innen bis zur Hälfte des Auges ziehen. Dann den Strich von Außen nach innen verbinden.

Auf ganzer Linie:

Bei halb geöffnetem Auge kann am besten der Lidstrich vom Ende des Wimpernkranzes zum inneren Augenwinkel gezogen werden! Dieses kleine Stück wird oft vergessen!

Bei leichten Schlupflidern:

Geradeaus in den Spiegel schauen, rechts und links am äußeren Augenwinkel den Lidstrich ansetzen, dann Augen

leicht schließen und den Lidstrich von innen nach außen mit den Seiten verbinden! So ist er auch später definitiv sichtbar und es gibt keine böse Überraschung

Text: Gabriele Perryman & Melina Johannsen
Fotografie: Melina Johannsen



Fotos: Melina Johannsen
Hair&MakeUp: Anika Alischewski

...denn sie wissen, was sie tun!



Cool und ökologisch - immer mehr junge Streetwear-Labels huldigen mit ihren Kollektionen den echten Rockstars der Mode: JEANS & SHIRT!

Es ist, als ob der Aufbruch der damaligen jungen Generation ins Heute übersetzt würde: Bewusstsein und Verantwortung für die Kleidung, die mit geschätzten 4

Milliarden Jeans pro Jahr die umsatzstärkste Spielwiese der Großen der konventionellen Textilbranche geworden ist.

Ob Bikerjeans in Lederoptik, metallisch glitzernde Denims im „garage“ Charakter oder „Raw“- Jeans - wir haben in diesem Sommer wieder Lust auf die neue Jeanswear - aber nicht auf Kosten der Umwelt!



Durchschnittlich kommen dabei 1,8 kg Chemie auf eine Hose* - vom Anbau bis zum fertigen Kleidungsstück. Das muss nicht sein, denn umweltschonende Technik ist auch in den Produktionsländern Indien, China und der Türkei bereit.

Ecolabels nutzen diese Techniken und

schaffen es, sich neben 70 % Umsatzsteigerung ein trendiges Profil zu schaffen, was den großen Marken zunehmend schwer fällt!

Eco und Trend haben sich gefunden!

Text: Gabriele Perryman

*IMO-Vortrag 2013 (Swerea, Report 2009)

Model: Christopher Zulauf
Oberteil: Rockbody
Fotos: Melina Johannsen
www.shotbylina.de
Hair&MakeUp: Anika Alischewski
www.rougeann.de



Rockbody

Markenzeichen - 3 Chilis mit Konzept, ein Newcomer mit eigener Handschrift und Shirts mit der Passion, zum Lieblingsteil zu werden. 3 Chilis stehen nicht nur für „frischer, frecher, rockiger“ sondern auch für „überlegt, durchdacht, kompakt“.

Was man an T-shirts heute noch anders machen kann?

Die Qualität der Stoffe, die Qualität der Verarbeitung, die Qualität des Designs.

Rockbody-Shirts sind wieder - wie früher, aus solidem Polo-Pique, Hoodies finden sich in anschmiegsamer, aber robuster

Sweatware wieder und T-shirts bekommen keine Löcher beim Waschen! Dezent und gut verarbeitete Nähte laufen manchmal ungewöhnlich, aber immer logisch und cool über Schultern und Body. Auffallend gut: Die washed-out 50er Jahre-Retrofarbscala!

Text: Gabriele Perryman

www.rockbody.de



Model: Christopher Zulauf
 Oberteil: Rockbody
 Fotos: Melina Johannsen
www.shotbylina.de
 Hair&MakeUp: Anika Alischewski
www.rougeann.de

LIPPEN mit SANTE



Schön symmetrisch:

Lippenherz mit Lipliner nachzeichnen, dann parallel dazu den unteren Lippenrand nachzeichnen- so kann man direkt prüfen, ob die Lippen symmetrisch sind! Im Anschluss die restliche Lippenkontur nachzeichnen.

Länger haltbar:

Mit einem Spatel etwas Lippenstift abnehmen, so bleibt der Lippenstift länger haltbar! Den Mund mit einem Lippenpinsel ausmalen.

Mehr Lippenvolumen:

In der Mitte des Mundes kann ein etwas hellerer Lippenstift aufgetragen werden, nach außen hin dunkler werden!



Klare Konturen:

Der Lippenrand direkt unter der Lippenkontur kann mit einem etwas helleren Concealer nachgezogen werden- die Lippen wirken etwas voller,

klar konturiert und ein Auslaufen des Lippenstiftes kann neben der Verwendung von Lipliner noch zusätzlich verhindert werden.

Text: Melina Johannsen

Model: Janina Beck
Cream Model Management
Fotos: Melina Johannsen
Hair&MakeUp: Anika Alischewski

MAKING OF

FOTOSHOOT

Making of mit Melina Johannsen



Models: Nadja Torka, Christopher Zulauf
Fotografin: Melina Johannsen
Hair&MakeUp: Anika Alischewski
Model: Janina Beck
Cream Model Management





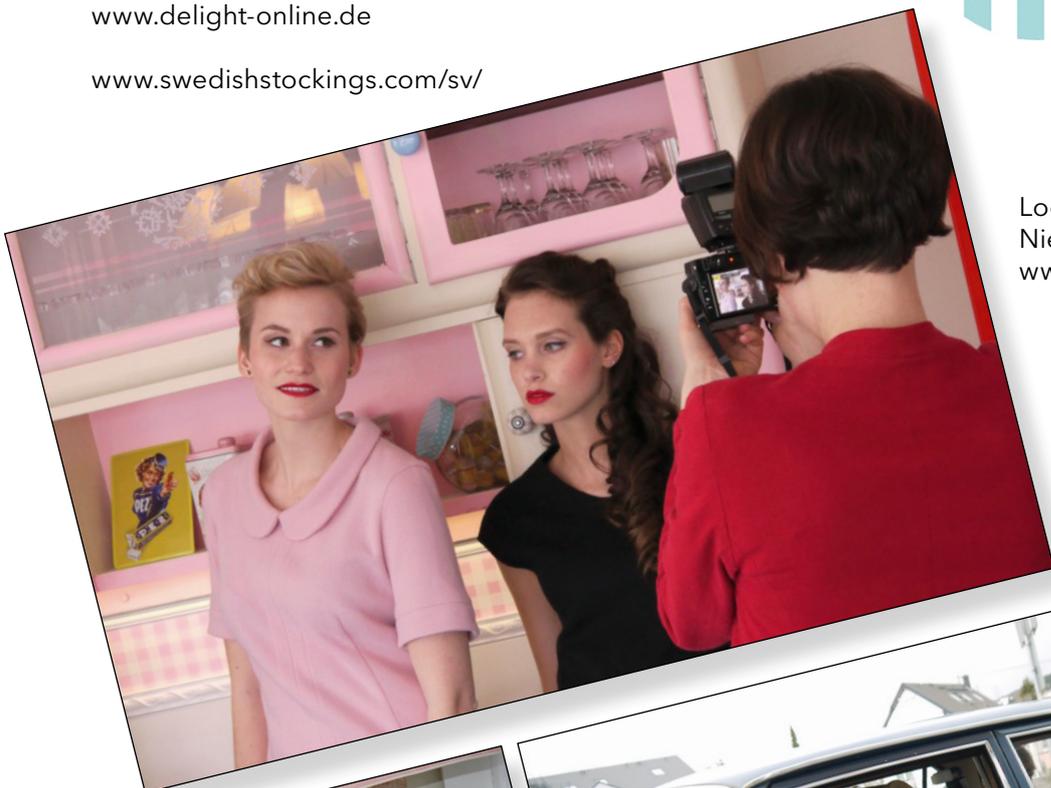
Die Milch-Bar

Mit beim Shooting Mode von:
Ecocentric, Sey Jeans, Delight-
online sowie Schuhe von Woody
und Strumpfhosen von Swedish
Stockings.

www.delight-online.de

www.swedishstockings.com/sv/

Location: Die Milch-Bar
Niedernhausen
www.milchbar-niedernhausen.de



Hair & MakeUp Artist
Anika Alischewski
www.rougeann.de

Styling & Foto
Melina Johannsen
www.shotbylina.de

EYELINER

ZUM ROCK

Wenn ein Style zum Rock gehört, dann doch auf jeden Fall der Eyeliner! Von den Fünfziger Jahren an, als auf der Leinwand Marilyn Monroe als blonde Sexbombe den Lidstrich mit perfekt geschwungenen Augenbrauen auf der Leinwand zum Markenzeichen machte und Bluesgrößen wie Etta James diesen Look, inklusive der blonden Locken, auf der Bühne trugen, gehört der Strich am Augenlid zum Look. Als die Blue Jeans populär werden, Röcke zu Rock'n Roll fliegen, Elvis den Sitzenwächtern in Amerika den Schweiß auf die Stirn treibt, da ziehen Mädchen auf der ganzen Welt präzise Linien und betonen Augen und Lippen, um wild tanzen zu gehen.

Noch wilder wird es dann Ende der Sechziger. Brigitte Bardot und Elizabeth Taylor machen den Lidstrich breiter. Nach Woodstock übernehmen die Hippies und während in den Siebzigern Stars wie Janis Joplin oder

Patty Smith ungeschminkt auftreten, feiert David Bowie den Glamrock und trägt buntes Make-up genauso selbstverständlich wie Eyeliner. Und dann erst die Punks! Punk ohne Eyeliner, als dicke Kajalstriche rund ums Auge getragen, ist nicht denkbar. Auch Patti Smith zieht inzwischen Linie.





In den 80ern treibt es der Lidstrich bunt, ums Auge schillern alle Farben bis dann in den 90ern der ‚Nude Look‘ kommt. Jetzt ist es nur eine zarte, mit Lidschattenpuder gezeichnete Betonung des Auges, bis dann mit Beyoncé und Jennifer Lopez der schwarze Lidstrich zurückkommt, als Basis eines perfekt mit verschiedenen Grau- und

Brauntönen modellierten Augenlids und dramatischen Wimpern. Auch die Augenbrauen werden wieder nachgezogen und kein Haar tanzt aus der Reihe. Bis Model Cara Delevigne die buschigen Brauen der 90er wieder zum Trend macht. Auch bei ihr gehört der Eyeliner dazu, lässig gezogen, unaufgeregt, als Teil des Streetstyles. Seit den 80ern hat sich eine Rockabillyszene etabliert, die momentan mit wilden Haarfarben und Tattoos die Fünfziger Jahre wiederaufleben lässt, Pin-Up Girls mit dramatischem Eyeliner sind die Vorlage für die Damen. Und die aktuellen Sommerlooks bringen Eyeliner auch wieder in bunt. Der Sommer wird pastell!

Text: Angie Aicher

Bio Peeling

Text: Angie Aicher

Schönheit im Frühling - Beauty Tipps

Frühling ist es, runter mit der Winterhaut! In den Beautytipps geht es diesmal darum, wie man der Haut einen schönen, frischen neuen Look verpassen kann. Weg mit den Resten der trüben, schlecht durchbluteten Haut aus kalten Tagen, her mit dem Strahlen, dem Glow und der Vorfreude auf Sommer Sonne Sonnenschein!

Ja, es geht um Peelings.

Der DIY Tipp von Living Nature: Manuka Honig und Weizenkleie fürs Gesicht
- 1TL Manuka-Honig mit 1EL Weizenkleie mischen und auf das Gesicht auftragen.

10-15 Minuten einwirken lassen, danach sanft abrubbeln. Die Reste mit lauwarmem Wasser abwaschen. Manuka-Honig spendet und bindet Feuchtigkeit und schützt vor Unreinheiten. Kleine Fältchen werden geglättet, die Haut sieht schön prall aus. Außerdem wirkt Manuka-Honig stark antibakteriell, klärend und beruhigend.

Aktiven Manukahonig erhalten Sie über Living Nature unter www.living-nature.de.

Für empfindliche Gesichtshaut auch sehr gut geeignet ist das ‚Kukui Sanftes Gesichtspeeling‘ von Pai Organics.

- Das Peeling-Gel mit feinen Jojobaperlen und sanften Ölen wird auf die feuchte Haut massiert. Dabei lösen sich auch die Jojobakügelchen auf und pflegen zusätzlich mit ihrem Wachs. Es lässt sich leicht abspülen und bringt die Haut mit Omega 3 und 6 und Vitaminen zum Strahlen.

Etwas intensiver geht das ‚Passion Maske und Mikrodermabrasion‘ von Pure + True aus Hawaii zur Sache. Für reifere Haut mit Hyperpigmentierung empfohlen!

- Alpha-Hydroxysäuren, Walnussschalen und Enzyme sorgen für eine gründliche Entfernung abgestorbener Hornzellen und bringen neue, frische Haut zum Vorschein. Bei regelmäßiger Anwendung

regen Fruchtsäuremasken auch die Kollagenbildung an und sind damit ein wichtiger Bestandteil in der Anti-Aging Pflege Körperpeeling, auch aus Neuseeland, ein öliges Peeling mal nicht im Topf sondern in der Tube, praktisch, effektiv, macht Schmusehaut.

„BIO ACTIVE BODY EXFOLIANT“ von SANS(CEUTICALS)

Wirksame Adaptogen-Technologie aus der Ginsengwurzel wird mit ultrafeinen Bambuskörnchen, Bio-Sheabutter, zellverjüngendem Vitamin E und Gojibeere kombiniert. Das Resultat ist ein sanftes Peeling und ein Feuchtigkeitsschub für verfeinerte Poren und straffe Haut.

Text: Angie Aicher

www.greenglam.de



Foto (links): Boris Bärmichl
 Model: Juliane
 MakeUp: Gréta Istvándi
 Bild (rechts): Living Nature,
 SANS Bio Active



Text: Angie Aicher
Fotos: i+m

Passend zu unserem bunten Frühlingsstrauß gibt es Neuigkeiten aus Berlin. Die Marke i+m Naturkosmetik steht jetzt mit frischem, neuen Design und einigen neuen Produkten in den Regalen. Die klaren Farben machen Lust zuzugreifen und sind ein absoluter Hingucker. Aber nicht nur die Optik hat eine Aufwertung erfahren, zusätzlich wurden das Konzept und einige Namen etwas verändert. Jetzt steht die Wirkung der jeweiligen Pflege deutlicher im Vordergrund und auf den Etiketten. Wobei diese Änderung rein optisch ist, die Inhaltsstoffe sind identisch geblieben. Nach 2007 ist das der

zweite Relaunch der 1978 gegründeten Marke. Dahinter steht auch der Wunsch das Konzept mit Fairtrade, veganer Produktion, die schon immer tierversuchsfrei ist, auch deutlicher auf den Flaschen zu kommunizieren. Und dieses Konzept beschränkt sich nicht nur auf die Produkte, sondern umfasst auch die Fürsorge für die eigenen Mitarbeiter und die in den Zulieferbetrieben. Es wird auf hohe ethische Standards geachtet, die Produktion sitzt in Deutschland- all das macht die Marke sehr modern und sehr sympathisch! Nach den Reaktionen der KundInnen gefragt, schmunzelt Brand

Managerin Miriam Neubauer. Denn neben den positiven Kommentaren vor allem junger Kunden waren natürlich die Stammkundinnen besorgt, ihr bewährtes Produkt nicht mehr zu finden. Aber keine Angst, alles noch da! Plus die tolle neue Linie ‚Age plus‘ mit Gesichtöl, Serum und reichhaltiger Creme mit Arganöl, Immortelle und Hyaluron für reife Haut.

Dazu wurde die ‚Tausendschön‘ Körperlotion gerade von Ökotest mit ‚Sehr gut‘ ausgezeichnet, alles in allem ein ereignisreicher Start für das neue Konzept! i+m rockt!

www.iplusm.berlin



ROCK AUS ÖSTERREICH

Die „Göttin des Glücks“ lässt die Sonne scheinen und präsentiert eine leuchtende Sommerkollektion, inspiriert von den Farben Lateinamerikas, mit tropischen Farben und luftigen Schnitten.

Die Göttin sorgt dafür, dass auch bei sommerlichen Temperaturen keiner ins Schwitzen kommt - die aktuelle Sommerkollektion. (Kern Kommunikation)

www.goettindesgluecks.at



lavera TREND ROCK

Die neue Trend sensitiv Urban Summer Skies Collection fängt die aufregenden Farben der Saison ein und präsentiert sie in einem vollständigen Look aus zehn Natrue-Makeup-Produkten. Sanft schimmernde Puder bringen den Teint zum Strahlen, während die

Lip Creams mit fruchtig-duftenden Farben ein geschmeidiges Lippengefühl verleihen. Die Augenlider dienen ab sofort als Leinwände der eigenen Persönlichkeit und werden zu farbenfrohen Kunstwerken aus leuchtenden Gelb- und Aquatönen, fruchtigem Man-

go und sanftem Braun.
Text: (Red.)



ILLUMINATING POWDER
Mit Multi-Mineral-Komplex
Mit natürlichen, lichtreflektierenden Pigmenten
drei perfekt aufeinander abgestimmte Farben

Sheer Rose 03



Natrue-zertifiziert und erhalten
Bio-Pflanzeninhaltsstoffe
aus eigener
Herstellung und
Vegan.



Frische Trends für die Augen
Beautiful Mineral Eyeshadow Quattro
Hohe Pigmentierung für maximale Farbeffekte

Lunatic Summer Skies 05

Kühles Understatement
Langanhaltende Farbbrillanz

Sophisticated Tones 06

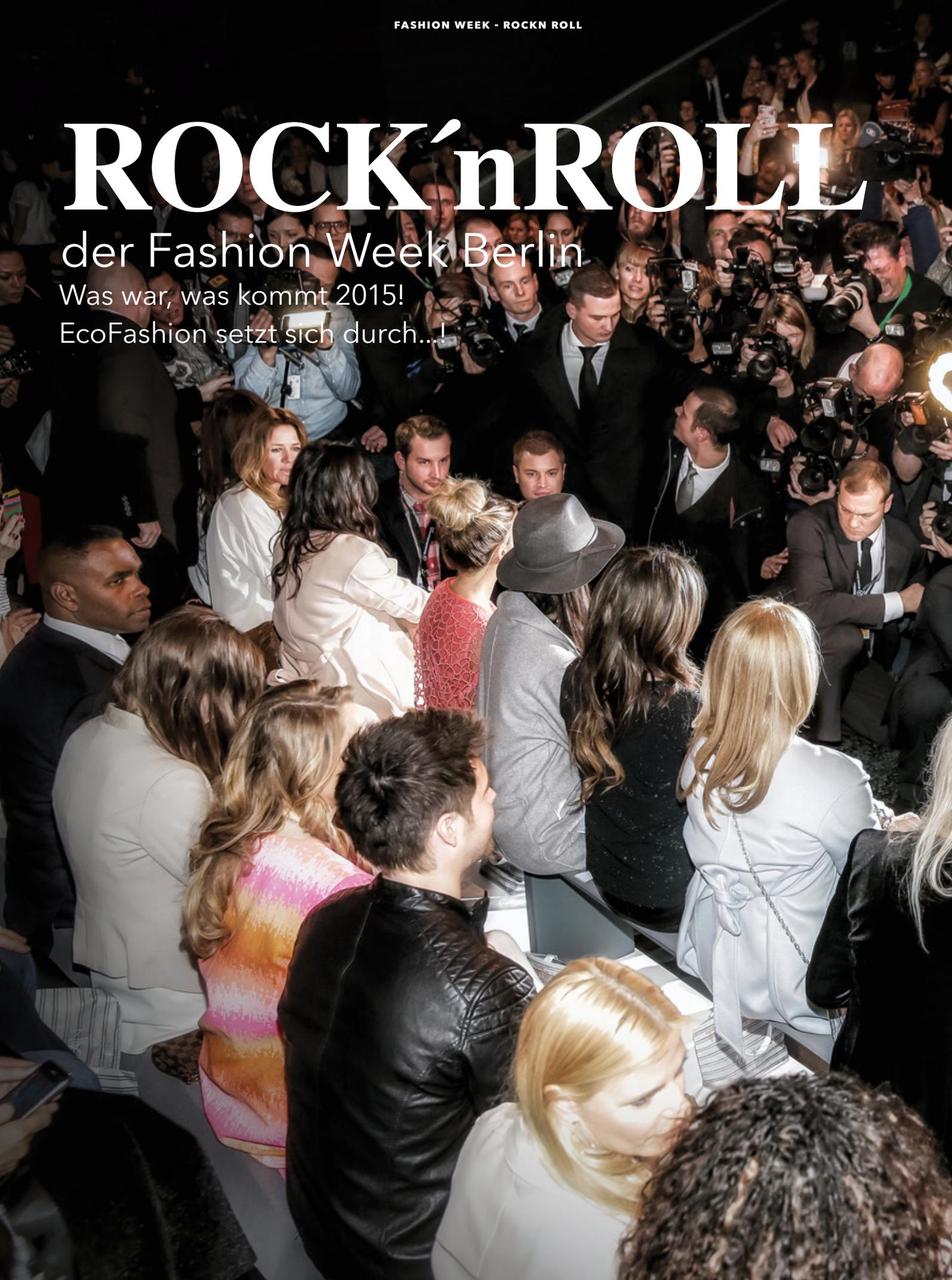


ROCK'nROLL

der Fashion Week Berlin

Was war, was kommt 2015!

EcoFashion setzt sich durch...!





Fotograf: Boris Bärmichl



Lavera Showfloor

FALSCHER ROCK

Wir werden nicht mehr schlau aus dem LAVERA-SHOWFLOOR !

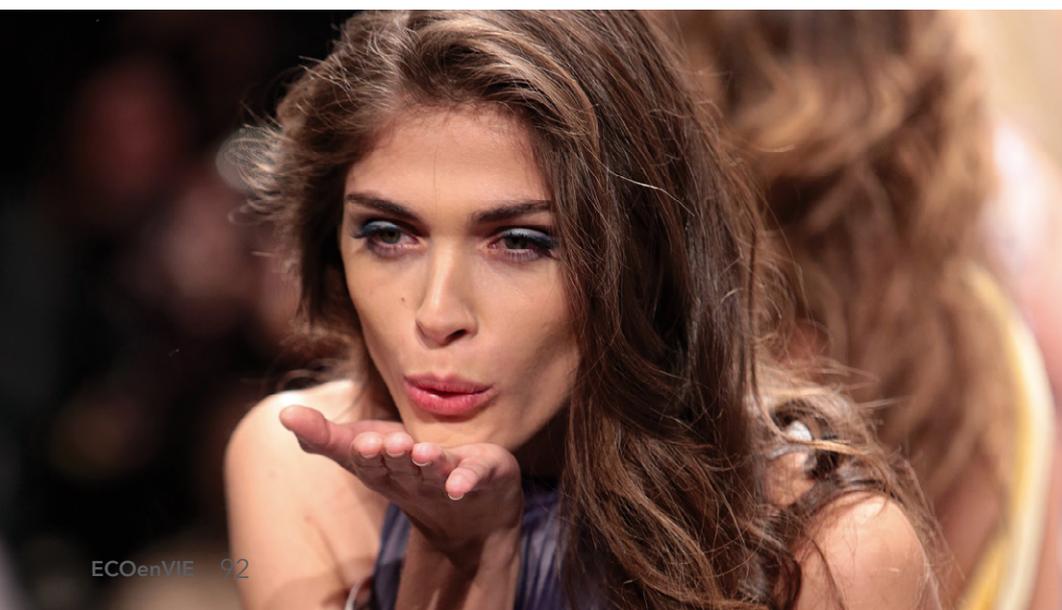
Nachhaltig? - Unnatürlich sind die neuen Schleierwolken, mit denen Lavera versucht hat etwas ökologisch aussehen zu lassen was es nicht ist!

Keine G.O.T.S. zertifizierte Mode, keine IVN zertifizierte Mode, Bio-Stoffe sind fast nicht mehr zu finden. Warum stellt sich ein Naturkosmetik Hersteller aus

Deutschland nicht hinter die BioMode aus Deutschland? Auf diese Anfrage haben wir bis heute keine Antwort bekommen. Somit haben wir auch nichts mehr darüber zu berichten, was sehr schade ist. Da helfen auch die VIPs aus RTL und PRO7 nicht mehr weiter...

Text: (Red.)

www.lavera-showfloor.de





Mercedes Benz Zelt

HANDGEWEBTE RÖCKE

Wir verfolgen sie schon länger - ISABELL DE HILLERIN. Sie ist eine echte Bereicherung der Fashion Week Berlin. Sie bringt handgewebte Stoffe aus Rumänien, hergestellt in kleinen Dörfern, in die Mode Stadt Berlin. Ihre aktuelle Kollektion wurde in einer Kooperation mit Frauen aus Moldawien entwickelt. Isabell De Hillerin kombiniert alte Tradition mit dem modernen zeitgemäßen Still der selbst

bewussten Frau von heute. Leider gibt es für kleine Manufakturen heute noch keine bezahlbare Lösung, solche Stoffe und Produktiionen zu zertifizieren. Deshalb geben wir solchen unterstützenswerten Projekten hier trotz fehlender Zertifizierung unsere Aufmerksamkeit.

Text: (Red.)

www.isabelldehillerin.com







ANNE GORKE

ROCK AUS WEIMAR

Hier könnt Ihr Sterne geben: www.ecoenvie.de/designer/anne-gorke/





Designerin
Anne Gorke



SIND WIR NICHT ALLE ETWAS... ANNE GORKE !

Wolle und Seide als Gemisch, sowie edle Bio-Baumwolle mit erdverbundenen Farben zeigte uns Anne Gorke im Stage Bereich der Mercedes Benz Fashion Week in Berlin.

Ihr persönliches High Light: das Webmuster „Canvas“, ein festes und damit eher steifes Gewebe, das aus Baumwolle hergestellt wird, formstabil ist und durch die Struktur besticht.

Auch bei Anne war der Walk-Stoff zu finden und setzt schöne Akzente in der reduzierten Kollektion von zwölf Teilen, die immer wieder anders kombiniert werden können.

Die Show selbst, blond, frech und mit Live Musik unterlegt, setzte wieder einen lebendigen Akzent, in der sonst so durch gestylten kalten Mercedes Benz Zelt Atmosphäre.

Schön auch immer der klare Bauhaus Einfluss aus ihrer Heimatstadt Weimar.

Anne Gorke baut sich weiter aus, die aktuellen Händler findet Ihr auf der Webseite von Anne Gorke.

Text: (Red.)

www.annegorke.com





Fotograf: Boris Bärmichl



Ethical Fashion



green showroom

ES ROCKT IN DER SALONSHOW

Der Höhepunkt war auch in diesem Januar 2015 die Salonshow in der neuen Location Berliner Postbahnhof. Die Zusammenlegung der beiden Messen „Green Showroom“ und „Ethical Fashion Show Berlin“ war ein gute Strategie der Frankfurter Messe. So bekommt die Grüne Mode ein breites Spektrum von

Street Wear bis Exklusiven und Avantgarde Mode an einem Platz. Wir können allen Einkäufern diese neue Location nur wärmstens empfehlen, es ist ein gelungener EcoFashion Garten, in dem es sich zu verweilen lohnt.

Text: (Red.)

www.green-showroom.net



NEWS VIVANESS

Die Entdeckung auf der VIVANESS (BioFach) in Nürnberg.





— News von der Vivanness —
**BROOKLYN SOAP
COMPANY**

Bio-Pflege Produkte aus Hamburg

www.bklynsoap.com

Fotograf: Boris Bärmichl

COOLES PACKAGING

MIT

SIEGEL



BEAUTYREDAKTEURIN

SO:

WIE??

NUR FÜR JUNGS???



DIE BARTSEIFE

BARTTRÄGER:

TESTEN

MACHT ECHT EINEN

UNTERSCHIED!





**DAS TRENDPRODUKT
UND
MUST - HAVE ALLER
BARTTRÄGER
„BEARD OIL“**



**DIE JUNGS
VOR
IHREM
STORE IN
HAMBURG**





WEITERE ROCKIGE

HIGHLIGHTS

www.vivaness.de

10. - 13. Februar 2016

Fotograf: Boris Bärmichl



APOTHECARY
Pure Düfte für Puristen
www.florascent-aromes.de



STYX - Naturkosmetik
Kartoffel Handbalsam
www.styx.at



Acorelle
Eau de Parfum -- Bio Duft
www.alva.de

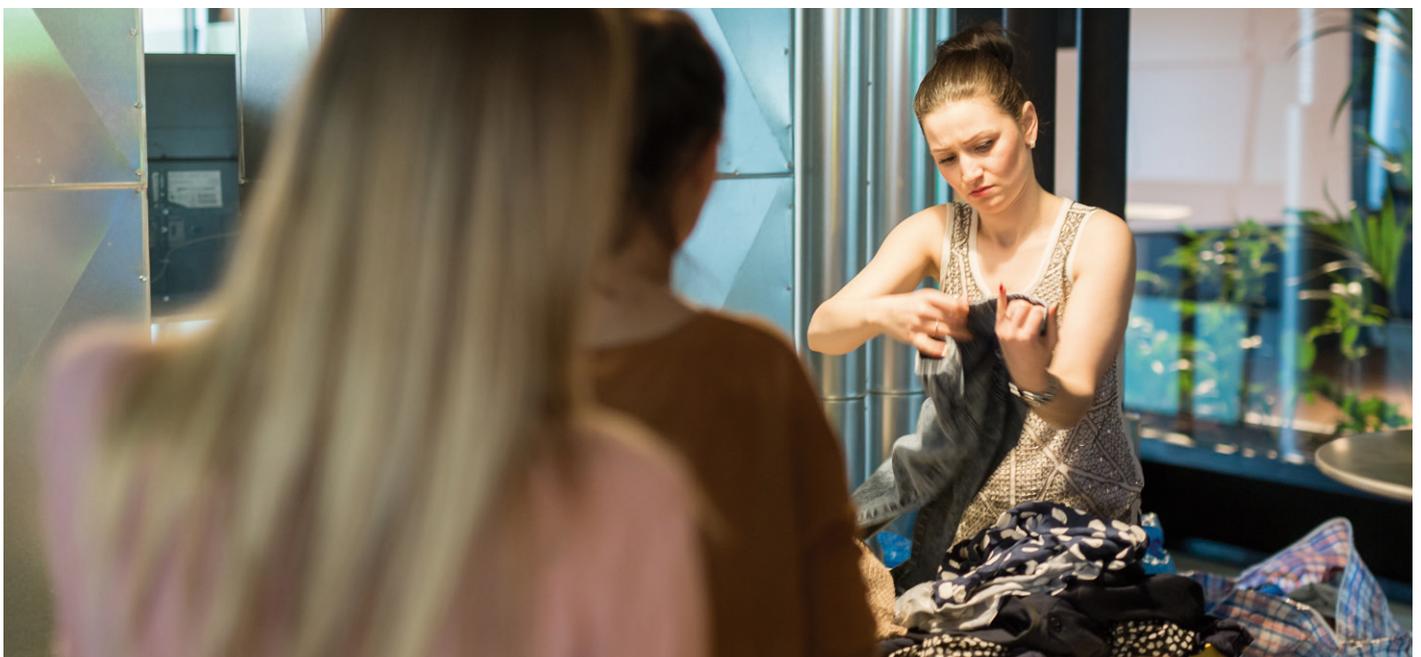


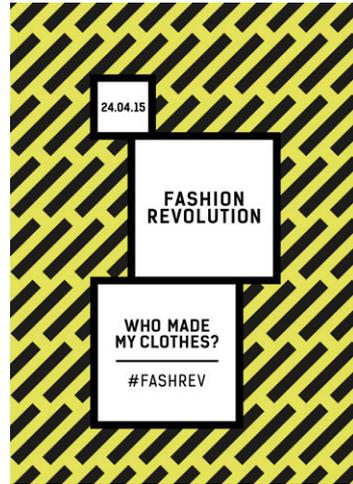
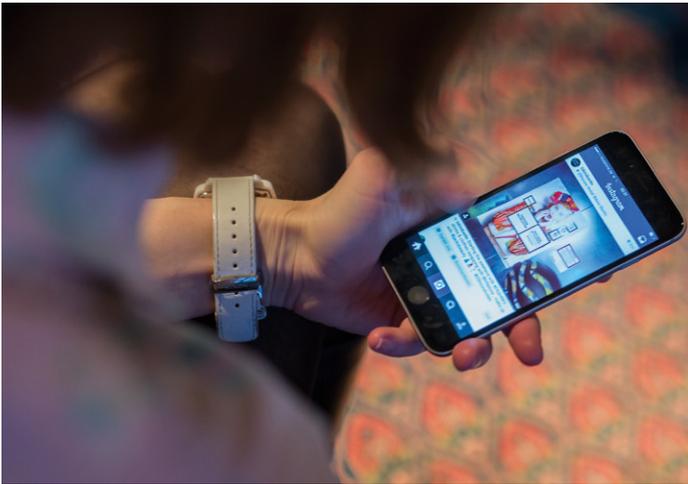
FASHION REVOLUTION

DAY war am 24. APRIL 2015

Fotograf: Markus Hertzsch

Nicht nur die Verbraucher können sich aktiv am Fashion Revolution Day beteiligen - auch Designer, Einzelhändler und Produzenten sind dazu aufgefordert, sich auf kreative Weise an dem Aktionstag zu beteiligen und mit spannenden Ideen auf die Missstände in der Textilindustrie hinzuweisen. Die Art der Umsetzung steht dabei jedem offen: Von einer passenden Schaufensterdekoration bis zu einem auf links gedrehtem Sortiment sind für die Teilnehmer alle Möglichkeiten offen. Designer und Produzenten können zudem auch über soziale Netzwerke aktiv werden, und zwar mit einer einfachen Antwort - „I made your clothes“. Ein Bild oder ein kurzer Text zeigen den Verbrauchern dann, wer hinter der Produktion der Klei-





dungsstücke steckt.
 Nach der großen Teilnehmerzahl im vergangenen Jahr haben auch für diesen April bereits wieder viele Shops ihre Teilnahme zugesagt, in Deutschland zum Beispiel der LNFA Concept Store in der Shopping Mall Bikini Berlin. Eine Diskussionsrunde thematisierte am 24. April 2015 ab 17 Uhr nachhaltige Konzepte in der Modebranche. Gäste sind unter

anderem Gründerin Sevil Uguz, die die LNFA Jungdesigner Plattform präsentieren wird, Magdalena Schaffrin, Creative Director der grünen Modemesse Greenshowroom, die einen Überblick über die Do's und Dont's für nachhaltige Markenpositionierung in der Textilbranche gibt, und Lizzie Delfs von der Esmod Berlin Internationale Kunsthochschule für Mode, die einen Einblick in den Stu-

diengang „Sustainability in Fashion“ bietet. Für alle, die mehr über den Fashion Revolution Day erfahren wollen, stellt Deutschland- Koordinatorin Annett Borg die weltweite Initiative detailliert vor. www.fashionrevolutiongermany.org

(Texte und Infos: kernkommunikation)



Fotograf: Markus Hertsch

www.fotomanufaktur-hertsch.de

Hintergrund

Der **Fashion Revolution Day** wurde von Carry Somers ins Leben gerufen, Pionierin der Fair Trade Bewegung und Gründerin des Hut-Labels Pachacuti. Mit einem internationalen Koordinationsteam bestehend aus Designern, Pressevertretern, Aktivisten und Akademikern aus der Modebranche und darüber hinaus bildet der Fashion Revolution Day eine Bewegung, die den öffentlichen Dialog sucht, um neue Lösungsansätze zu diskutieren und einen Wandel in der Textilindustrie hervorzurufen. In bisher 66 Ländern haben sich Vertreter zu diesem Zweck zusammengefunden. Koordinatorin für Deutschland ist Annett Borg. Sie bildet gemeinsam mit dem Team des Upcycling Fashion Stores, Kirsten Brodde (Greenpeace Detox, kirstenbrodde.de), Magdalena Schaffrin und Hannah Ringwald (Greenshowroom), Johanna Balzer (jovoo.de) und Max Gilgenmann (Ethical Fashion Show Berlin) das Komitee zur Organisation des Fashion Revolution Day Deutschland.





Bis zum nächsten Jahr
24. April 2016
**FASHION
REVOLUTION DAY**



QMILK - Luxus - Naturkosmetik gewinnt den Wellness-Innovationspreis 2015

Die Weltneuheit QMILK Natural Skincare sorgt für ein königliches Hautgefühl - mit frischen Milchproteinen als Hauptkomponente. Die Gesichtspflege erzielt die sofortige Regeneration der Hautbarriere und deutliche Verbesserung der Hautspannkraft. Besonders für Problemhaut ist sie bestens geeignet, da sie frei von bedenklichen Inhaltsstoffen wie z.B. Emulgatoren, synthetischen Konservierern, PEG, Silikonen, Parabenen, Alkohol u.a. ist. Seit 5.000 Jahren nimmt die Milch in der Ayurveda den höchsten Stellenwert als Verjüngungsmittel ein. Auch heute



noch ist Cleopatras Milchbad das stärkste Anti-Agingmittel der Welt.

Aktion: Bestellen Sie bis 31.05.2015 das QMILK Skinoil für nur 13,00 € statt 15,00€ und testen Sie die QMILK Natural Skincare gleich mit! Wir schenken Ihnen ein mit Liebe abgefülltes Creme-Bonbon! Gutschein-Code: **Ecoenvie-0515**

<http://shop.qmilk-cosmetics.com/#creme>

TERMINE MESSEN EVENTS 2015

BERLIN FASHION WEEK	06. - 10. JULI 2015
GREEN SHOWROOM / EHTICAL SHOW	08. - 10. JULI 2015
MODEFABRIK AMSTERDAM	12. - 13. JULI 2015
INNATEX	01. - 03. AUGUST 2015
MUNICH FABRIC START	01. - 03. SEPTEMBER 2015
BIO FACH - NÜRNBERG	10. - 13. Februar 2016
BEAUTY DÜSSELDORF	04. - 06. März 2016

WO FINDE ICH DEN NÄCHSTEN SHOP ?

Der Shop-Finder von ECOenVIE

PLZ 08491 Netzschkau

Silke-Manon Wiesnet e.K.

Öffnungszeiten: (telefonisch vereinbaren)
 Silke-Manon Wiesnet
 Hermann-Löns-Straße 2
 08491 Netzschkau
 Telefon: 03765-645 36
 E-Mail: info@manondesign.de
www.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.com
www.wunderwerk.de.com

PLZ 40233 Dortmund

Sabine Hofius Design GmbH

hofius

Öffnungszeiten: Mo. - Fr. 10:00 - 18:30 Uhr
 Sa. 10:00 - 16:00 Uhr
 S. Hofius
 Olpe 19
 40233 Dortmund
 Telefon: 0231- 533 06 79
 E-Mail: laden@hofius-mode.de
www.hofius-mode.de

PLZ 45127 Essen

DearGoods

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:00 Uhr
 Sa. 10:30 - 18:00 Uhr
 Friedrich-Ebert-Straße 55
 45127 Essen
 Telefon: 0201-506 51 122
 E-Mail: shop@deargoods.com
www.deargoods.com

PLZ 50677 Köln

Green Guerillas

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:00 Uhr
 Sa. 10:00 - 18:00 Uhr
 Merowingerstraße 6
 50677 Köln
 Telefon: 0221-998 74 155
 E-Mail: kontakt@green-guerillas.de
www.green-guerillas.com

PLZ 79098 Freiburg

zündstoff - S. Klemz & M. Rau GbR

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:00 Uhr
 Sa. 10:30 - 18:00 Uhr
 Adlerstraße 12
 79098 Freiburg
 Telefon: 0761-557 33 01
 E-Mail: service@zuendstoff-clothing.de
www.zuendstoff-clothing.de

PLZ 80469 München**DearGoods**

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:00 Uhr
 Sa. 10:30 - 18:00 Uhr
 Baldestraße 13
 80469 München
 Telefon: 089-442 34 856
 E-Mail: shop@deargoods.com
www.deargoods.com

PLZ 80469 München**DearGoods**

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:00 Uhr
 Sa. 10:30 - 18:00 Uhr
 Baaderstraße 65
 80469 München
 Telefon: 089-189 32 863
 E-Mail: shop@deargoods.com
www.deargoods.com

PLZ 80469 München**GLORE MÜNCHEN**

Öffnungszeiten: Mo.-Fr. 11:00 - 19:30 Uhr
 Sa. 11:00 - 19:00 Uhr
 Baaderstraße 55
 80469 München
 Telefon: 089-18 91 28 25
 E-Mail: hello_MUC@glore.de
www.glore.de

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.de
www.farcap.de

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

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

TOP-TEN BIO FASHION DESIGNER APRIL 2015

1



HEMP AGE
www.hempage.de

6



SVEEKERY
www.sveekery.berlin

2



LILLIKA EDEN
www.lillika-eden.de

7



FARRAH FLOYD
www.farahfloyd.com

3



KOMODO
www.komodo.co.uk

8



MAYER.PEACE COLLECTION
www.mayer-berlin.com

4



ANJA DESIGN
www.anja-design.com

9



AIKYOU
www.aikyou.de

5



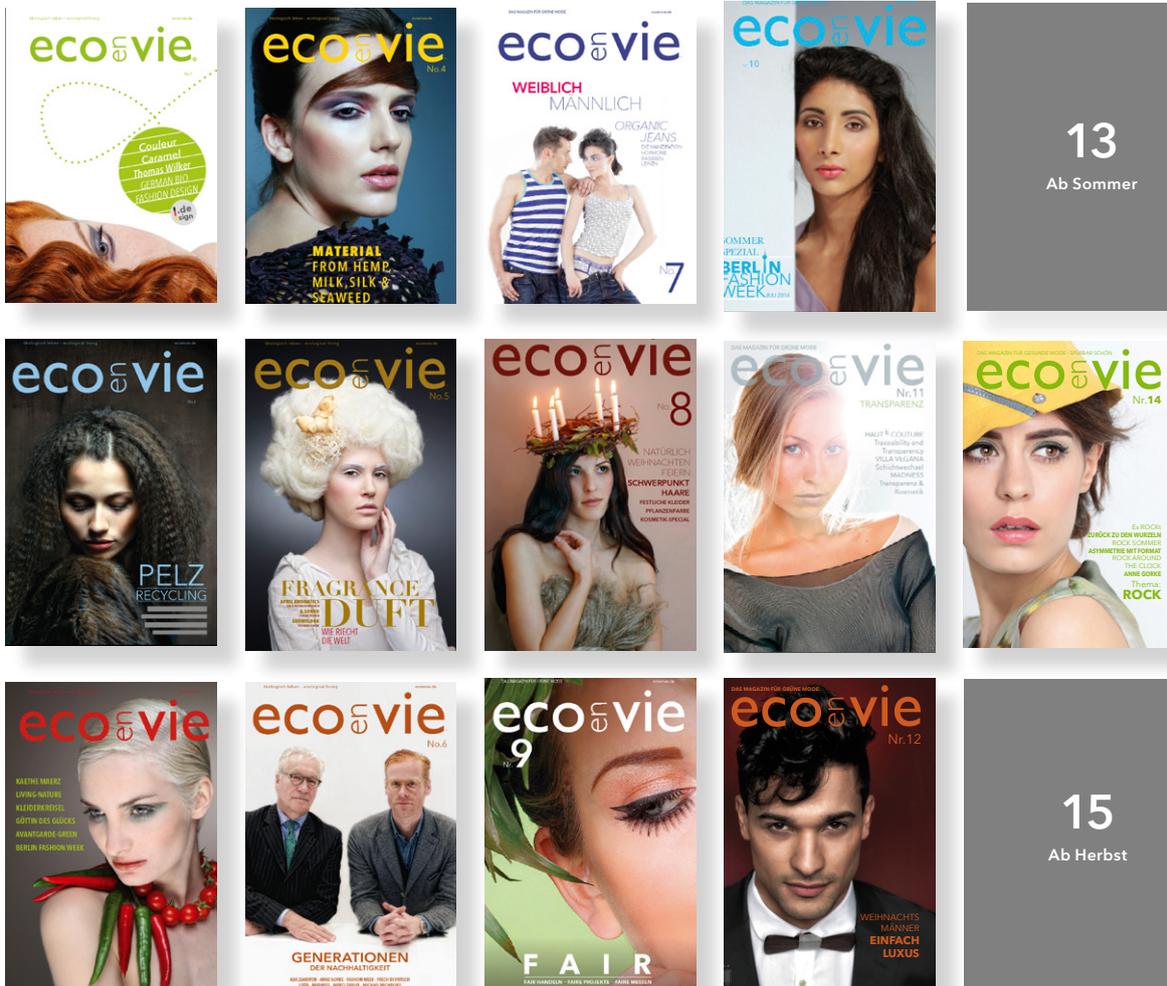
SKRABAK
www.skrabak.de

10



ARMEDANGELS
www.armedangels.de

ALLE MAGAZINE JETZT IM ABO



Gute Gründe für Sammler und Liebhaber jetzt ECOenVIE zu abonnieren und fehlende Ausgaben nach zu bestellen, noch gibt es alle Magazine!

- | | | | | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 0 Magazin Nr. 01 | 0 Magazin Nr. 04 | 0 Magazin Nr. 07 | 0 Magazin Nr. 10 | 0 Magazin Nr. 13 |
| 0 Magazin Nr. 02 | 0 Magazin Nr. 05 | 0 Magazin Nr. 08 | 0 Magazin Nr. 11 | 0 Magazin Nr. 14 |
| 0 Magazin Nr. 03 | 0 Magazin Nr. 06 | 0 Magazin Nr. 09 | 0 Magazin Nr. 12 | |

Nutzen Sie den Preisvorteil, zahlen Sie im Abo 24.- € statt 28.- € beim Einzelkauf. Die Kosten fürs Porto übernehmen wir, Sie bekommen vier Magazine frei Haus zum Sonderpreis von 96.- Euro.

Nutzen Sie den Link zum Abo-Formular <http://www.ecoenvie.de/magazin/abo/> oder einfach per E-Mail an: ad@ecoenvie.de -

ganz schnell per Telefon 08141-357 32 17

Unterstützen Sie uns mit einem
Magazin Abo!

ECOENVIE TEAM



Redaktion Stoff & Design
Gabriele-Perryman



Redaktion Gesundheit
Dr.med. Andrea Alverdes



Beauty Director
Angela Aicher



Redaktion Frankfurt
Melina Johannsen



Herausgeber
Boris Baermichl



Visagistin - Friseurmeister
Grèta Istvándi



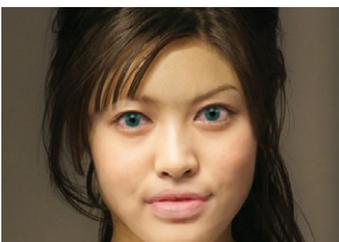
Redaktion Australien
Laurence von Kessel



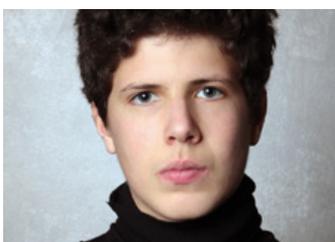
Redaktion Vegan
Henriette Leder



Redaktion Männer
Wanja Alverdes



Redaktion Mode
Nina-Bloom



Postproduction
Leon Alverdes



Correspondent USA
Tina Streidl



Redaktion Hamburg
Jörg Sievers



Marketing & Werbung
Sabine Fink



Marketing & Werbung
Hans Materlund



Die letzte Seite
Bob Snob



Markus Hertsch
Fotograf Berlin

HERAUSGEBER:

Ein Projekt des TechnologieScout
Boris Bärmichl

BEAUTY DIRECTOR

Angie (Angela) Aicher
angie.aicher@ecoenvie.de

DESIGN & STOFF

Gabriele Perryman
gabriele.perryman@ecoenvie.de

REDAKTION VEGAN

Henriette Leder
henriette.leder@ecoenvie.de

REDAKTION BERLIN - FRANKFURT

Melina Johannsen
melina.johannsen@ecoenvie.de

REDAKTION HAMBURG

Jörg Sievers
redaktion@ecoenvie.de

REDAKTION MÜNCHEN

Wanja Alverdes
wanja.alverdes@ecoenvie.de

REDAKTION SCHÖNGEISING

Nina Bloom, Diana Smith,
redaktion@ecoenvie.de

Bob Snob
bob.snob@ecoenvie.de

MARKETING & WERBUNG

Sabine Fink & Hans Materlund
ad@ecoenvie.de

CORRESPONDENT USA

Tina Streidl
tina.streidl@ecoenvie.de

CORRESPONDENT AUSTRALIEN

Laurence von Kessel
laurence.vonkessel@ecoenvie.de

ADRESSE:

ECOenVIE
Nettstraße 4
D-82296 Schöengeising

Tel.: 08141-357 32 17
Fax: 08141-357 32 13

Ust.IdNr/VAT ID: DE 130 68 41 10
Webseite: www.ecoenvie.de

DANK SAGUNG:

An INSTYLE MODELS und alle Models sowie Gréta Istvándi für das tolle MakeUp. Dem Team von Melina Johannsen für das tolle Shooting. Den Designern Credo, Silk Boxx, Benjamin Itter, Sey Jeans, Rockbody, Green Age, Johanna Riplinger, Farrah Floyd, Format, Alma&Lovis. Den Naturkosmetik Herstellern Couleur Caramel, Sante und Lavera. Woody für das Schuh Sponsering, Ihr werdet das nicht bereuen. Genauso wie Ultrashoes, die uns kräftig unterstützen. Dank den vielen Agenturen, die uns mit News und Infos versorgen, besonders Kern Kommunikation. Ein großes Danke an Markus Hertzsch, unserem neuen Fotografen in Berlin für seinen Einsatz am FASHION REVOLUTION Day. Schließlich dem tollen Team von ECOenVIE, ohne das das Magazin nicht möglich wäre - D A N K E !!

UNTERSTÜTZUNG

Wenn Sie unsere Arbeit unterstützen wollen, machen Sie Werbung für unser Magazin, verschenken Sie ein Magazin in Print. Schließen Sie ein Abo mit uns ab, einfach eine E-Mail an ad@ecoenvie.de

ANZEIGEN

Jede Anzeige macht uns das Leben leichter und erhält dieses Magazin, somit herzlichen Dank bei:

April Aromatics	Seite 07
LINOZZ	Seite 26
ECOinFASHION	Seite 27



Die letzte Seite...

Wie war das mit dem Rock...

Ich kann mich noch gut erinnern, wie wir Jungs in der Schulpause den Mädchen den Rock gehoben haben und dazu riefen "Deckel hoch der Kaffee kocht!" - Und unserer wird nicht der einzige Schulhof solcher Streiche gewesen sein...

Heute ein klarer Fall für die Frauen Beauftragte und vielleicht bis heute der Grund für einige Frauen, keinen Rock mehr zu tragen, wofür ich hier - auch an Stelle meiner Geschlechtsgenossen- eindringlich um Entschuldigung bitte !!!

Ein schöner Rock schmeichelt einer Frau viel mehr als die schönste Hose. Wir dürfen das in Bayern gerade bei der Jugend mit dem Wiederaufleben der Tracht und den feschen Mädln im Dirndl neu erleben.

Was fällt Ihnen ein beim Thema ROCK? Der "King of Rock" wäre dieses Jahr gerade 80 Jahre alt geworden, die Röcke die sich drehen und durch die Luft wirbelten bei "Rock and Roll" oder das Verstecken hinter dem Rock der Mutter, wenn die Tante, Oma oder Verwandtschaft kam. Der Rock als Schutz, als Unterschlupf und als erotisierendes Kleidungsstück.

Der Rock gehört mit Sicherheit zu einem der ältesten Kleidungsstücke und ist komischerweise in unserem Land klar heute der Frau zu geteilt. Dabei war das im Mittelalter mal ganz anders gewesen, da war der Rock mehr Unisex, also für Frauen und Männer attraktiv. Der Rock wurde bei

Frauen damals knöchellang und bei den Männern knielang getragen.

Vereinzelt findet der Rock bei Männern wieder Anklang. In der weiblichen Modewelt ist der Rock das Kleidungsstück, das im Halbjahresrhythmus in Länge und Schnitt stark verändert wird. Vom langen Rock im Herbst und Winter zum kurzen Rock in heißen Tagen, als enge Röhre oder wallend mit viel Stoff. In der Modewelt rockt der Rock.

Ich habe nun mal ein Experiment gemacht und für einen Tag einen Rock angezogen, mit Hemd und Sakko dazu. Es fühlt sich schön an, viel luftiger als die doch sehr beengenden Hosen. Vermisst habe ich allerdings eine Tasche am Körper für das Notwendigste. Klare Männersache - immer alles in den Taschen zu haben! Doch hat in diesem Fall das Sakko geholfen. Nun ist mir klar geworden, warum Frauen eine Handtasche brauchen - für mich ein neuer Aspekt.

Noch nie wurde ich so viel beachtet wie an diesem Tag mit Rock. Was Kleidung aus uns macht und wie Menschen auf Kleidung reagieren, das war und ist für mich eine ganz neue Erfahrung.

Wir setzen also ein klares Zeichen mit dem, was wir anziehen - dessen sollten wir uns immer wieder bewusst sein. Eco-Fashion rockt und das können und dürfen wir zeigen.

Ihr Bob Snob