

DAS MAGAZIN FÜR GESUNDE BIO MODE

# ecoenvie

www.ecoenvie.de

Nr.17

## Ökonomie

GEMEINWOHL-ÖKONOMIE

BUSINESSKLEIDUNG

WOHLFÜHL-  
RENDITE

CONFORM

RAMIE

SCHMETTERLINGE UND  
NACHTFALTER

MEGHALAYA -  
wo die Wolken wohnen

TRENDS 2017

28.- €

D/A/CH



28,00



# COVERMODEL&TEAM



Cover Model:  
Tanja M.  
[www.instyle-models.com](http://www.instyle-models.com)



Model:  
Ansgar S.



Instyle Model:  
Pascal A.  
[www.instyle-models.com](http://www.instyle-models.com)



Model:  
Vivien VI  
Unsere Neuentdeckung!



Model:  
Nadja Simchen



Model:  
Moritz Fabian



Model:  
Elena Halangk



Model:  
Alexander Lepke



Fotoproduktion - Hair&Make-Up  
Melina Johannsen  
[www.shotbylina.de](http://www.shotbylina.de)



Visagistin & Hairstyling: Janina Reiber  
[www.janina-r.de](http://www.janina-r.de)  
Cover Bild, sowie Studio Aufnahmen.



Stylistin: Gabriele Perryman  
[www.gp-perryman.de](http://www.gp-perryman.de)  
Cover Bild sowie Studio Aufnahmen



**Alma & Lovis**  
— fair garments —

Echter englischer Tweed  
aus Yorkshire-  
etwas ganz Besonders

# Eco Friendly Sunglasses

www.eco-sunglasses.com

Meet us:  
Ethical Fashion Show Berlin vom 17.01.-19.01.2017  
INNATEX - Wallau vom 21.01.-23.01.2017



Antonio Verde  
Eco Sunglasses



Hose von: Geniestreich / Foto: B. Bärmichl

ANZEIGE

VORWORT - FOREWORD

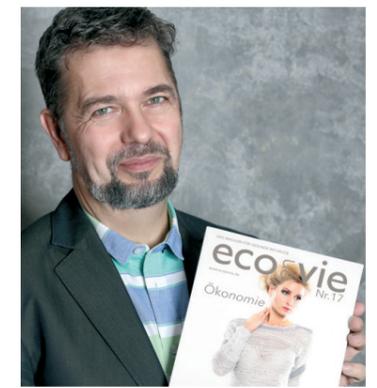
VORWORT



Anzug: Brainshirt  
www.brainshirt.eu  
Brille: Antonio Verde  
www.eco-sunglasses.com  
Euro Kette - Recycling Metal  
Fotograf: Wanja Alverdes  
Studio: Illusions Studio

Foto: Boris Bärmichl  
Herausgeber  
ECOenVIE

Hemd und Anzug:  
Brainshirt  
www.brainshirt.eu  
Fotograf: Wanja Alverdes  
Neues Magazin  
ECOenVIE Nr. 17  
www.ecoenvie.de



FOREWORD

## LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

Seit mittlerweile über 5 Jahren gibt es ECOenVIE und im Laufe dieser Zeit stellten sich uns natürlich immer wieder ökonomische Fragen. Gerade bei einem Magazin sind wirtschaftliche Aspekte schnell auch existenziell. Eine gute Planung, rechtzeitige Festlegungen und Strukturen helfen gut zu haushalten. Hier den richtigen Weg zu finden ist für uns immer wieder eine Herausforderung. Somit ist auch für uns das Thema „Ökonomie“ etwas, das uns entscheidend berührt.

Wir sind ein freies und unabhängiges Magazin. ECOenVIE ist ein Projekt, das sich der Eco Fashion und Bio Mode verschrieben hat, um in einer Zeitschrift die neuesten Entwicklungen in der Branche zu zeigen, über neue Trends, Stoffe und Produkte zu berichten und die Materialien und Protagonisten dazu den Lesern näher zu bringen. Viele DesignerInnen und ProduzentInnen sind auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft, der Wiederverwertung aller Produkte, die sie herstellen. Sie sind Vorreiter und setzen neue Standards, die in ein paar Jahren die gesamte Ökonomie des Landes verändern könnten.

Zwischen den Beiträgen finden Sie Statements verschiedener DesignerInnen und ProduzentInnen auf unsere Frage „Was ist für Sie Ökonomie?“. Was wäre hier Ihre Antwort?

Mit der „Gemeinwohl-Ökonomie“ wollen wir Ihnen ein neues Werkzeug (Wirtschaftssystem) vorstellen, Ihnen zeigen wie Sie sich aktiv daran beteiligen können, wollen Lust machen auf Veränderung und Weiterentwicklung auch für Ihr Leben und Ihren Betrieb, und wollen uns und Ihnen Mut machen wirtschaftliche Verantwortung für uns selbst, für unsere Nächsten und für einen gesunden Planeten zu übernehmen. Ganz nach dem Motto „Ich kann bei mir beginnen“ und damit dem kommenden Jahr einen neuen Vorsatz geben.

Außerdem zeigen wir Ihnen, fast schon eine Tradition zu Weihnachten, die neuesten Kombinationen von „Business Eco Fashion“ und Mode für festliche Anlässe.

In diesem Sinne frohe Weihnachten und viel Gesundheit für ein weiteres gemeinsames Jahr 2017 !

Ihr Team von ECOenVIE,

*Boris Bärmichl*  
Boris Bärmichl

## DEAR READER,

ECOenVIE has been in business now for more than five years. Of course, during this time we have asked ourselves economic questions time and again. With a magazine in particular, economic issues can also quickly become existential issues. Good planning, specifications in good time and the right structures help us adhere to our budgets. Finding the right route here is always a challenge for us. The „economy“ topic is therefore also a critical issue for ECOenVIE.

We are a free and independent magazine. ECOenVIE is a project that has dedicated itself to „Eco Fashion“ and the „Bio Fashion“ to illustrate the latest developments in the industry in a magazine; to report on trends, materials and products, while bringing the materials and key players closer to the reader. Many designers and producers are already heading towards the recycling economy, i.e. the reutilisation of all the products they produce. They are pioneers and set new standards, which in a few years could change a country's entire economy.

Between the articles, you will find statements by various designers and producers in answering our question „What is economy for you?“. What would you answer?

With the „common good economy“, we want to present to you a new tool (economic system), and show you how you can actively contribute to it. We want to motivate change and further development for your life and your business as well, and we want to encourage both you and ourselves to assume economic responsibility for ourselves, for our neighbours and for a healthy planet. And this entirely in line with the „I can start with myself“ motto, and therefore as a new year's resolution for the coming year.

We will also show you, almost as a tradition at Christmas time, the latest combinations of „Business Eco Fashion“ and „Eco Mode“ for festive occasions.

With this in mind, we wish you Merry Christmas and good health and prosperity for another year of successful cooperation in 2017!

Your team of ECOenVIE,

*Boris Bärmichl*  
Boris Bärmichl



# INHALT

ZEITSCHRIFT NR. 17

## INHALTSVERZEICHNIS

COVER MODEL & TEAM. .... 2

VORWORT - FOREWORD. .... 5

INHALTSVERZEICHNIS ..... 6

INDEX. .... 7

BUSINESSKLEIDUNG. .... 8

HEMDEN MIT BUSINESS CODE ..... 12

BEAUTY NEWS. .... 16

DIE WOHLFÜHL - RENDITE ..... 18

ConForm ..... 21

GEMEINWOHL - ÖKONOMIE ..... 22

SCHMETTERLINGE UND NACHTFALTER ..... 26

BIO DYNAMISCH ÖKONOMISCH. .... 38

SOLL & HABEN. .... 40

ÖKONOMIE SEIT 1985 - MAAS. .... 46

LIEBE VOLL IM STIL ..... 46

BEIN FREIHEIT ..... 56



# INDEX

MAGAZIN NR. 17

ÖKONOMIE - RAMIE. .... 62

TOP TEN ..... 76

NEWS VON DAILY'S & TREVOR'S ..... 78

UND GRETEL ..... 80

ÖKONOMISCHE BEWEGUNG. .... 82

MEGHALAYA. .... 88

GESCHENKTIPPS ..... 90

WUNDERWERK BERLIN ..... 96

ÖKONOMIE DES SHOPPENS ..... 100

SHOP FINDER. .... 102

IMPRESSUM - IMPRINT ..... 106

ABO ..... 107

INNATEX INFO ..... 108

WAS & WO ..... 109

DIE LETZTE SEITE ..... 106



# KLEIDUNG DER ÖKONOMIE

Bis heute wird ein Mann im Anzug besser behandelt als in legerer Kleidung. Bei den meisten wichtigen Gelegenheiten ist der Anzug DER Dresscode und das Outfit der Wahl. Im geschäftlichen Leben macht er eine klare Ansage und ist ein Zeichen für Konformität. Doch leiden viele Männer in dieser vorgeschrieben Berufsbekleidung gerade in entscheidenden Verhandlungsmomenten am synthetisch ausgerüsteten Hemd und dem schweißtreibenden Mischgewebe von Hose und Sakko. Ökonomisch gesehen sollte der „Eco-Fashion“ Anzug ganz oben auf der Wunschliste vieler Männer stehen! Geruchsbindend, atmungsaktiv und ohne Schadstoffe erleichtern gesunde Fasern jeden Business Tag.

Model: Ansgar S.  
 Anzug: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)  
 Hemd: carpasus  
[www.carpasus.com](http://www.carpasus.com)  
 Krawatte: carpasus  
 Schuhe: Think! Shoes  
 Modell: STONE  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)  
 MakeUp: Janina Reiber  
[www.janina-r.de](http://www.janina-r.de)  
 Styling: Gabriele Perryman  
 Fotograf: Boris Bärmichl  
 Studio: Lichtschmiede e.V.

# HUMANITÄT IM ANZUG

Endlich bekommen traditionelle Werte wieder einen Platz in der Geschäftswelt, es geht um Ethic, Vertrauen und gesundes Wachstum. Die Gemeinwohl-Ökonomie plädiert für einen Wandel in der Gesellschaft. Fächer wie Gefühlkunde, Kommunikationskunde, Wertekunde, Demokratiekunde, Naturerfahrung, Körpersensibilisierung und Handwerk sollen einen Platz in der Ausbildung der Jugend bekommen. Das wäre eine große Chance für die nächste Generation und gäbe dem Anzug die nötige Humanität.

Model: Tanja M.  
Instyle Models München  
Mantel: Elsie Gringhuis  
[www.elsiengringhuis.com](http://www.elsiengringhuis.com)  
Kleid: Skrabak  
[www.skrabak.de](http://www.skrabak.de)  
Schuhe: AIDA  
Think! Shoes  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

Model: Ansgar S.  
Anzug: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)  
Hemd: carpasus  
[www.carpasus.com](http://www.carpasus.com)  
Krawatte: Carpasus  
Schal: Seidentraum  
[www.seidentraum.de](http://www.seidentraum.de)  
Schuhe: Think! Shoes  
Modell: BEGWEM  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



# Hemden mit Business Code

Sie sind aus dem gewebt, was heute an den Konferenztischen gefragt ist:  
Stil, Respekt, Verantwortung

René Grünenfelder und Michael Zech gründeten vor zwei Jahren das nachhaltige Hemdenlabel CARPASUS. Der Name ist ihnen Programm. Er setzt sich aus „carbasina“ – (lat. „feines Tuch“), „karpsi“ – (sanskrit für „Baumwolle“), sustinere – (lat. „erhalten“) zusammen.

Hemden von CARPASUS wirken klassisch-jung, vermitteln Eleganz und verbinden Nachhaltigkeit mit guter Qualität.

Auf einem innen eingenähten Code wird die nachhaltige und faire Herstellung der Hemden transparent: Die Baumwollgarne (kbA) aus Indien werden in Österreich garnefärbt und zu hochwertigem Twill verwebt. Klassische Farbtöne und Muster bestimmen verkaufsorientiert das Sortiment der Hemden.

Besonders wichtig ist den beiden jungen Schweizern auch das Design der Hemden. Mit schmaler Passform und dezenten Kent-Krägen kann man die Hemden mit und ohne Krawatte und mit und

ohne Anzug tragen – und ist dabei „neverunderdressed“. Kleine, aber wirksame Details, wie herausnehmbare Kragenstäbchen aus Bambus, die Saumverstärkung am Schlitz und ein horizontales letztes Kontrast-Knopfloch, sind ein Genuss für echte Hemdenkenner. Online sind die Hemden zu bestellen – auch nach Maß.

Zuverlässigkeit, professioneller Markenauftritt stellen René Grünenfelder und Michael Zech wie selbstverständlich unter Beweis. Da hilft ihnen natürlich das Studium für Internationale Beziehungen und BWL, das sie gerade absolviert haben. Aber auch wenn CARPASUS dabei ist sich den Titel „Professional Shirtmaker“ zu erarbeiten, müssen sie sich jetzt mit ihrem neuen Label den Platz auf dem hochpreisigen Hemden-Markt hart erkämpfen. Das verlangt langen Atem und gute Konzepte. Sie selbst bezeichnen dieses Unterfangen als „Abenteuer aus Überzeugung“ und wählten für die kleine Stickerei auf den Hemden eine Wildente. Sie steht als Symbol für Eleganz, Freiheit aber auch Anpassungsfähigkeit.

Text: Gabriele Perryman / Foto: Boris Bärmichl

Hemd: carpasus  
www.carpasus.com  
Krawatte: Carpasus  
Hose: gotsutsumu  
www.gotsutsumu.de



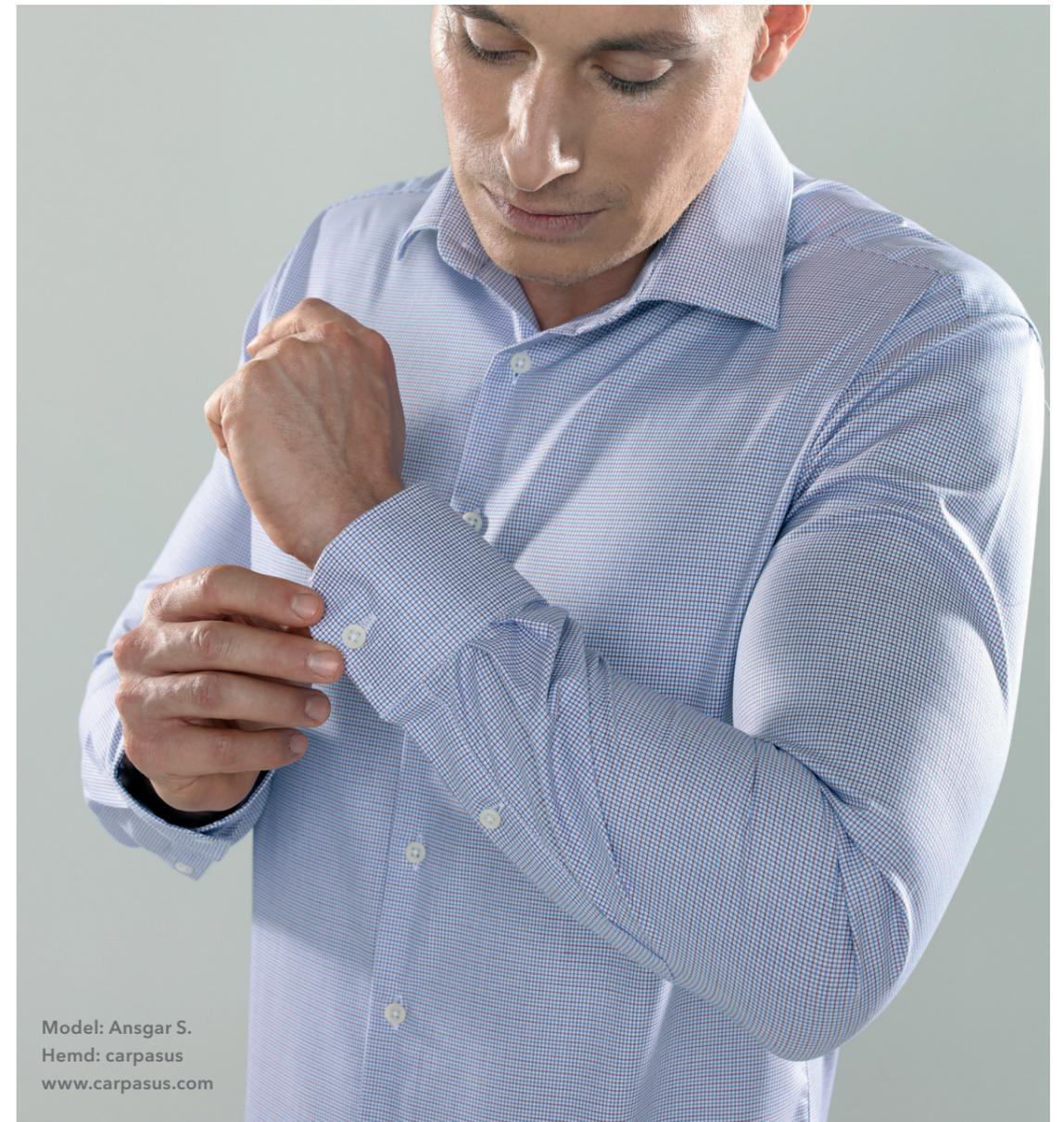
Model: Pascal A.  
 Instyle Models München  
 Hemd: carpasus  
 www.carpasus.com



René Grünenfelder von CARPASUS, Schweiz:

## Was bedeutet für Dich „Ökonomie“?

Unsere Generation kritisiert, dass in den vergangenen Jahrzehnten mit dem Begriff Ökonomie meist auch Maßlosigkeit einherging. Für mich heißt Ökonomie ins Heute übersetzt „Haus halten“. Das beinhaltet langfristig denken, nachhaltige Produkte erstellen und respektvoll mit anderen Menschen, mit der Umwelt und mit uns selber umzugehen.



Model: Ansgar S.  
 Hemd: carpasus  
 www.carpasus.com

# BEAUTY NEWS

AKTUELLES AUS DER NATURKOSMETIK

## Ultra Rich Body Cream - Ultra reichhaltige Körpercreme

Lässt trockene Haut weich und zart werden

Living Nature hat eine Körpercreme entwickelt, die trockene Haut Vergangenheit werden lässt. Die Ultra Rich Body Cream versorgt Ihre Haut mit Vitaminen, Ölen und Feuchtigkeit.

Das Produkt trägt das Gütesiegel des BDIH für zertifizierte Naturkosmetik.

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



## PROTECTING SERUM

Das Protecting Serum mit Soforteffekt bildet eine antioxidative Schutzhülle für sensible Haut und für Haut, die zu Pigmentveränderungen sowie roten Äderchen neigt. Die Haut wirkt harmonischer und ruhiger, weil sie Schädigungen mithilfe des Protecting Serums besser abwehren kann. Dieses Serum enthält eine hohe Konzentration des speziellen Wirkstoffkomplexes aus aktivem Manuka-Honig MGO100 und Mamaku, kombiniert mit flüssigem Smithsonite-Kristall, einem Zinkcarbonat.

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



## couleur caramel

We want it all: glänzende Lippen, strahlend intensive Farben und reichhaltige Pflege. Wunderbar, dass die Twist & Lips von Couleur Caramel alles vereinen.

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



## Khol Kajal von Lakshmi

Der absolute Lieblingskajal von Lakshmi®. Er zaubert auf natürliche Weise einen Hauch von Orient in die Augen und lässt sie verführerisch strahlen.

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



**UND GRETEL  
SUNNE**  
Lifting Modellage Powder  
aus Berlin...



**BEAUTY  
NEWS**  
NATURKOSMETIK

**UND GRETEL**  
Unser Tipp aus dem  
Jahr 2016



**UND GRETEL**  
präsentiert den

## KNUTZEN

Der Lipgloss für Ladies - in zwei Finishes. Pur aufgetragen punktet die glänzende Version mit transluzentem Farbakzent und aufregendem Schimmer. Als glossy Finish über dem TAGAROT Lippenstift angewendet, lässt KNUTZEN die Lippen voller erscheinen.

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



**LIPSTICK UND GRETEL**  
**TAGAROT**

Verführerische Farben auf samtweichen Lippen. Dank seiner cremigen Textur pflegt TAGAROT die zarte Lippenhaut und schützt sie durch feuchtigkeitsspendende Babassubutter und hochwertiges Avocadoöl.

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



**UND GRETEL**  
präsentiert den

## LIETH

Eine pflegende Grundierung, die sofort mit der Haut verschmilzt - für einen makellosen Look den ganzen Tag.

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



**IMBE EYE SHADOW von UND GRETEL**

Haute Couture für die Augen. Die luxuriösen, hochpigmentierten Mono-Lidschatten lassen die Augen strahlen und können einfach dosiert und miteinander kombiniert werden.

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



## BEAUTY NEWS

Sie haben ein neues Naturkosmetik Produkt und wollen in die Beauty News, dann einfach eine Email an: [redaktion@ecoenvie.de](mailto:redaktion@ecoenvie.de)

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

## TUNKAL CONCEALER

Ein wacher, frischer Blick - egal wie lang die letzte Nacht war.

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



# Die Wohlfühl-RENDITE

Das macht so schnell keiner nach, denn hier stecken über 20 Jahre Erfahrung drin.



Die experimentellen Strickmuster in 100% Cashwool - hochfeine Strickgarne aus Italien - die für die Designs in Deutschland verstrickt werden, machen die Kollektion unverwechselbar. Bis zu zwölf verschiedene Farben werden gekonnt in der reversiblen Jacquard-Strickerei auf modern-dezente Muster umgesetzt. Das benötigt

viel Erfahrung und künstlerisches Können. Die durchgehend, von beiden Seiten tragbaren Kollektionsteile, haben zum einen genau die richtige Dichte, um die Passform zu behalten. Zudem sind sie anschmiegsam genug, um bequem drüber oder drunter getragen zu werden. Sie wärmen, rufen aber keine Hitzewallungen hervor.

Model: Alexander Lepke  
Amaze Models  
Woll Jacke: xessbaba  
Hemd: carpasus  
www.carpasus.com  
Fotos: Melina Johannsen

Beidseitig tragbare Strickjacken von Xess und Baba aus der Schweiz.



**Tina Graessli von xess und baba, Zürich:**

Wann stellen Sie sich in der Entwurfsphase Ihrer Kollektion die Frage nach dem ökonomischen Aspekt?

„Von Anfang an. Wir gehen beispielsweise kein Risiko für Überhangproduktionen oder zu große Mengen an Garneinkauf ein.“

Was ist Ökonomie für Sie?

„Von hier für hier. Wir produzieren in Deutschland, Schweiz und Italien. Das ist mir ein Anliegen, denn das gute Handwerk hier soll überleben. Zudem sind lange Transportwege und Transportkosten weder ökonomisch noch ökologisch.“

Ich könnte nicht zu meiner Kollektion stehen, wenn sie unter ungunstigen Umständen und qualitativ schlecht gefertigt würde. Deshalb bin ich bereit auf „großen“ Gewinn zu verzichten und produziere meine Designs so nachhaltig, nah, gut und fair wie möglich.

Die hohe Qualität und Langlebigkeit meiner Strickkollektion sind für den Kunden Aspekte der Ökonomie.“

Zum anderen sind die Muster so gestrickt, dass sie von beiden Seiten interessant wirken und auch miteinander kombiniert werden könnten. Natürlich befinden sich die Strickkollektionen für Damen und Herren in einer höheren Preisklasse. Doch dass sich das für die Kunden lohnt, diese einzigartigen Strickereien zu kaufen, stellt Tina

Graessli, Gründerin des Labels Xess und Baba, seit 1993 unter Beweis. Zu ihren beiden Läden in Zürich, eröffnete sie nun auch einen Pop up Shop in Berlin Mitte. Dort zeigt sie was sie kann, mit dem Slogan „endlich was für den Mann“.

Text: Gabriele Perryman

[www.xessbaba.ch](http://www.xessbaba.ch)

# ConForm

Ecoenvie zeigt perfekte Business-Kleidung aus feinsten Materialien,  
die auch dem dritten Blick standhält!



Model: Tanja M.  
Rock: Hellen van Rees  
[www.hellenvanrees.com](http://www.hellenvanrees.com)  
Tasche: Hellen van Rees

Schuhe: Think! Shoes  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

MakeUp: Janina Reiber  
Styling: Gabriele Perryman  
Fotograf: Boris Bärmichl



# Gemeinwohl-Ökonomie

Achtundachtzig Prozent der Deutschen  
wünschen sich eine neue  
Wirtschaftsordnung!

Laut einer Umfrage wünschen 88 Prozent der Deutschen eine „neue Wirtschaftsordnung“. Die „Gemeinwohl-Ökonomie“ ist ein vollständiges alternatives Wirtschaftsmodell zu Kapitalismus und Kommunismus, das nicht auf Gewinnstreben, Konkurrenz und Wachstum aufbaut, sondern auf Gemeinwohl-Streben, Kooperation und Nachhaltigkeit. Basis sind humane und demokratische Grundwerte, die zwischenmenschliche Beziehungen gelingen lassen und in Verfassungen verankert sind. Das Modell wird seit 2010 von einer wachsenden Bewegung aus Unternehmen, Gemeinden und Hochschulen entwickelt. 400 Unternehmen haben die Gemeinwohl-Bilanz erstellt, 2200 unterstützen die Bewegung in bisher 45 Staaten. Weltweit arbeiten mehrere Tausend Menschen in 150 Regionalgruppen mit. In Österreich entsteht das Projekt „Bank für Gemeinwohl“. Für die praktische Umsetzung werden innovative Instrumente der Erfolgsmessung entwickelt: Gemeinwohl-Prüfung für Investitionen, Gemeinwohl-Bilanz für Unternehmen, Gemeinwohl-Produkt für Volkswirtschaften. Endlich kann Erfolg in der Wirtschaft am Ziel gemessen werden, Geld wird zum Mittel.

Wie sind Sie zur Gemeinwohl-Ökonomie gekommen?

Über die Tiefenanalyse des gegenwärtigen Wirtschaftssystems. Was ist das Ziel, was sind die Mittel? Und vor allem: Auf welchem Wertesystem basiert es: Gewinn, Wettbewerb, Effizienz, Wachstum, Erfolg, ... das sind überraschend neue Werte, die sich um eine normative Bottom line herum drehen: das Wachstum des Kapitals. So wurde ich darauf aufmerksam, dass wir aktuell

Ziel und Mittel verwechseln bzw. das Mittel zum Zweck gemacht haben. Die Gemeinwohl-Ökonomie rückt diese Verkehrung zurecht, wodurch sich das wirtschaftliche Streben effektiv auf das Ziel der „oikonomia“ ausrichten kann: allen im „Haus“ soll es gut gehen - Gemeinwohl.

Was ist „Ethisches Handeln“?

Das hängt von den Grundwerten ab, auf die sich ein demokratisches Gemeinwesen verständigt.

Wir haben aus den Verfassungen demokratischer Staaten fünf Grundwerte destilliert: Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit und Demokratie. Ethisches Handeln ist, dass ich diese Werte erfülle. Genau das beschreibt und misst die „Gemeinwohl-Bilanz“. Da sich das Gemeinwohl aus der Summe der demokratischen Grundwerte zusammensetzt, mehr ich das Gemeinwohl, wenn ich ethisch handle. Darum geht es in der Wirtschaft gleich wie überall sonst im Leben.

Wenn jemand als Unternehmen Ihre Idee aufgreifen will, was sind die ersten Schritte zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Die Bereitschaft, das eigene Tun unvoreingenommen zu reflektieren. Die Bereitschaft, das mit allen im Unternehmen beschäftigten Menschen, die an diesem Prozess Interesse haben, gemeinsam zu tun. Und die Bereitschaft, die sich daraus ergebenden Erkenntnisse mit den „Berührungsgruppen“ zu teilen. Die Dokumente: Arbeitsbuch und Handbuch sind „creative commons“, d. h. sie stehen kostenlos zur Verfügung. Wir freuen uns aber über Mitglieder und empfehlen die Kontaktaufnahme mit der nächsten GWÖ-Regionalgruppe. Auf Wunsch kommt auch eine BeraterIn.

Was halten Sie vom Zins?

Aus der Sicht der Zentralbank ist er ein Steuerungsinstrument für die Konjunktur. Aus der Sicht des Finanzsystem ist er ein Steuerungsinstrument für das Eingehen von Risiken. Da es neben den Finanzrisiken auch ethische Risiken gibt, die für die Gesellschaft letztlich relevanter sind als die reinen Finanzrisiken, sollte sich der Kreditzinssatz primär am ethischen und sekundär am Finanzrisiko ausrichten. Zweitens ist die Verteilungswirkung des Zinssystems zu berücksichtigen. Derzeit freuen sich ganz viele Menschen über (geringe) Zinsen, obwohl sie systemisch betrachtet zu den „NettozinsverliererInnen“ zählen: Sie zahlen über den täglichen Einkauf mehr Kreditzinsen (welche die kreditnehmenden Unternehmen in den Produktpreise verrechnen) als sie an Spartzinsen erhalten.

Nur bei einer vermögenden Minderheit, den „NettozinsgewinnerInnen“, ist es umgekehrt. Das wissen sie nur nicht, weil die Banken ihre KundInnen üblicher Weise nicht über die systemische Verteilungswirkung der Zinsen aufklären, zum Beispiel durch die Aushändigung eines „Nettozinsrechners“ am Weltspartag. Täten sie das, würden vermutlich 90 Prozent der Bevölkerung folgende Faustregel unterstützen: Durchschnittlicher Kreditzins für Unternehmen: null Prozent. Durchschnittlicher Spartzins: minus zwei Prozent. Durchschnittlicher Zins auf „flüssiges“ Girokontogeld: minus drei Prozent.

Was sind Ihre „Neuen Werte“?

Ich habe keinen einzigen Wert erfunden, ich erinnere nur an zeitlose, universale Werte. Das sind zum einen Beziehungswerte wie Achtsamkeit, Respekt, Vertrauensbildung, Kooperation, Toleranz oder Teilen. Und zum anderen die oben schon genannten Verfassungswerte. „Neu“ sind sie für die Wirtschaft in dem Sinn, dass Unternehmen, Investoren und KonsumentInnen positive Anreize erfahren sollten, wenn sie diese Werte leben und negative Anreize, wenn sie menschliche Schwächen leben wie Gier, Geiz, Rücksichtslosigkeit oder Verantwortungslosigkeit. Ergebnis wäre eine „vollethische Marktwirtschaft“.

Können Sie uns Unternehmen nennen, die heute schon Gemeinwohl bilanzieren?

Insgesamt sind es 400 in rund zehn Staaten. In Österreich zählen Schachinger Logistik, Sonnentor, die Fachhochschule Burgenland, das Hotel Auersperg und die Trumer Brauerei in Salzburg, die Lebenshilfe Tirol und die Sparkasse Dornbirn dazu. In Deutschland die Sparda Bank München, der Outdoorspezialist VAUDE, der Frankfurter Event-Dienstleister Satis&Fy oder der Berliner Bildungsdienstleister WBS Training. Besonders freut uns der ägyptische Pionier Sekem und das erste US-Unternehmen, eine Camphill Community.



Was wäre Ihr Wunsch zum Thema Gemeinwohl-Ökonomie?

Dass im Bildungssystem verschiedene Wirtschaftsordnungen vorgestellt werden und Menschen im mündigen Alter die Chance haben, ihr präferiertes Wirtschaftssystem über einen demokratischen Prozess zu kreieren. Wir haben dafür die Instrumente „Kommunaler Wirtschaftskonvent“ sowie einen inhaltlichen Leitfaden zur Verfügung gestellt. Das empfohlene Entscheidungsverfahren (spezialisiert auf mehrere zur Wahl stehende Alternativen) heißt „Systemisch Konsensieren“. Der tiefste Wunsch aber ist, dass Menschen so frei werden, dass sie eigenverantwortlich eine echte Demokratie und eben eine Gemeinwohl-Ökonomie aufbauen ...

Müssten wir unser Schulsystem nicht verändern, wenn wir Gemeinwohl-Ökonomie wollen?

Es wäre hilfreich, der Zweck soll die Förderung menschlicher Entwicklung sein. Deshalb schlägt die Gemeinwohl-Ökonomie sieben basale Unterrichtsinhalte vor: Gefühlskunde, Kommunikationskunde, Wertekunde, Demokratiekunde, Naturerfahrung, Körpersensibilisierung und Handwerk. Ziel ist, dass wir ganzheitliche, autonome, emotional und sozial kompetente und kreative Menschen werden. Diese werden aus eigenem Antrieb eine ethische Wirtschaft und eine nachhaltige Zivilisation erschaffen. Wir haben noch einen weiten Weg vor uns....

[www.christian-felber.at](http://www.christian-felber.at)

Text: Christian Felber & Marina Stögner  
Interview mit Boris Bärmichl  
Fotos: Christian Felber, Shutterstock

Was kann jeder von uns tun?

Die Wirtschaft nicht den ÖkonomInnen allein überlassen und die Demokratie nicht den PolitikerInnen, sondern selbst mitdenken, Mitentscheidung einfordern sich engagieren. Jede und jeder kann die Unternehmen im eigenen Umfeld ermutigen, eine Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen. In jeder Gemeinde kann eine Regionalgruppe gegründet werden, in jeder Gemeinde kann ein „Demokratischer Wirtschaftskonvent“ initiiert werden. Jede Gemeinde kann zur Gemeinwohl-Gemeinde werden.

Welches Ihre Bücher sollte ich zuerst lesen, wenn mich das Thema Gemeinwohl-Ökonomie interessiert?

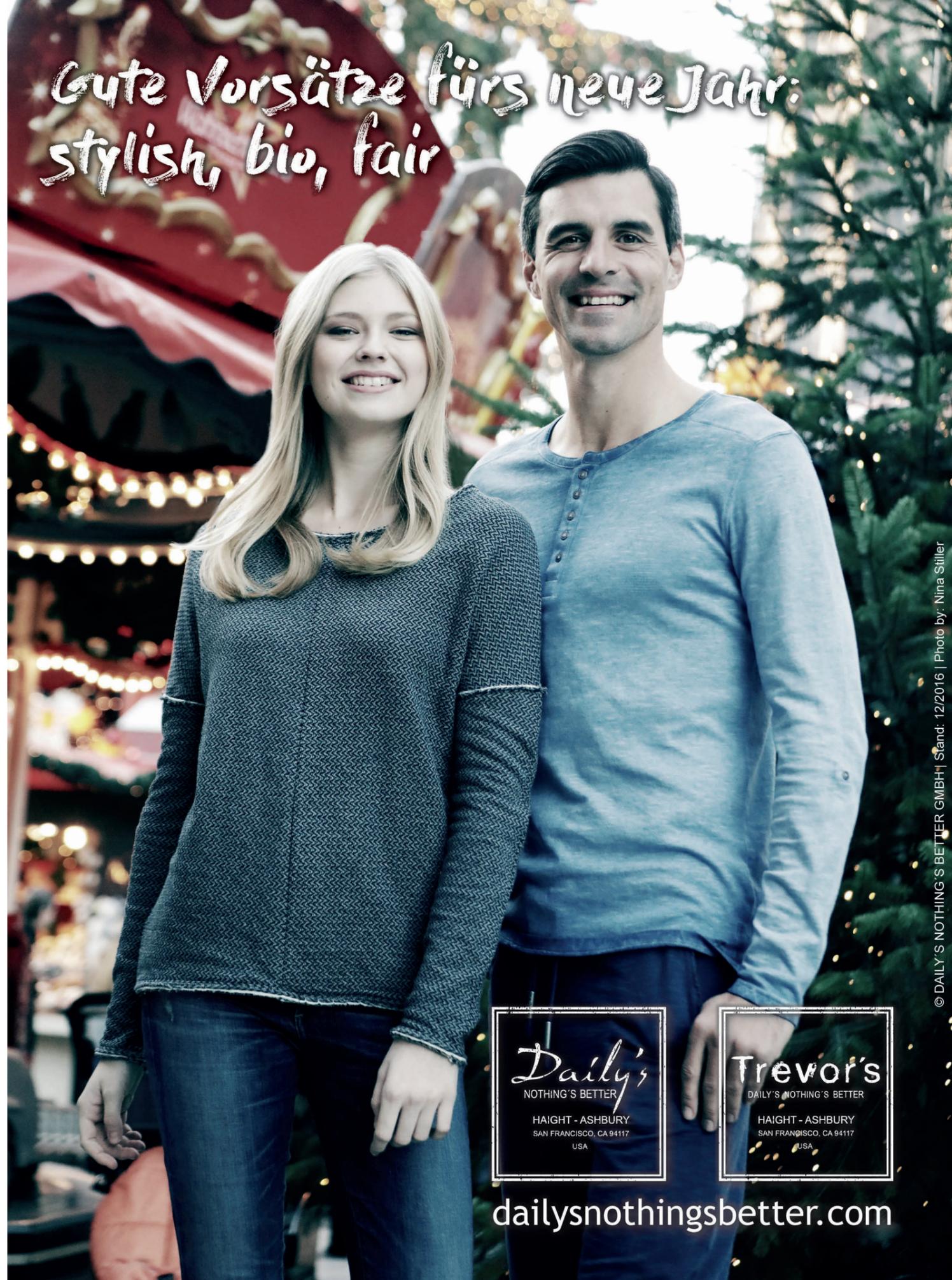
Eine gute Grundlage bietet das Buch „Neue Werte für die Wirtschaft“. Darin werden die Bausteine des kapitalistischen Wertesystems einer nach dem anderen dekonstruiert. Daraus entspringen die Grundwerte einer demokratischen, sozialen und nachhaltigen Gesellschaft und Wirtschaft. Das Schlusskapitel enthält quasi die Grundskizze der ohne Absicht emergierten Gemeinwohl-Ökonomie.



**Neue Werte für die Wirtschaft**  
Eine Alternative zu  
Kommunismus  
und Kapitalismus  
336 Seiten,  
19,90 €  
ISBN: 978-3-552-06072-2



Gute Vorsätze fürs neue Jahr:  
stylish, bio, fair



Daily's  
NOTHING'S BETTER  
HAIGHT - ASHBURY  
SAN FRANCISCO, CA 94117  
USA

Trevor's  
DAILY'S NOTHING'S BETTER  
HAIGHT - ASHBURY  
SAN FRANCISCO, CA 94117  
USA

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

# SCHMETTERLINGE UND NACHTFALTER

„Der Flügelschlag eines Schmetterlings auf der einen Seite des Ozeans,  
kann einen Wirbelsturm auf der anderen Seite auslösen.“



Model: Tina M.  
Poncho: Gesine Jost  
aus Brennesselgarn  
Kleid: Skrabak  
100% kbA Baumwolle  
bedruckt  
MakeUp & Hair: Janina Reiber  
Styling: Gabriele Perryman  
Fotos: Boris Bärmichl



Model: Cathy  
Mode: NIX - Mantelkleid,  
100% kbA Baumwolle  
[www.nix.de](http://www.nix.de)

Schuhe: Think! Shoes  
Stiefel WOOD  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



Model: Tanja M.  
Mode: NIX, bedruckte  
Baumwolle kbA  
[www.nix.de](http://www.nix.de)

Schuhe: Think! Shoes  
Stiefel WOOD  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



Model: Vivien VI  
Latzhose: Geniestreich  
mit pinken Kontrastnähten  
[www.geniestreich-jeans.de](http://www.geniestreich-jeans.de)

Model: Vivien VI  
Latzhose: Geniestreich  
mit pinken Kontrastnähten  
[www.geniestreich-jeans.de](http://www.geniestreich-jeans.de)

Leinen Strickjacke rechts: LANA  
[www.lana-shop.de](http://www.lana-shop.de)



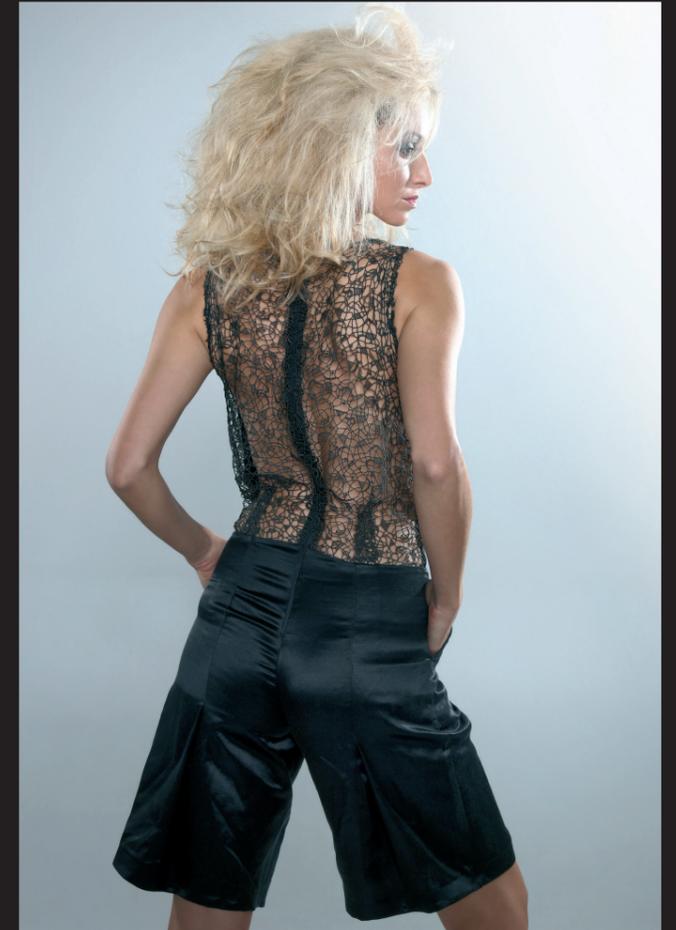


Model: Vivien VI  
Mode: Hellen van Rees  
Garnmix aus Restbeständen  
[www.hellenvanrees.com](http://www.hellenvanrees.com)

Schuhe: Think! Shoes  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

Kleid rechts: Hellen van Rees  
[www.hellenvanrees.com](http://www.hellenvanrees.com)





LINKS  
 Model: Vivien VI  
 Mode: Julia Starp  
[www.juliastarp.net](http://www.juliastarp.net)

RECHTS  
 Model: Tanja M.  
 Jumpsuit: Julia Starp  
[www.juliastarp.net](http://www.juliastarp.net)  
 Schaffell Mantel: green Furture  
 der Öko Pelz  
[www.pelz-nikolaidis.de](http://www.pelz-nikolaidis.de)





NACHTFALTER

RECHTS  
Model: Tanja M.  
Mantel: Nou Menon  
[www.nou-menon.com](http://www.nou-menon.com)  
Oberteil: Hellen van Rees  
[www.hellenvanrees.com](http://www.hellenvanrees.com)  
Hose: Gesine Jost  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)  
Schuhe: Think! Shoes  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)





## Der Naturkosmetik Markt wächst und der größte Gewinner sind wir alle!

Seit Gründung der Ecoenvie ist der Markt für Bioprodukte deutlich gewachsen. Er nimmt zwar in der Kosmetik mit 8,3% noch einen relativ kleinen Raum ein, aber die Zeichen der Zeit stehen auf Grün. Nicht grüngefärbte konventionelle Produkte, sondern echte Biopflege erobert Stellflächen in den Regalen der Drogerieketten. Gerade Müller hat in seinen größeren Filialen viel Fläche mit Natur- und Biokosmetik gefüllt. Dort stehen dann moderne Marken wie Dr. Bronner's neben altbewährtem wie Hauschka und Weleda. Inzwischen findet man ohne Probleme eine gute Auswahl und selbst spezielle Nischen wie Kosmetik für sehr empfindliche Haut werden abgedeckt (Dado Sens).

Das heißt ökonomisch gesehen sind ökologische Marken ein Markt. Die Nachfrage steigt, es wird investiert. Das etwas angestaubte Biomarkteckenflair des letzten Jahrtausends weicht langsam aber sicher einem ganz neuen Bild. Fancy, spannend, innovativ und sogar ein bisschen Glamour, das ist das neue Bio Hip. Auf Instagram posten unzählige kleine Hersteller ihre Produkte und finden eine begeisterte Community, die auf die neuesten Öle fürs Gesicht genauso abfährt wie auf Superfoods, Smoothies und Cupcakes. Und ja, das geht plötzlich zusammen! Keiner muss mehr darben, weil er öko ist. Oder

isst. Sogar vegan ist lecker und die Szene hat ihre ganz eigenen Stars, die Luxus so selbstverständlich zelebrieren wie früher die Ökos ihre Birkenstock-Looks.

Genauso wie Biokleidung das beige verloren hat, hat auch die Kosmetik viel vom alten Image abgestreift. Und bringt Umsatz. Aber das ist nicht der einzige Gewinn, den man daraus ziehen kann. Auch die Umwelt gewinnt. Ökologischer Anbau ist ressourcenschonend, belastet die Umwelt weit weniger, laugt die Böden nicht aus und hinterlässt keine verbrannte Erde oder belastende Giftstoffe. Und Nachhaltigkeit bedeutet auch, dass die Menschen, die die Rohstoffe anbauen, gesünder bleiben. Arbeiter auf Plantagen werden nicht mit Pestiziden vergiftet, der indische Baumwollanbauer kann rückstandsfreies Baumwollsaamenöl ernten. Naturkosmetikhersteller wie A4 oder Marie w. unterstützen Frauenkooperativen, die für sie Sheabutter oder Arganöl herstellen. Das führt zu mehr Einkommen und damit mehr Macht der Frauen in den Familien, Mädchen dürfen häufiger zur Schule gehen. Das ist nicht nur ökonomisch sinnvoll, sondern oft auch lebensrettend.

Der größte Gewinner? Alle. Und nicht zu vergessen, unsere Haut, unser Körper. Biokosmetik mit ihren natürlichen Ölen belastet die Haut nicht wie mineralölhaltige Produkte. Natürliche Wirkstoffe sind absolut potent und ätherische Öle können gar über das limbische System Stoffwechselfvorgänge anregen. Das macht man sich beispielsweise bei Anti-Cellulite Cremes zunutze. Pflanzliche Öle glätten und nähren die Haut, neu entdeckte Wirkstoffe aus Pfingstrose verwenden sogar konventionelle Hersteller wie L'Oreal. Hautärzte wie Dr. Bertram aus der Schweiz arbeiten mit Magnolie und Grapefruit gegen Rötungen (viliv Skincare). Und bleiben dabei sogar relativ clean. Denn das ist die nächste Welle. Clean Cosmetics sind frei von Mineralölen, potentiell schädlichen Füllstoffen und Konservierern, verwenden aber im Labor entworfene Inhaltsstoffe zusätzlich zu natürlichen. ‚Frei von‘, diese Formulierung wird in Zukunft das Bindeglied zwischen Bio und konventionellen Produkten sein.

Immer noch ist eines der meistverkauften Kosmetikprodukte der Welt eines, das mit einem klinischen Image gesunde, schöne Haut verkauft. Alle 5 Sekunden geht irgendwo auf der Welt die Dramatically Different Moisturizing Lotion von Clinique über einen Ladentresen. Die DDML, wie sie unter Kennerinnen nur heißt, war eines

der ersten gehypten Produkte der Branche. In den 80ern sagenumwoben, zusammen mit der bei uns noch nicht erhältlichen ‚Creme de la mer‘, beide Produkte basierend auf Paraffin, also Mineralöl. Die eine profitiert von dem ärztlichen Anstrich, die andere vom Inhaltsstoff Tang, der sie wie eine Naturkosmetik aussehen lässt. Und genau das sind nach wie vor die Strömungen. Apothekenkosmetik, Doktorbrands und Naturkosmetik, wobei die KundInnen das gerne mal verwechseln.

Doch in punkto Hype hat Naturkosmetik aufgeholt. Angefangen bei der Lippenpflege, wo inzwischen ein echtes Bioprodukt den klassischen Labello im Hipness-Faktor abgelöst hat. ‚EOS‘ mit seinen knuffig-kugeligen Verpackungen, lustigen Farben und verschiedenen Geschmacksrichtungen hat einen echten Boom natürlicher Pflegestifte ausgelöst. Andere Kulturprodukte ziehen nach. Der ‚Blue Cocoon‘ Balm von May Lindstrom aus L.A. oder das Deo ‚fi-ne‘ aus Berlin sind sogar so begehrt, dass es zu Lieferknappheit und Wartelisten kommt. Ich kann nur sagen: Bitte, geht doch!

Text: Angie Aicher



# Soll & Haben

Styles von NIX  
& Skrabak –  
die sollte  
man haben

Das Passende für das  
Herbst und Winter-Business mit Stoffen,  
die früher nur dem Adel erlaubt waren –  
Seide, Cord und Schurwolle.

Sie lieben gute Stoffe, haltbare, handwerkliche Verarbeitungen und gute Passformen. Der Stil ihrer Kollektionen bleibt und so kann man jede Saison die neue mit der vergangenen kombinieren. Das ist, ökonomisch gesehen, das Beste was einem Käufer passieren kann und geht – auch wenn das Preisgenre nicht in dem der Fast Fashion Anbieter liegt – voll auf das „Haben“-Konto.

Die beiden Frontfrauen Barbara Gebhard vom Designlabel NIX und Franka Skrabak, Gründerin von Skrabak, schaffen mit ihren eigenen, unverwechselbaren Handschriften und mit dem Entwurf eigener Druckmuster und Stoffqualitäten das Erfolgsrezept gegen den Mainstream, der leider auch in der Eco-fashion immer mehr Einzug hält. Eine Frau ab dreißig Jahren will meist nicht mehr in „Schlabberlook-Schnitten“ oder „Passformen für Teens von H&M“ herumlaufen! Deshalb braucht es Labels wie NIX und Skrabak, die sich die Mühe machen, mit ihren Stoffen und Designs die schönen Körper der Frauen zu betonen und mit ihren Passformen zu verehren.

Model: Elena Halangk  
Mode: NIX Berlin  
Mantel Genua-Breitcord  
Nadelstreifen-Anzug  
[www.nix.de](http://www.nix.de)  
Schuhe: Martin Natur  
[www.martin-natur.de](http://www.martin-natur.de)

Rechts: Seidenbluse  
und Rock, Skrabak  
[www.skrabak.de](http://www.skrabak.de)  
Schuhe: Martin Natur



Barbara Gebhard von NIX, Berlin  
 im Interview mit  
 Gabriele Perryman  
 von ECOenVIE.

*Was bedeutet „ökonomisch“ für Sie?*

„NIX“ kaufen, ist ökonomisch, das meine ich tatsächlich auch im Sinne von „nichts oder wenig“ kaufen. Ökonomisch ist es, so wenig wie möglich zu konsumieren. Man muss schauen und genau überlegen, was man wirklich braucht, was man gut kombinieren oder ergänzen kann und was qualitativ hochwertig ist - das ist ökonomisch.

*Warum ist eine öko-Kollektion ökonomisch?*

Da die Materialien, Stoffe und die Produktion teurer sind als im konventionellen Billiglohnbereich ist das Endprodukt teurer. Zum einen planen wir deshalb sinnvoller, produzieren genauer, vermeiden Überproduktion. Zum anderen erhöht sich die Wertschätzung des Käufers über sein (hoch)-„wertiges“ Produkt.

*Wann stellen Sie sich in der Entwurfsphase Ihrer Kollektion die Frage nach dem ökonomischen Aspekt?*

Zu Beginn des Entwurfes, jedoch eigentlich von hinten: ich überlege, welches Produkt verkauft sich am besten. Was braucht meine Kundin. Dadurch komme ich bei diesem Produkt auf eine gute Produktionszahl. Dazu beschränke ich mich auf wenige Stoffqualitäten. Im Moment bin ich ein Fan von Wiederverwertung - auch nach „cradle to cradle“. Das beeinflusst mein Design: Ein Pullover kann besonders gut recycled werden, der Wert des (Roh)- Stoffes, des Garns geht nicht verloren.

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

Model: Elena Halangk  
 Links: Nadelstreifen-Anzug von NIX, Berlin  
 Rechts: Mantel Breitcord Nix, Berlin





Links Mode: Bluse und Hose  
Designer: Skrabak  
Schuhe: Martin Natur  
[www.martin-natur.de](http://www.martin-natur.de)

Rechts Mode: Kleid  
Designer: Skrabak  
Model: Elena Halangk  
MakeUp & Hair: Melina Johannsen  
Fotografien: Melina Johannsen





# Ökonomie seit 1985

Reinhard Maas im Gespräch mit ECOenVIE.

1985 fing es an, das sind über 31 Jahre Naturtextilien Handel, wie haben Sie gestartet?

Von Start kann man hier kaum sprechen. Unser Sohn wurde geboren und meine Frau und ich hatten den Anspruch, Wegwerfwindeln zu vermeiden. Als Alternative fanden wir Stoffwindeln aus Baumwolle und Wolle. Leider waren die nicht leicht zu kaufen, so dass wir schließlich einen Hersteller in Süddeutschland baten, uns zu beliefern. Ohne Gewerbeschein war das nicht möglich. Der Eigenbedarf brachte uns dann dazu, ein Nebengewerbe anzumelden. Das war der Start der Firma Wickelkiste. Aus einem kleinen Babytextilversand wurde dann die Fa. Maas Naturwaren.

War das ein leichter Einstieg, die Grünen waren im Bundestag, Ökologie kam in die Medien, wie war das für Sie?

Natürlich war das kein leichter Einstieg. Ich bin Sozialpädagoge und meine Frau Sonderschul-

lehrerin. Wir hatten also keine Erfahrung im Handel und auch keine Kenntnisse im textilen Bereich. Zu dieser Zeit gab es zwar schon die ersten Biolebensmittel, aber im textilen Bereich fast kein Angebot. Wir waren froh, als die ersten Artikel aus Biobaumwolle angeboten wurden. Die Nachfrage und das Interesse der Kunden wurde jedes Jahr größer. Eine gute Zeit, um eine Selbstständigkeit zu beginnen.

Gab es damals Banken, die Sie unterstützt haben, vielleicht sogar Ökobanken?

Damals gab es noch keine Ökobanken. Unsere Hausbank war die örtliche Volksbank. Da wir keinen Geschäftsplan hatten und auch gar nicht sagen konnten, wie sich das Geschäft entwickeln würde, gab es natürlich auch keinen Kredit. Wir starteten mit einem Kleinstkatalog mit 50 Artikeln und investierten jeden Umsatz sofort wieder in neue Ware. Gelebt hat unsere kleine Familie von dem Verdienst als Nachtwache. Das war eine

harte Zeit.

1991 kam das Internet nach Deutschland, war das gleich ein Thema, wie war die Entwicklung zum Online-Shop?

Als das Internet kam, gab es nicht sofort auch Online-Shops. In dieser Zeit entwickelte sich unser Versandkatalog. Das Angebot wurde breiter und die Kataloge immer dicker. Wir haben das Thema natürlich auch verfolgt. Unser erster Onlineshop ging 2003 an Netz.

Hat der Internet Handel die Ökonomie verändert und wie?

Ja, das Internet hat den Handel ganz stark verändert und diese Entwicklung geht noch weiter. Alle Güter sind mittlerweile im Netz ständig verfügbar und vergleichbar. Händler ohne Webshop haben es schwer, sich an ihrem Standort zu behaupten. Die Verödung der Klein- und Mittelstädte durch Ladenleerstände ist keine schöne Entwicklung.

Ist das Internet heute für Sie eine Erleichterung, eine gute Entwicklung?

Das Internet hat viele gesellschaftliche Bereiche beeinflusst. Nie war die Kommunikation leichter und schneller als heute. Vor allem hat sich aber das Konsumverhalten der Menschen verändert! Das Internet ist gewiss eine gute Entwicklung für uns. Erfolgreich sind wir aber vor allem durch unser Multi-Channel System, das heißt Online-Versand, Katalog und Filialen (Stationärer Handel). Wir haben in den letzten Jahren immer mehr Läden als Ergänzung zu unserem Onlineangebot eröffnet. Das war eine gute Entscheidung.

Sie gehören zu den Pionieren des Öko-Mode Versands, was hat sich in 31 Jahren alles getan?

Als wir uns vor nahezu 30 Jahren selbständig machten, ging es uns zunächst einmal überhaupt nicht um Mode; Anlass war die bevorstehende Geburt unseres ersten Kindes und damit verbunden die Frage: „Welche Alternativen gibt es zur Wegwerfwindel?“

Die Möglichkeiten, was Materialien und Farben anbelangte, waren im Vergleich zu heute sehr bescheiden. Biologisch angebaute Baumwolle war sehr selten, es ging in erster Linie um Naturbelassenheit/Schadstofffreiheit bzw. die Vermeidung chemischer bzw. giftiger Substanzen beim Anbau und in der Weiterverarbeitung. Farben waren ein ebenso schwieriges Thema -

daraus resultierte eine Tendenz zu nichtfarbiger Kleidung, die später von der Mode als „Naturlook“ aufgegriffen wurde, obwohl sich nun das „Natur“ nur auf die Farblosigkeit bezog.

In den 90er Jahren begannen sich erstmals auch Designer für den Bereich der Grünen Mode zu interessieren. Bis dahin waren fast alle, die Ökoleidung produzierten und entwarfen Quereinsteiger, so wie auch wir.

In den 90er Jahren entstanden also viele kleine neue Label, das Angebot war erheblich größer geworden und es war auch wesentlich modischer.

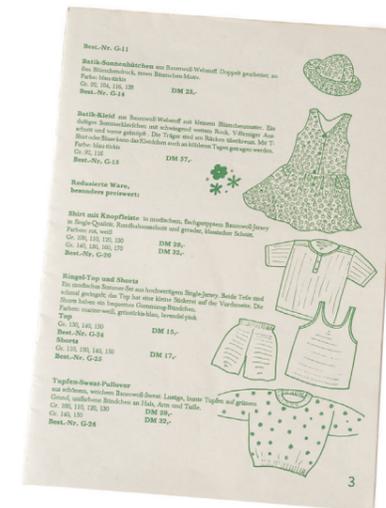
Auch das Angebot an Naturfasern hatte sich vergrößert: zertifizierte Bio-Baumwolle war keine Mangelware mehr, Leinen wurde ein ganz großes Thema, im Wollbereich mehr Ausspinnungen, so dass nun auch feinere Garne verfügbar waren und auch im Wäschebereich gab es nicht mehr nur ecru, sondern auch Farbe.

Zum Gedanken der Ökologie ist der der Nachhaltigkeit gekommen; es werden nicht mehr nur Naturfasern verwendet sondern auch Kunstfasern, die auf nachwachsenden Rohstoffen basieren, wie zum Beispiel Viskosefasern, die eine besonders gute Ökobilanz aufweisen oder es werden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit Nähgarne oder Reißverschlüsse eingesetzt, die das Produkt haltbarer machen.

Der zweite wichtige Aspekt ist der des fairen Handels: was für uns eigentlich schon immer untrennbar miteinander verbunden war, dass ökologische Kleidung auch einen ethischen Wert besitzt und unter sowohl sozial als auch gesundheitlich anständigen Bedingungen produziert sein muss, nimmt heute einen enormen Stellenwert ein.

Vom modischen Aspekt war der Ökomarkt nie so breit und vielfältig wie jetzt. Was mich besonders freut: Es gibt unglaublich viele junge Labels, die Ökomode auf ihre ganz eigene Art interpretieren. Daneben gibt es mittlerweile auch große Designer wie Stelle McCartney, die der Ökologie in der Mode ein Selbstverständnis verleihen, dass es früher nicht gab.

Und was unsere Eigenproduktion anbelangt: auch sie hat sich im Laufe der letzten 20 Jahre ständig weiterentwickelt. Wir verfügen über eine Vielzahl an Materialien, die der modischen Umsetzung kaum noch Grenzen setzen. Gerade in den letzten Jahren war die Entwicklung soasant, dass wir gespannt sind wie es weitergeht.



Maas natürlich leben.





Gibt es Produkte, die seit 31 Jahren immer gefragt waren und sind?

Die alternativen Wickelsysteme mit denen wir gestartet sind, führen wir noch immer im Sortiment! Und natürlich die Standardartikel wie Wäsche, Socken und Shirts.

Sie haben eine Partnerschaft mit einem Prüflabor, was ist der Grund dafür?

Trotz der GOTS Zertifizierung lassen wir regelmäßig Kontrollen durch ein unabhängiges Prüflabor durchführen, denn mögliche Schwachstellen können so aufgedeckt/minimiert und bereits im Vorfeld behoben werden.

Konnten Sie Dinge aufdecken durch die Prüfung?

Das Prüflabor macht vor jeder neuen Saison eine Kollektionsbegehung. Natürlich konnten wir auch Fehler aufdecken. Artikel, die die Prüfungen nicht bestehen, kommen nicht in den Katalog.

Haben die Zertifikate von Eco Fashion geholfen Produkte besser zu verkaufen?

Bereits vor Einführung der Zertifikate haben wir Textilien aus kbA Baumwolle verkauft. Dennoch erachten wir die Zertifikate als sehr sinnvoll und wichtig, da sie vom Kunden gefragt werden und Gewissheit bringen.

Sie sind im IVN mit aktiv, kommen Naturfasern mehr in den Markt oder machen die aktuellen Entwicklungen es der Naturfaser eher schwer?

Wir verspüren in den letzten Jahren eine stärkere Nachfrage. Leider beträgt der Anteil der Naturtextilien am Gesamtmarkt nur 3-4%. Meiner Meinung viel zu wenig.

Viele Designer setzten auf den Stoff Modal, wie ist Ihre Einschätzung davon?

Ich bin mir nicht sicher, ob das der richtige Weg ist.

Wenn wir die Naturfasern anschauen wie Ökonomisch sind sie heute?

Sie sind wichtig und richtig wie eh und je. Es wird immer wieder Menschen finden, die beweisen wollen, dass chemische Fasern besser sind. Mich können sie nicht überzeugen.

Wie viele Menschen beschäftigen Sie heute?

Wir haben heute 160 Mitarbeiter und 10 Filialen in ganz Deutschland!

Wie verteilt sich er Umsatz zwischen Katalog Bestellungen und Internet?

60% unseres Umsatzes generieren wir durch den Onlinehandel, 40% durch unsere 10 Läden, das hat sich in den letzten 2 Jahren zugunsten der Läden verschoben, was uns natürlich sehr freut und zeigt, dass die Leute gerne in unseren Läden einkaufen und sich beraten lassen!

Auf welche Dinge sind Sie stolz?

Das wir es geschafft haben, die Firma in 31 Jahren immer weiter zu entwickeln. Das war nicht immer leicht. Im diesem Jahr erhielten wir von Sozialinstitut Kommende in Dortmund den Unternehmerpreis „Erfolgreich nachhaltig“. Der Preis zeichnet Unternehmen aus, die mit Erfolg nachhaltige und ethische Konzepte umsetzen und denen es gelingt, die drei Handlungsfelder – die wirtschaftliche, die ökonomische und die soziale Verantwortung- miteinander zu verknüpfen.

Sie gehen in die zweite Generation, wollten Ihre Kinder immer mit einsteigen?

Meine Tochter hat Modedesign studiert und arbeitet seit einem Jahr mit. Weitere Pläne gibt es noch nicht.

Was sind Ihre Träume für MAAS?

Dass es weiter so gut läuft. Wir möchten zeigen, dass Textilien umweltgerecht und fair hergestellt werden können und trotzdem bezahlbar sind.

Welche Projekte sind Ihnen ganz wichtig?

Wir unterstützen einige soziale Projekte, die wir auch persönlich gut kennen. Gerade waren wir

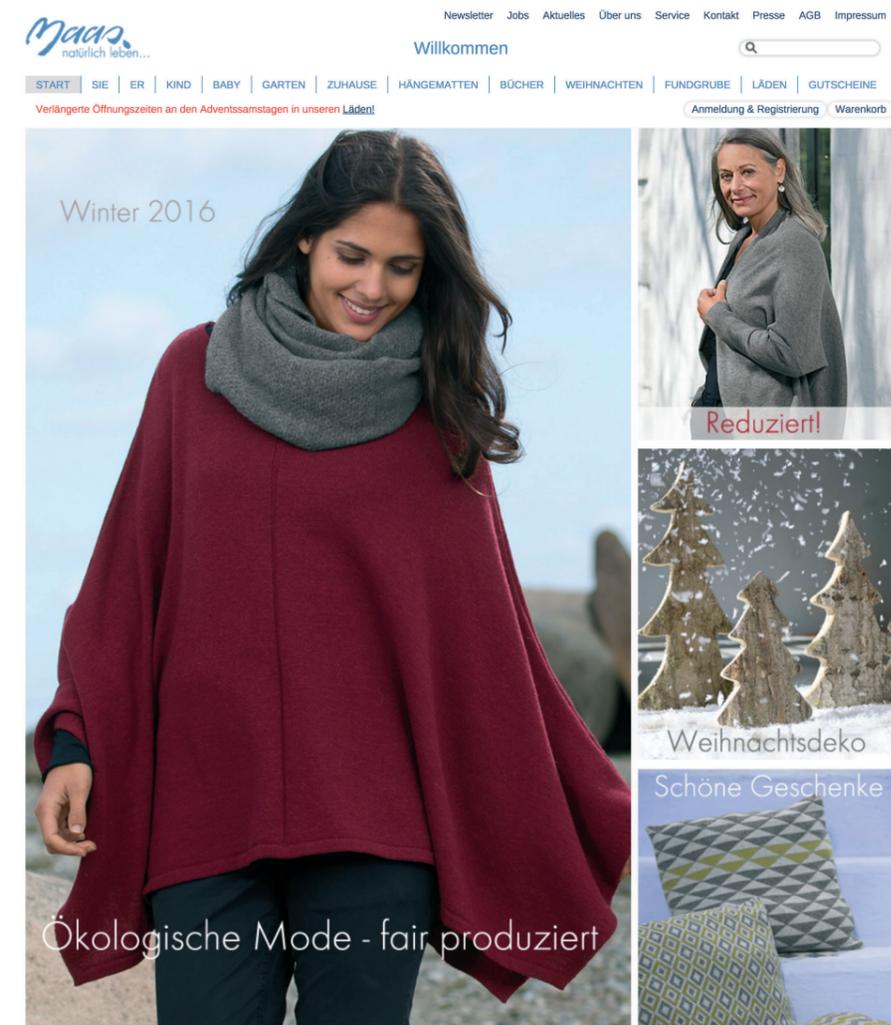
in Indien auf einer Studienreise und haben ein tolles Projekt besucht. Dort haben 4.000 Kleinbauern ihre Baumwollfelder auf ökologische Produktion umgestellt. Davon muss es noch viel mehr geben.

Und was wollen Sie unseren Lesern gerne noch berichten?

Ich habe genug gesagt. Sie können mir aber sehr gerne schreiben, wenn Sie Anmerkungen haben: reinhard.maas@maas-natur.de

Fotos: Maas Natur

www.maas-natur.de



# LIEBE VOLL IM STIL

Mediterrane Lässigkeit im kühlen Deutschland setzt elegante Akzente für den Mann. Leinen, Wolle und Seide ergeben einen liebevollen Stil. Der Anzug von Gotsutsumu mit dem strukturstarke Leinenpullover von Grape, veredelt durch den Seidenschal von Seidentraum.

Model: Pascal A.  
Instyle Models München  
Anzug: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)  
Pullover: Leinenpullover von Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
Brille: Antonio Verde  
[www.eco-sunglasses.com](http://www.eco-sunglasses.com)  
Schal: Seidentraum  
[www.seidentraum.biz](http://www.seidentraum.biz)





Model: Pascal A.  
 Sakko: knowledgecottonapparel  
[www.knowledgecottonapparel.com](http://www.knowledgecottonapparel.com)  
 Shirt: Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Hose: Brennessel, Gesine Jost  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)  
 Brille: Antonio Verde  
[www.eco-sunglasses.com](http://www.eco-sunglasses.com)

Bild oben  
 Model: Pascal A.  
 Sakko: Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Hemd: Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Hose: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)  
 Schuhe: Think! Shoes  
 Modell: STONE  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

Bild mitte  
 Pullover: Leinenpullover von Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Schal: Seidentraum  
[www.seidentraum.biz](http://www.seidentraum.biz)  
 Hose: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)  
 Schuhe: Think! Shoes  
 Modell: STONE  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

Bild links  
 Pullover: Leinenpullover von Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Anzug: gotsutsumu  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)



Model: Pascal A.  
 Sakko: Grape  
[www.grapemenswear.com](http://www.grapemenswear.com)  
 Hemd: KnowledgeCottonApparel  
[www.knowledgecottonapparel.com](http://www.knowledgecottonapparel.com)  
 Shirt: Gesine Jost  
 Hose: Brennessel, Gesine Jost  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)  
 Schuhe: Think! Shoes, Modell: KONG CITY  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)

Bild rechte Seite:  
 Anzug: Gesine Jost  
 aus Brennessel Stoff  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)  
 Schal: Seidentraum  
[www.seidentraum.biz](http://www.seidentraum.biz)  
 Schuhe: Think! Shoes, KONG CITY  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)





# BEIN FREIHEIT

Gesunde Fasern auf purer Haut, luftig leicht durch ein bewegtes Leben. Akzente und Verlockungen im ausgewogenen Design der Eco Fashion - natürlich selbstbewußt.

Model: Tanja M.  
Kleid: Hellen van Rees, Marill Dress  
[www.hellenvanrees.com](http://www.hellenvanrees.com)  
Schuhe: Think! Shoes, GUAD Stiefelette  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



Model: Tanja M.  
 Rechts: Mantel - Skrabak  
[www.skrabak.de](http://www.skrabak.de)  
 Kleid: Julia Starp  
[www.juliastarp.net](http://www.juliastarp.net)  
 Schuhe: Think! Shoes, GUAD Stiefelette  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



Model: Tanja M.  
 Leinenmantel: LANA  
[www.lana-shop.de](http://www.lana-shop.de)  
 Kleid: Johanna Riplinger  
[www.johannariplinger.com](http://www.johannariplinger.com)  
 Jacke: Handtrade  
[www.handtrade.de](http://www.handtrade.de)  
 Stiefel: Werner 1911  
[www.werner-schuhe.com](http://www.werner-schuhe.com)



# ÖKONOMIE EINER NATURFASER RAMIE

Wir besuchten Zhang Xiao Zhu

BERICHT AUS  
**CHINA**



Ramie ist eine alte Kulturpflanze aus China und RECOenVIE hat bereits in vergangenen Ausgaben berichtet, was Anbauer, Garnhersteller, Weber und Designer aus dieser Faser gestalten.

Nun war es an der Zeit ihre Heimat zu besuchen und wir machten uns im Frühjahr auf den Weg nach Süchina.

Herr Zhang Xiao Zhu hatte uns eingeladen seine Zulieferer und seine Fabrik zu besuchen. Er zeigte uns wie der Ramie in viel Handarbeit verarbeitet wird, um später ein wundervolles Garn daraus zu erhalten. Wir durften in sein Werk schauen und die moderne Verarbeitung dokumentieren.

Der Ramie ist ähnlich wie die Brennnessel (nur ohne brennenden Haare) eine sehr genügsame Pflanze und in der Region Chongqing und Sichuan für viele Kleinbauern eine ideale Pflanze für Freiflächen zwischen den Reis- und Weizenfeldern.

In Kooperativen, zu denen sich die Bauern zusammen geschlossen haben, wird dann die Ernte zusammengetragen, getrocknet und zu Ballen gepresst.

In den Bildern hier unten ist zu sehen, wie die Bastfasern von den Stängeln abgeschält werden.

Diese Fasern werden dann zum Trocknen über Bambusstangen gehängt und später nach der Trocknung zusammengebunden.

Der Ramie hat - wie der Hanf - eine natürlich antiseptische Wirkung. Aus diesem Grunde wird er auch gern vom Militär zur Bekleidung genutzt, um bei Einsätzen im Dschungel oder sehr feuchten Regionen einen Basisschutz gegen verschiedenste Krankheiten zu haben.

In gut sechs Monaten wächst aus einem kleinen Sprössling eine Pflanze von ein Meter fünfzig bis fast zwei Metern. Die Blätter sind ideales Tierfutter und die Holzstängel, die nach dem Schälen übrig bleiben, werden als Feuerholz genutzt. Diese Pflanze kann somit in allen Bereichen genutzt werden und hinterlässt keine Rückstände. Für uns war es beeindruckend zu sehen, wie stolz die Bauern auf „ihren Ramie“, den „ökonomischen Allrounder“ sind.

Selbst bei unserem Gastgeber, einem erfolgreichen Geschäftsmann, war seine Liebe zu dieser Pflanze zu spüren; vor unseren Augen streichelte,

ja er küsste sie und offenbarte uns, dass sie ihm großes Glück gebracht habe.

Und das ist nicht selbsterklärend, wie wir beim gemeinsamen Essen erfahren durften. Nachdem China die Privatisierung von Betrieben zugelassen hatte, haben sich viele in der Region von Herrn Zhu in die Selbständigkeit gewagt. Von den am Anfang fast fünfzehn Firmen sind heute zwei noch am Leben, alle anderen mussten in den letzten Jahren aufgeben. Der Grund ist, dass Ramie - wie bei uns früher der Leinen - als Traditionsware gesehen wird, also etwas das die ältere Generation trägt und wertschätzt. Die Jugend will modern sein und gibt dem Ramie derzeit keine Chance.

Herr Zhu hat im Ausland seinen Markt gefunden und hat gute Wachstumsraten. Er hofft, dass mit der Zeit auch in China die Menschen die hohe ökonomische sowie gesundheitsfördernde Qualität dieser Pflanze wieder neu entdecken. So lange jedenfalls will er über das Ausland weiter wachsen und hat auch die ersten Partner in Europa, die sich für den Ramie einsetzen.

In der Berufsbekleidung ist Ramie auch in China wieder gut auf Kurs gekommen, hier zieht gerade die natürliche antiseptische Wirkung und die Robustheit der Garns - es hat eine sehr hohe Reißfestigkeit - und ist deshalb in ganz Asien für Strumpf- und Sockenware beliebt.

Das Hemd und das Sakko von Herr Zhu, das er auf dem Bild oben trägt, ist ebenfalls aus Ramie Stoff.

Auf den nächsten zwei Seiten sind die Bauern bei der Pressung des getrockneten Fasern zu Ballen für den Transport und zur Weiterverarbeitung in der Fabrik zu sehen.

Dort angelangt werden die Ballen aufgetrennt und in einer Konstruktion eingehängt, mit der die Bündel in großen Töpfen eingebracht und gekocht werden. Nach ca. vier Stunden kommt der Ramie heraus, wird gewässert und dann gestampft, gehämmert, gewaschen und anschließend geschleudert bis er weich und geschmeidig ist. Das gesamte Wasser der Fabrik wird in einer eigenen Kläranlage wieder aufbereitet, um für weitere Kochprozesse wieder zur Verfügung zu stehen.





Getrockneter Ramie wird zur Pressung fertig gemacht.



In der Fabrik angekommen werden die Ballen aufgelockert.



Ramie wird zum Kochen vorbereitet.



Ramie wird zu Ballen gepresst und aufgestapelt.





Ramie wird über vier Stunden gekocht.



Das Führungsteam ist stolz auf ihr firmeneigenes Klärwerk, das aus dem dunkelbraunen Abwasser (siehe oben) wieder reines sauberes Wasser gewinnt und in den Kreislauf zurückführt. Vier mal kann das Wasser so genutzt werden, bevor es dann in den Fluß ausgeleitet wird.

In dieser Fabrik wird der Ramie gekocht, gehämmert, gestoßen, gewaschen und geschleudert und dann aufgelockert und getrocknet. Durch diese Abläufe wird aus dem vorher naturfarbenen braunen Ramie ein weißes, flauschiges Material.

Die Fabrik ist sauber, hell und Luft durchflutet.

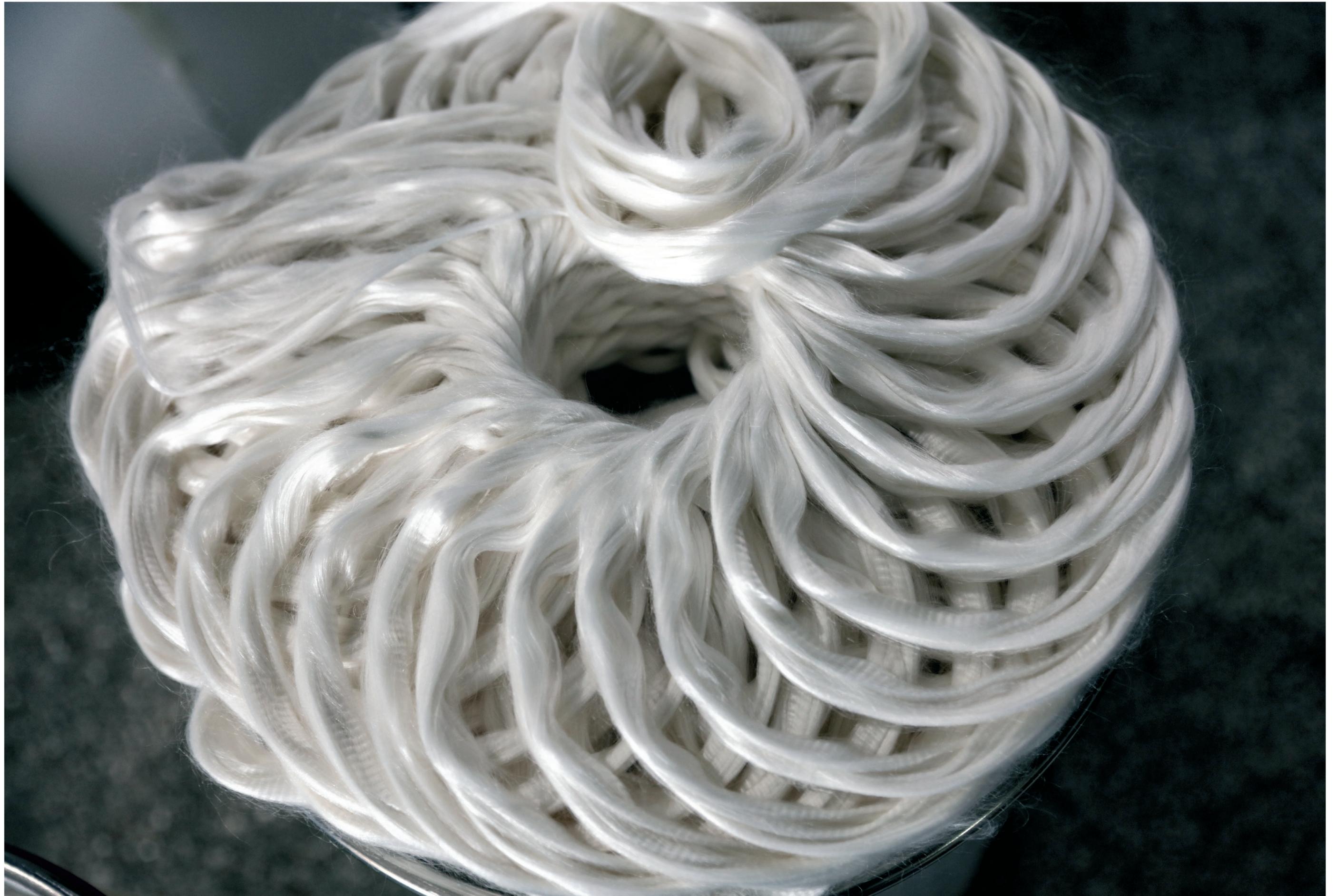




Nun kommen wir, zum ganzen Stolz von Herrn Zhang Xiao Zhu, in seinen derzeitigen Hauptsitz in Sezuan. In diesem Werk wird der Ramie in vielen verschiedenen Schritten zum Garn verarbeitet. Auf dem Foto unten zeigt er uns an der Wand eines Gebäudes sein neuestes Planungsprojekt, eine Fabrikanlage auf dem modernsten Stand der Technik, um dieser Wunderpflanze Ramie sowie seinen vielen Angestellten eine weite Zukunft geben zu können.

Auf der rechten Seite ist zu sehen wie die Ramiefasern angeliefert und dann mit verschiedenen Maschinen aufwändig weiterverarbeitet werden, bis eine watteartige Flauschigkeit auf dem Tisch liegt. Wir sehen unzählige Maschinen in immer wieder neuen Hallen, die es alle braucht um die hohe Qualität zu erreichen für die Herr Zhang Xiao Zhu steht.







Wir sind am Ende der Produktionskette angekommen, das fertige Garn wird verpackt und geht auf die Reise in die ganze Welt, um dort in Webereien zu hochwertigen Produkten verarbeitet zu werden.

Im Showroom der Firma konnten wir einen Blick auf die vielfältigen Verwendungsbereiche des Ramies werfen.

Für uns Eco-Fashion Fans waren die leicht schimmernden Hemden aus 100% Ramie eine wahre Freude. Die Qualität hat uns überzeugt. Die Produktion vom Feld bis zum fertigen Garn hat uns beeindruckt und die vielen Arbeiter, die jeden Tag für uns alle Stoffe und Mode machen, verdienen Respekt und Anerkennung.

Wir bedanken uns bei diesen lebenslustigen und freundlichen Menschen, die uns einen Einblick in ihr Schaffen gewährten, der bei uns noch lange nachwirken wird.

Wer Interesse an Ramie hat kann sich an folgende Kontaktadresse in Deutschland wenden:

**Frau Ying Luo**  
**Anthya Inc.**  
**[www.anthya.com](http://www.anthya.com)**





## JETZT BEWERTEN

„Voten für die Top-Ten der ECOenVIE Fashion Designer“

[www.ecoenvie.de/designer/uebersicht/](http://www.ecoenvie.de/designer/uebersicht/)

Über **200 Eco-Fashion-Designer** warten auf Eure Sterne, die Top-Ten entstehen durch Euer Voting.

Herzlichen Dank!



WER EINEN BUTTON AUF SEINE WEBSEITE VERLINKT BEKOMMT EIN PRINT MAGAZIN FREI HAUS  
ad@ecoenvie.de

## TOP-TEN ECO FASHION

	<b>1.</b> SKRABAK	<b>6.</b> SWITCHER	
<b>2.</b> JULIA STARP			<b>7.</b> GDG GÖTTIN DES GLÜCKS
	<b>3.</b> ALMA & LOVIS	<b>8.</b> FARRAH FLOYD	
<b>4.</b> WALK BOX			<b>9.</b> STUDIO JUX
	<b>5.</b> RECOLUTION	<b>10.</b> SABINE HOFIUS	

TOP-TEN ECO FASHION

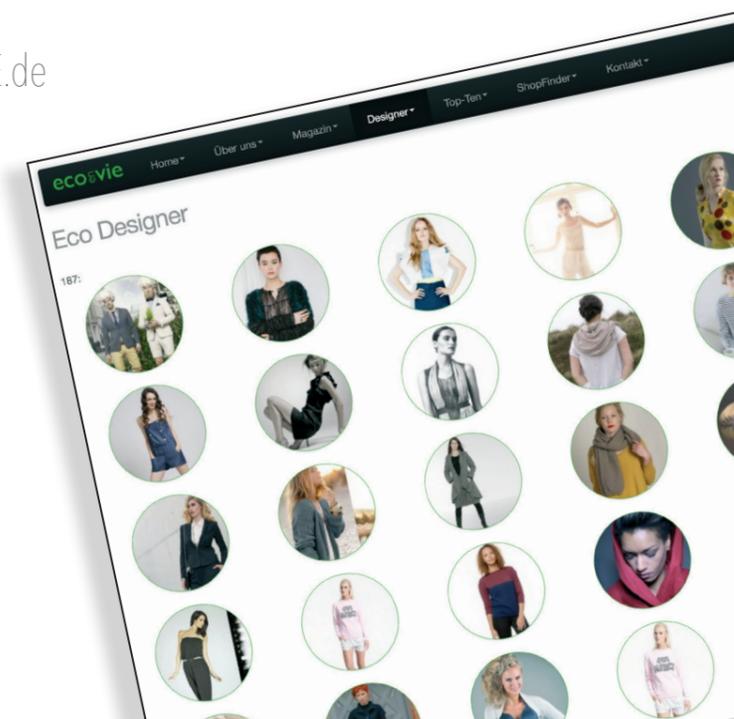
## NOVEMBER 2016

„Von über 14.000 Lesern gevotet“

Eco Designer Datenbank auf ECOenVIE.de

Hier finden Sie alle Designer und Shops, wo Sie die Mode spüren können.

Voten Sie für Ihren Lieblings-Designer!



# NEWS

## KURZ VOR WEIHNACHTEN

### DAILY'S - NOTHING'S BETTER FOR EVERY DAY

Lieblingsstücke für jeden Tag - das ist der Anspruch der beiden Fair Fashion Brands Daily's und Trevor's des Kölner Modehauses DNB. Was aber macht ein Kleidungsstück zu einem Lieblingsteil? Bequem und weich muss es sein. Und trotzdem cool und stylisch. Modisch. Zeitlos. Ein Hingucker. Ein Charakterstück eben. Und wenn es dann auch noch ökologisch und fair produziert ist - was will man mehr?

### Nachhaltig und innovativ

Die Daily's und Trevor's Winterkollektion ist genau dies: topaktuelle Mode und softe Lieblingsteile aus fairer, umweltschonender Produktion. Das Herzstück der Kollektionen besteht nach wie vor aus zertifizierter Bio-Baumwolle. Allerdings ist man sich bei DNB durchaus bewusst, dass Baumwolle durch ihren hohen Wasser- und Flächenbedarf in Zukunft mehr und mehr durch andere, nachhaltigere Rohstoffe ersetzt werden wird. Deswegen wird der Anteil an Faseralternativen stetig ausgebaut: recyceltes Polyester, Tencel, Seacell und Bambus: die Macher von Daily's und Trevor's verwenden viel Mühe und Sorgfalt auf das Sourcing neuer Rohstoffe und

innovativer Verfahren, die den hohen Ansprüchen an Qualität, Optik und Nachhaltigkeit entsprechen. Dabei bezieht sich Nachhaltigkeit bei DNB nicht nur auf Rohstoffe, sondern selbstverständlich auch auf die (möglichst kurzen) Transportwege, die fairen Arbeitsbedingungen und die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Lieferanten - in Europa sind dies kleine, inhabergeführte Betriebe in Portugal und Italien und in Indien langjährige, feste Partner.

### Trevor's für Männer mit Charakter

Entspannte Casualwear bietet auch die Herrenlinie Trevor's mit vielen lässigen Shirts, Sweats und Pants, die schnell zu Lieblingsteilen im Kleiderschrank werden. Mit Trendgespür und Experimentierfreude haben die Designer die Kollektion weiterentwickelt, der authentische Look mit den soften, gewaschenen Organic Cotton Qualitäten bleibt jedoch erhalten. Alle Styles haben nach wie vor eins gemeinsam: den weichen Griff und das angenehme Tragegefühl auf der Haut. Das überzeugt auch Ex-Fußballprofi Paul Scharner - das neue Gesicht der Herbst/Winter-Kampagne von Trevor's.

Daily's und Trevor's gibt es inzwischen bei rund 300 deutschen Einzelhändlern oder im eigenen Online Shop. Die Nachfrage aus dem europäischen Ausland treibt die Expansion bei DNB voran - in Österreich, Belgien, den Niederlanden und Polen läuft der Verkauf jetzt an. Frankreich, Griechenland und die Schweiz folgen in 2017.



Text: Daily's, Foto: Daily's



### Daily's Desire for Design

Für die Winterkollektion wurde die modische Aussage des Damen Labels Daily's weiter zugespitzt: Hochwertige Grundqualitäten wie die supersoftern Organic Cotton-Shirts und -Sweats in den Daily's-typischen Waschungen werden ergänzt um Design-Pieces wie Ponchos, sexy

Onesuits oder lässige Sweatkleider. Neu sind die superweichen Cotton-Cashmere Qualitäten und luxuriöser Strick aus Kaschmir-Woll-Mischungen. Gedämpfte Farb-Melangen, aufgeraute Oberflächen und kuschelige Qualitäten stimmen ein auf kalte Wintertage.

# UND GRETEL

## Ökonomie für die Haut

Ähnlich wie ecoenvie-Gründer Boris Bärmichl, der als Fotograf häufig mit den negativen Auswirkungen konventionellen Make-ups auf die Haut seiner Models konfrontiert war, war auch und Gretel-Gründerin Christina Roth im Zwiespalt zwischen dem Anspruch nach mehr Natur und der Wirklichkeit, dass die Qualität der Produkte kaum für professionelle Ansprüche ausreichte.

Mit ihrer eigenen Marke und Werbepfusi Stephanie Dettmann an ihrer Seite hat sie es geschafft, diese Kluft zu verringern und Visagisten, die Wert auf biozertifizierte und trotzdem gut zu verarbeitende Foundations und Lidschatten legen, glücklich zu machen. Die seidigen Texturen der Puder begeistern Profis wie Laien gleichermaßen. Man möchte einfach loslegen und experimentieren. Die Lidschatten sind fein und gut pigmentiert. Es macht Spaß, mit ihnen zu arbeiten, weil man keine Kompromisse mehr machen muss. Farbauftrag, Verblenden, Konturieren geht wie gewohnt. Da vermisst man die silikonisierten Puder der großen Make-up-Marken nicht.

Die Foundation deckt sehr zart, stärkere Rötungen brauchen etwas Concealer. Lediglich die Farbauswahl ist noch etwas klein, als Profi vermisste ich zum Beispiel ein brillantes Rot für die Lippen bzw. Lipliner. Das Rouge/Konturpuderduo ist ein bisschen hell, genau wie der Puder, aber es ist ja auch noch eine kleine, feine Linie. Da kommt sicher noch eine Menge nach. Als Make-up Artist weiß Christina ganz genau, was wir Mädels wirklich im Schminktäschchen brauchen. Funktionale, schön verpackte Spielsachen nämlich. Mit ihrer Produktrange lassen sich klare, moderne Looks schminken, mit denen man auch auf Instagram toll aussieht. Ohne die Haut mit Chemie zu belasten!

Text: Angi Aicher und Melina Johannsen  
Bilder: UND GRETEL

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



IMBE  
Eye Shadow  
Bark

TAGAROT  
Lipstick  
Dahlia

SPRUSSE  
Eyebrow Pencil  
Dark Brown



SUNNE  
Lifting Modellage  
Powder

KNUTZEN  
Lipgloss  
Sunrise Red

LIETH  
Foundation  
Porcelain Beige



IMBE  
Eye Shadow  
Lavender Grey

LUK  
Creme Eye Stick  
Luk Bronze

WINT  
Mascara  
Black

MakeUp Partner  
auf der INNATEX  
2017



TUNKAL  
Concealer  
Light Beige

TAGAROT  
Lipstick  
Apricot

WINT  
Mascara  
Black

Tänzer und Model Moritz Fabian



Tänzerin und Model Nadja Simchen

Freie Produktion von Melina Johannsen

# Öko nomische BEWEGUNG

Model: Nadja Simchen & Mortiz Fabian  
Mode: Wolljacke xessbaba  
www.xessbaba.ch  
Hemd: Carpasus  
www.carpasus.com  
Mantel: Skrabak  
www.skrabak.de



YouTube Film zur Produktion:  
[https://www.youtube.com/watch?v=bklt04\\_nSd0](https://www.youtube.com/watch?v=bklt04_nSd0)

Model: Mortiz Fabian  
Mode: Cordmantel, NIX, Berlin  
www.nix.de  
Hemd: Carpasus  
Krawatte: Carpasus  
www.carpasus.com

# Tanz Mode der



# Höhenflug

Model: Nadja Simchen & Mortiz Fabian  
 Moritz: Hemd und Krawatte - Carpasus  
 Hemd: Carpasus  
 Mantel: Cordmantel NIX, Berlin  
[www.nix.de](http://www.nix.de)  
 Nadja: Bluse von Skrabak  
[www.skrabak.de](http://www.skrabak.de)  
 Hose: Gesine Jost  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)

Model: Nadja Simchen & Mortiz Fabian  
Moritz: Hemd und Krawatte - Carpasus  
Hemd: Carpasus  
Mantel: Gesine Jost  
[www.gesinejost.de](http://www.gesinejost.de)

Fotografien: Melina Johannsen  
[www.shotbylina.de](http://www.shotbylina.de)

# STANDHAFT



# Meghalaya – das Land, wo die Wolken wohnen

Am Fuße des Himalaya, im Nordosten Indiens, trifft die kühle Luft der Berge auf die Hitze der Ebene. Dadurch entstehen Wolken und Regen. Die Gebiete sind reich an Wasser. Doch steigende Temperaturen und weniger Niederschläge, bedingt durch die globale Erderwärmung, entziehen bereits jetzt den Landwirten – den Landwirtinnen – ihre Lebensgrundlage.

In Meghalaya leben die Khasi in einem matri-linearen System. Entsprungen aus der Vorstellung, dass die Mutter Natur das Prinzip des Lebens verkörpert, tragen die Frauen die ökonomische und soziale Verantwortung. Dort wählen Frauen die Männer aus, die sie lieben. Haus und Land, Betelplantagen, Fischzucht oder Seidenzucht gehen von der Mutter an die jüngste Tochter, die „Khadu“ über. Sie sorgt für die Eltern, die Geschwister und ihre neue Familie und für den Besitz.

#### Filmtipp:

[programm.ard.de/TV/arte/khasi-im-land-der-frauen/eid](http://programm.ard.de/TV/arte/khasi-im-land-der-frauen/eid)

#### Anpassung an den Klimawandel

Das durchschnittliche Jahreseinkommen in Meghalaya liegt bei 650 Euro. Nach ökonomischen Maßstäben ist es eine der ärmsten Regionen Indiens. Die „sieben Schwesterstaaten“ Assam, Arunachal Pradesh, Manipur, Meghalaya, Mizoram, Nagaland und Tripura sind von Landwirtschaft geprägte Länder, in denen es kaum staatliche Absicherungen oder Subventionen gibt. Die bilaterale Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Indien fördert dort seit ein paar Jahren Projekte, um den katastrophalen Auswirkungen der Klimaerwärmung frühzeitig zu begegnen.

Unter der Führung der GIZ (Dt. Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit

und Entwicklung) wird in Meghalaya beispielsweise eine neue Wasserpolitik erarbeitet, werden indigene Fischarten gezüchtet und die traditionelle Eri-Seidenproduktion verbessert.

Eri-Seide – ein ökologisches und ökonomisches Projekt

Dr. Matthias Langer, von der Firma Seidentraum, ist einer der Berater der GIZ für das Eri-Seidenprojekt. Sein Ziel ist es, die Seidenzucht nachhaltig dort aufzubauen und auszubauen. Dazu gehört auch, dass das Spinnen, Färben bis hin zur Fertigung von Bekleidung in den (Projekt)-Dörfern in Meghalaya stattfindet – effizienter als bisher, jedoch immer noch auf handwerklicher Basis.

Berater vor Ort weisen die Plantagen-BesitzerInnen in verbesserte Zucht- und Kokontechniken ein. Neue, feinere Spinnverfahren werden erarbeitet, umweltgerechte Färbung und rückenfreundliche, schnellere Handwebstühle sind die Grundlage für hochwertige Seidenqualitäten.

Eri-Seide ist feiner, weicher und geschmeidiger als Tussah-Seide. Der Name „ERI“ ist abgeleitet vom assamesischen Wort „Wunderbaum“ und bezeichnet die Nahrungsquelle der Seidenraupen. Die Plantagen stehen im Freiland. Eri-Seide wird aus verlassenen Kokons gewonnen.

Text: Gabriele Perryman  
Fotos: Dr. Mattias Langer

Erhältlich sind die ersten Peace-silk-Qualitäten der Eri-Seide bei  
[www.seidentraum.de](http://www.seidentraum.de)

Und weitere Informationen über das Projekt und Spendenaufruf finden Sie unter:  
[www.meghalaya-silk.com](http://www.meghalaya-silk.com)

<http://www.youtube.com/channel/UC7qOGCqEpYuf6nSSTt5oAIQ>



Dr. Mattias Langer, Seidentraum:

## Was ist „Ökonomie“ für Sie?

Ich gehe vom Ursprung des Wortes aus. Im Griechischen ist das die Gesetzmäßigkeit, „Haus zu halten“, um das Leben des Menschen einfacher und angenehmer zu machen – aber nicht nur eines Menschen. Dazu gehört in der Folge, dass Mensch und Natur nicht ausgebeutet werden dürfen.

(nach Wahrig: oikonomos: Hausverwalter)





# 24

Eco-Geschenktipps  
zum Weihnachtsfest  
aus der Redaktion von ECOenVIE



**01 zotter Bio-Schokolade**  
Nashis - Adventkalender „vegan“ mit schönen Engelmotiv und 24 puren Mini Schokoladen gefüllt.  
[www.zotter.at](http://www.zotter.at)

**03 HempAge**  
HempAge Herren Norwegerpullover aus Bio-Baumwolle.  
[www.biotextilien-allgaeu.de](http://www.biotextilien-allgaeu.de)



**05 Alma & Lovis**  
Light Sweater kermit Federleichter Raglan-Pullover aus Alpaka mit Seide, fair produziert.  
[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)



**08 Alma & Lovis**  
Light Pullunder kermit Wunderschöner patent gestrickter Pullunder aus super feinen Alpaka mit Seide.  
[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)



**02 woody schuh**  
Model: TAMJA von woody schuh aus Österreich.  
[www.woody.co.at](http://www.woody.co.at)

**04 Think! Shoes**  
WOOD Stiefel bunt Leder pflanzlich gegerbt (chromfrei) Holz-Plateausohle  
[www.thinkshoes.com](http://www.thinkshoes.com)



**06 Daily's Trevor's**  
Zu Weihnachten lässige It-Pieces verschenken! Für IHN vielleicht das bordeauxrote Henley-Shirt? Und für SIE das kuschelige Oversized Shirt aus luxuriösem Cotton-Kaschmir-Mix? Natürlich alles 100% bio und fair!  
[www.dailynothingbetter.com](http://www.dailynothingbetter.com)



**09 LIVING NATURE**  
Firming Flax Serum - Straffendes Flax Serum. Ideal um Trockenheitsfältchen mit diesem Balsam zu kräftigen, beruhigen und besänftigen.  
[www.living-nature.de](http://www.living-nature.de)



**07 couleur caramel**  
Unser Tipp: Glanz, Farbe und Pflege mit Twist & Lips, glänzende Lippen, stahlend intensive Farben.  
[www.couleurcaramel.de](http://www.couleurcaramel.de)



**10 Alma & Lovis**  
Light Cap kermit Federleicht: 75% Alpaka / 25% Seide wärmende Strick-Mütze passend zum Pullover und Pullunder.  
[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)





**11 CARPASUS**  
Hemd CARPASUS  
,Classic Weiss'  
[www.carpasus.com](http://www.carpasus.com)



**14 NIX**  
Mantel zum Binden.  
Das Modell gibt es aus  
GOTS zertifiziertem Cord  
und Wollflanell mit Krei-  
destreifen  
[www.nix.de](http://www.nix.de)



**12 xess baba**  
Beidseitig tragbare Strick-  
jacke  
[www.xessbaba.ch](http://www.xessbaba.ch)



**15 skrabak**  
Bluse Charly aus Bio-Ba-  
tist  
[www.skrabak.de](http://www.skrabak.de)



**13 GOTSUTSUMU**  
Anzug David Nachtblau  
Slim Fit  
[www.gotsutsumu.de](http://www.gotsutsumu.de)



**16 Christian Felber**  
Der Buch-Tipp der Re-  
daktion „Neue Werte für  
die Wirtschaft“ von Chri-  
stian Felber.  
[www.christian-felber.at](http://www.christian-felber.at)



**17 CARPASUS**  
Hemd CARPASUS ,Clas-  
sic' Karo Blau/Rot  
[www.nix.de](http://www.nix.de)



**20 UND GRETEL**  
Deepmello UND GRE-  
TEL haben diese schöne  
Make-up-Tasche entwi-  
ckelt.  
[www.undgretel.com](http://www.undgretel.com)



**18 ANTONIO VERDE**  
Antonio Verde - Eco Sun-  
glasses  
[www.eco-sunglasses.com](http://www.eco-sunglasses.com)



**21 SEIDENTRAUM**  
Flannel silk scarf Steps  
100% silk  
[www.seidentraum.biz](http://www.seidentraum.biz)



**19 WOODY SHOES**  
ROMAN -  
ZIRENSCHUH  
[www.woody.co.at](http://www.woody.co.at)

**22 MAAS**  
Baumwoll Jacquardjacke  
100% kbA Baumwolle  
[www.maas-natur.de](http://www.maas-natur.de)





# 2016

Ein gesundes Weihnachten und  
schöne Feiertage wünscht  
ECOenVIE

**23 UND GRETEL**  
TUNKAL - CONCEALER  
Ein wacher, frischer Blick  
- egal wie lang die letzte  
Nacht war.  
[www.undgretel.com](http://www.undgretel.com)



**24** **Daily's - Trevor's**  
Weihnachten wird gemütlich UND stylisch!  
Mit unseren lässigen It-Pieces aus weichem  
Herringbone-Doubleface für SIE und gewaschenem  
Organic-Cotton für IHN! Natürlich alles 100% bio und fair!  
Natürlich alles 100% bio und fair!  
[www.dailysnothingsbetter.com](http://www.dailysnothingsbetter.com)

Jeden Tag findet Ihr auch einen  
Weihnachtsgeschenk Tipp auf

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

und

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



katja nikolaidis  
**pelz**  
leder filz



**green**  
**FUTURE**  
der Öko-Pelz

Auf der INNATEX 2017  
Katja Nikolaidis  
Web.: [www.pelz-nikolaidis.de](http://www.pelz-nikolaidis.de)  
Telefon: +49.6021.23044



Text: wunderwerk & Nina Bloom Foto: Markus Hertzsch

DIE ZWEI WUNDERWERKER VON WUNDERWERK SETZEN EIN NEUES WERK IN DER ÖKOLOGISCHEN HAUPTSTADT BERLIN!



Foto: Tim Brückmann



Foto: Heiko Wunder

Seit dem Start der Marke wunderwerk im Jahr 2012 setzten sich die beiden Gründer Heiko Wunder und Tim Brückmann dafür ein,

mit stylischer und zugleich nachhaltiger Mode neue Standards in der Bekleidungsbranche zu etablieren.



**FLAGSHIP-STORE IN BERLIN**

Green Fashion immer stärker im Markt - wunderwerk eröffnet Flagship-Store in Berlin.

„So wie bisher kann es in der Textilindustrie im Hinblick auf die Umweltverschmutzung oder die Ausbeutung von Mensch und Natur nicht weitergehen“, sagt Heiko Wunder, der bei wunderwerk den Bereich Produkt und Design verantwortet. „Wir sind überzeugt, dass sich unsere Herangehensweise an Umweltschutz und soziale Verantwortung in Kombination mit wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit in absehbarer Zeit zu einem selbstverständlichen Standard in der Branche für Hersteller von Markentextilen entwickeln wird. Unser erklärtes Ziel ist es, international eine

führende Position für öko-faire Mode einzunehmen und einer der drei Top-Anbieter in diesem Segment zu sein“, ergänzt Diplom-Kaufmann Tim Brückmann, zuständig für Vertrieb und Marketing.

Jetzt geht wunderwerk in Kooperation mit seinem langjährigen Kunden Thomas Marks, Inhaber der Ankleidezimmer Stores in Halle und Berlin, weiter auf Wachstumskurs und eröffnet seinen zweiten Store am 28. Oktober auf der Kastanienallee in Berlin-Prenzlauer Berg. Das Sortiment im Berliner Laden wird zudem durch Marken wie u.a. Dr. Bronners Naturkosmetik oder die Hanf-Jacken Marke Hoodlamb ergänzt.

wunderwerk store  
Kastanienallee 11  
D-10435 Berlin-Prenzlauer-Berg  
[www.wunderwerk.com/de](http://www.wunderwerk.com/de)



# SCHRÖDERS SHOES

WIR GEHEN EINEN SCHRITT WEITER

IN DER NEUE KOLLEKTION  
BIO COTTON  
CHROMFREIES LEDER  
KOMPOSTIERBARE SOHLE



[www.schroeders-shoes.de](http://www.schroeders-shoes.de)

Meet us:  
Ethical Fashion Show - Berlin vom 17.01.-19.01.2017  
INNATEX - Wallau vom 21.01.-23.01.2017

# BIOKOSMETIK



## Einkaufen- online oder im Laden? Die Ökonomie des Shoppens

Text: Angie Aicher Foto: shutterstock

Wenn wir uns umsehen in der Welt der Kosmetik, fällt auf, dass man im klassischen Einzelhandel noch relativ wenig der doch inzwischen sehr großen Vielfalt an Bioprodukten findet. Da beherrschen immer noch klassischen Marken wie Gebhardt, Hauschka, Sante oder lavera das Bild. Gefolgt von Tautropfen, Kneipp und Weleda. Schaut man sich im Internet um, ist das Angebot dort deutlich vielfältiger, jünger und aufregender. Kleine Marken aus allen möglichen Ländern, besonders aber aus Australien und Amerika oder sogar Lettland bieten eine unglaubliche Vielfalt an Philosophien und Produkten an. Selbst mit einigen wenigen Seifen gehen Shops wie ‚Binu‘ online. Und wachsen. Manchmal dann auch bis in den stationären Handel.

Aber warum tun sich Einzelhändler und Drogerieketten so schwer mit neuen Marken? Zum einen dürfte die garantierte Verfügbarkeit ein Thema sein. Denn wenn die Firmen noch klein sind, können sie manchmal die benötigten Mengen nicht liefern. Online ist das nicht so wild, das Foto des Produktes steht im Netz, dass es ausverkauft ist, steht klein darunter. Ist allerdings das Regal in der Parfümerie leer, sieht das nicht ganz so hübsch aus. Auch Zertifikate haben lang eine Rolle gespielt. Momentan weicht das etwas auf, denn es gibt viel gute Biokosmetik, die sich den Gang über komplizierte, teure Zertifizierungssysteme sparen. Zu aufgeweicht sind oft die Regeln, zu undurchsichtig für den Kunden, bei welchem Siegel jetzt wie viel ‚nur‘ Natur und welcher Anteil nun ‚Bio‘ ist. Auch kann es an einem Inhaltsstoff scheitern, der nicht zertifizierbar ist, weil zum Beispiel mineralischen Ursprungs.

Online ist man da oft nicht so kritisch, hat sich die Kundin aber doch aufgemacht zur Parfümerie, will sie es meist immer noch ganz genau wissen und auch Brief und Siegel haben.

Die KundInnen sind online einfach neugieriger. Nehmen auch mal ein Produkt mit, weil es gerade im Angebot ist oder einfach neu, weil es sich spannend anhört und der Algorhythmus es als passend vorgeschlagen hat. Was gute VerkäuferInnen genauso machen, aber irgendwie scheint es mit dem Hintern auf dem Sofa und dem bargeldlosen Bezahlen per Mausclick leichter zu fallen, auch mal was Neues zu testen.

Ist es vielleicht auch das ungestörte Stöbern? Empfindet der Kunde im Geschäft einen anderen Druck, wenn er sich beraten lässt? Fallen Verkaufstricks online weniger auf?

Auch die diversen Blogs und Onlinemagazine tun ihr Übriges. Meist werden da die Kauflinks schon mitgepostet und schon ist man per Tastatur Schönheit shoppen. Direkter, ohne Schwellenangst. Ohne Scheu vor der perfekt gestylten Parfümeriefachkraft, vor der man sich nicht blamieren möchte, wenn man die neuesten Fachausdrücke nicht so draufhat. Gerade Männer können so ihrem Entdeckertrieb freien Lauf lassen und sich ihre Pflegebeute selbst jagen, ins Körbchen legen und tapfer bezahlen. Ganz ohne süffisant hochgezogene Brauen, weil er jetzt den Moisturizer nicht vom After Shave Balm unterscheiden kann. Sind Männer die Triebkraft hinter dem Onlinehandel? Weil sie eh nicht gern einkaufen gehen und so viel bequemer an ihre Produkte kommen?

Stört serviceorientiertes Personal im Geschäft? Oder gehen die KundInnen nur noch in den Laden, wenn sie es ganz genau wissen wollen und tatsächlich jemand brauchen, der nicht nur eine Rezension im Netz schreibt, sondern auch individuell hinschauen kann und feststellt, Hype hin oder her, das neueste große Ding aus dem Netz wäre dann nicht für einen selbst geeignet. Der Verdacht liegt nahe, bekomme ich doch von manch einer Freundin Links zu Shops und Produkten geschickt mit der Anfrage, was ich denn davon hielte. Tja. So ganz ohne Fachkraft ist es dann auch wieder langweilig, gell!



# SHOP FINDER

## NEU BEI ECOenVIE: Der „ShopFinder“

Auf der Webseite von ECOenVIE sehen Sie in der Menüleiste eine neue Funktion, den „ShopFinder“. Ein einfacher Klick und Sie können über die Postleitzahl den nächsten Eco-Fashion-Shop in Ihrer Nähe finden.

Die ersten drei Ziffern reichen schon, um in einer Region Ihrer Wahl eine Liste der Shops zu erhalten. Durch Auswählen eines Shops erhalten Sie gleich auch eine Auswahl der dort geführten Eco-Fashion-Designer.

Eine weitere Option auf unserer Webseite ist die „Designerdatenbank“ mit über zweihundert überprüften Eco-Fashion-Designern. Auch hier können Sie im Suchfeld durch Eingabe einer Postleitzahl, einer Stadt oder auch nur des Designer Namens Ihr Ergebnis finden. Das Neue ist: nach Auswahl eines Designers sehen Sie jetzt gleich auch die Shops, in denen seine Mode erhältlich ist.

Noch gibt es einige Lücken, das Team von ECOenVIE sowie die Designer und Shopbetreiber sind aktiv dabei, die Datenbank weiter zu füllen und ab Mitte Jahr sollten wir auf dem



neuesten Stand sein, um Ihnen so eine ideale Hilfestellung bei der Suche nach der passenden „Eco-Fashion Mode“ bieten können. Testen Sie es aus, geben Sie uns auch gerne ein Feedback.

[www.ecoenvie.de/shopfinder/shops](http://www.ecoenvie.de/shopfinder/shops)

# SHOP FINDER



**Boxx GbR** Am Schlossberg 21 - 82547 Eurasburg - Telefon: 08179 - 997 101 (Termin nach Absprache)

## HALLE



### Skrabak - Franka Skrabak

Öffnungszeiten:  
Di. - Fr. 11:00 Uhr - 19:00 Uhr  
Sa. 10:30 Uhr - 14:30 Uhr

Oleariusstraße 1  
06018 Halle  
Telefon: (0)157 - 753 398 39  
E-Mail: hello@skrabak.de  
www.skrabak.de

## NETZSCHKAU



### Silke-Manon Wiesnet e.K.

Öffnungszeiten:  
Mo. - Fr. 09:00 Uhr - 17:00 Uhr  
Sa. nach Vereinbarung

Hermann-Löns-Straße 2  
08491 Netzschkau  
Telefon: 03765-645 36  
E-Mail: hello@manondesign.de  
www.manondesign.de

## BERLIN



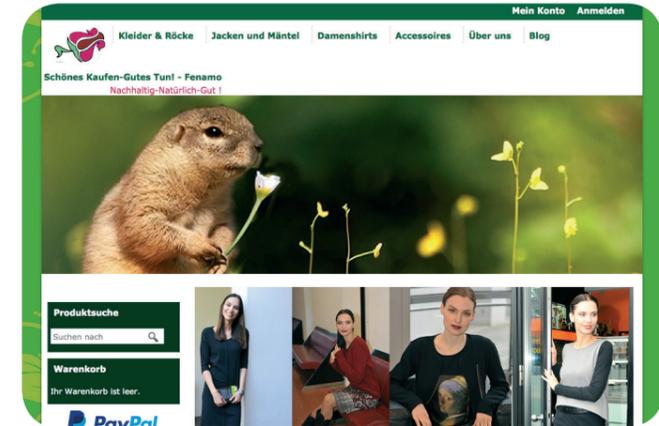
### Loveco GmbH

Öffnungszeiten:  
Mo. - Fr. 12:00 Uhr - 20:00 Uhr  
Sa. 11:00 Uhr - 18:00 Uhr

Sonntagstraße 29  
10245 Berlin  
Telefon: 030 - 490 848 33  
E-Mail: hello@loveco-shop.de  
www.loveco-shop.de

Marken: Kuyichi, Wunderwerk, Knowledge Cotton, Armedangels

## BERLIN



### Fenamo

Online Shop:  
www.fenamo.de

Gregor-Mendel-Straße 8  
14469 Postdam  
Telefon: 0331-233 855 35  
E-Mail: info@fenamo.de

Marken: Alma&Lovis, Komodo

## BERLIN



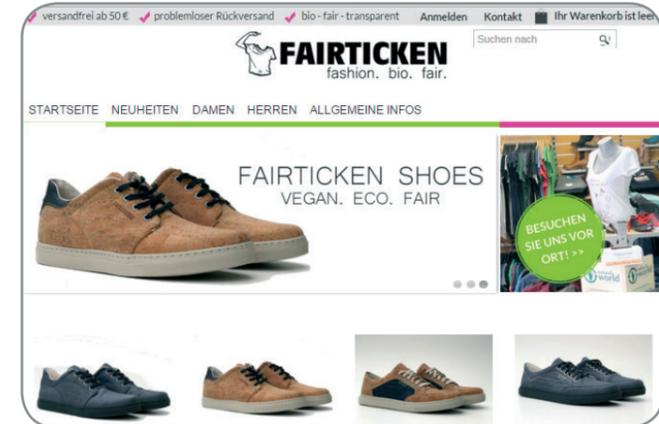
### Wertvoll GmbH

Öffnungszeiten:  
Mo.-Fr. 10:00 Uhr - 20:00 Uhr  
Sa. 10:00 Uhr - 18:00 Uhr

Marienburgerstraße 39  
10405 Berlin  
Telefon: 030 - 255 677 26  
E-Mail: info@wertvoll-berlin.de  
www.wertvoll-berlin.de

Marken: les racines du ciel, l'herbe rouge, Nudie, KnowledgeCotton

## BIELEFELD



### FAIRTICKEN

Online-Shop

Breite Straße 17  
33602 Bielefeld  
Telefon: 0521 - 55 74 577  
E-Mail: info@fainticken-shop.de  
www.fainticken-shop.de

Marken: JONNY'S VEGAN, FAIRTICKEN, bleed, THOCK THOCK, LIVING CRAFTS

## DÜSSELDORF



## Wunderwerk

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 10:00 Uhr - 18:00 Uhr  
Sa. 10:00 Uhr - 18:00 Uhr

Ackerstraße 133  
40233 Düsseldorf  
Telefon: 0211-911 80 882  
E-Mail: sales@wunderwerk.de.com  
www.wunderwerk.de.com

## DORTMUND



## Sabine Hofius Design GmbH

Öffnungszeiten:

Mo.- Fr. 10:00 Uhr - 18:30 Uhr  
Sa. 10:00 Uhr - 16:00 Uhr

Olpe 19  
44135 Dortmund  
Telefon: 0231 - 533 06 79  
E-Mail: laeden@hofius-mode.de  
www.hofius-mode.de

## HEIDELBERG



## GOODsHOUSE

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 10:30 Uhr - 19:00 Uhr  
Sa. 11:00 Uhr - 18:00 Uhr

Hauptstraße 113 a  
69117 Heidelberg  
Telefon: 06221 - 659 687  
E-Mail: mail@goodshouse-heidelberg.de  
www.goodshouse-heidelberg.de

Marken: Alma+Lovis, Komodo, RiessEmaile, GoodSociety,  
OneWorld, Rafinesse+Tristesse, ComazoEarth u.v.m.

## FREIBURG



## Blickfang

Öffnungszeiten:

Mo.- Fr. 10:30 Uhr - 19:00 Uhr  
Sa. 10:30 Uhr - 16:00 Uhr

Gerberau 42  
79098 Freiburg  
Telefon: 0761 - 38 43 35 11  
E-Mail: blickfang-freiburg.de  
www.blickfang-freiburg.de

## KÖLN



## DNB DAILY'S NOTHING'S BETTER GmbH

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr. 10:00 Uhr - 18:30 Uhr  
Sa. 10:00 Uhr - 16:00 Uhr

Zollstockgürtel 57-67, Haus 6  
50969 Köln  
Telefon: 0221 - 297 823 26  
E-Mail: info@dalysnothingsbetter.de  
www.dalysnothingsbetter.de

## KÖLN



## Sabine Hofius Design GmbH

Öffnungszeiten:

Mo.- Fr. 10:00 Uhr - 18:30 Uhr  
Sa. 10:00 Uhr - 16:00 Uhr

Herzogstraße 38  
50667 Köln  
Telefon: 0221 - 70 21 19 22  
E-Mail: laeden@hofius-mode.de  
www.hofius-mode.de

## MÜNCHEN



## GLORE München

Öffnungszeiten:

Mo. 11:00 Uhr - 19:30 Uhr  
Sa. 11:00 Uhr - 19:00 Uhr

Baaderstraße 55  
80469 München  
Telefon: 089 - 189 128 25  
E-Mail: hello\_muc@glore.de  
www.glore.de

## ANGEBOT



## Hier könnte auch Ihr Shop stehen !!

Unser Angebot:

1x Shop-Finder in Nr.18,  
Nr.19 und www.ECOenVIE.de  
zum Preis von 300.- € zuzüglich MwSt.

Rufen Sie uns an +49 (0)8141 - 357 32 17  
oder E-Mail: ad@ecoenvie.de

EURASBURG

AUGSBURG

Naturkosmetik



Boxx GbR

Öffnungszeiten:  
Mo. - Fr. 10:00 Uhr - 18:00 Uhr  
Besser nach Terminabsprache

Am Schlossberg 21  
82547 Eurasburg  
Telefon: 08179 - 997 101  
E-Mail: kontakt@boxxfashionshop.com.de  
www.boxxfashionshop.com

GreenGlam Naturkosmetik Dr. Kraus KG

Öffnungszeiten:  
Mo. - Fr. 10:30 Uhr - 19:00 Uhr  
Sa. 11:00 Uhr - 18:00 Uhr

Apothekergäßchen 3  
86150 Augsburg  
Telefon: 0821 - 248 08 710  
E-Mail: shop@greenglam.de  
www.greenglam.de

IMPRESSUM - IMPRINT



Redaktion Gesundheit  
Dr. med. Andrea Alverdes



Herausgeber, Chefredakteur  
Boris Baermichl



Fotografie & Styling  
Melina Johannsen



Leitung Vertrieb  
Sascha Schröder



Leitung Mode  
Gabriele Perryman



Beauty Direktorin  
Angela Aicher

HERAUSGEBER:

Ein Projekt des TechnologieScout  
Boris Bärmichl

ECOenVIE

Nettstraße 4  
D-82296 Schöngesing

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

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

ANZEIGEN

BILDAGENTUREN

Seite 03 Alma & Lovis  
Seite 04 Antonio Verdes  
Seite 25 Daily's & Trever's

REDAKTION DESIGN & FASHION

Gabriele Perryman  
gabriele.perryman@ecoenvie.de

REDAKTION BEAUTY

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

SALES & WERBUNG

Sascha Schröder  
sascha.schroeder@ecoenvie.de

FOTOGRAFIE & STYLING

Melina Johannsen  
melina.johannsen@ecoenvie.de

FREIE MITARBEITER

HAMBURG

Jörg Sievers  
redaktion@ecoenvie.de

MÜNCHEN

Wanja Alverdes  
wanja.alverdes@ecoenvie.de

DÜSSELDORF

Sebastian Fleischhauer  
sebastian.fleischhauer@ecoenvie.de

KORRESPONDENT USA

Tina Streidl  
tina.streidl@ecoenvie.de

Wir arbeiten zusätzlich mit Bildern von Shutterstock, 123RF

# ALLE MAGAZINE JETZT IM ABO



Gute Gründe für Sammler und Liebhaber jetzt ECOenVIE zu abonnieren und fehlende Ausgaben nachzubestellen!

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 01 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 06 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 11 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 16 |
| <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 02 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 07 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 12 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 17 |
| <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 03 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 08 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 13 |   |
| <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 04 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 09 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 14 | <input type="checkbox"/> O NEWS 01      |
| <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 05 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 10 | <input type="checkbox"/> Magazin Nr. 15 |   |

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](mailto:ad@ecoenvie.de) ganz schnell per Telefon 08141-357 32 17

# FOTOSHOOTING

## AUF DER INNATEX 2017



# JETZT BUCHEN

ECOenVIE ist mit Models, Visagisten und Fotografen wieder „Live“ dabei, eine halbe Stunde Fotoshooting auf dem Messestand, alle Bilder auf USB-Stick.

Sprechen Sie uns an +49 - 08141 - 357 32 17 oder E-Mail: [ad@ecoenvie.de](mailto:ad@ecoenvie.de)

# TERMINE 2017



## WAS&WO

Veranstaltung:	Ort:	Datum:
Green showroom	Berlin	vom 17.01. - 19.01.2017
ethical fashion show	Berlin	vom 17.01. - 19.01.2017
INNATEX	Wallau	vom 21.01. - 23.01.2017
MUNICH FABRIC START	München	vom 31.01. - 02.02.2017
VIVANESS & BioFach 2017	Nürnberg	vom 15.02. - 18.02.2017



Die letzte Seite...

...oder die Ökonomie des eigenen Seins.  
Kennen Sie die vernichtende Macht der weißen Seite? Ob früher einen Brief schreiben für die Oma zu Weihnachten, dem Chef eine Ausarbeitung oder wie hier - Zeilen für die letzte Seite.

Ich muss jetzt was schreiben... doch es kommt nichts, mir fällt einfach nichts ein und wenn ich ein paar Gedanken fasse, gefallen sie mir nicht und dann geht es immer wieder von vorne los. Und der Druck wächst - in mir und in meinem Kopf! Doch wo kommen die Angst und gleichzeitig der Druck her?

Er scheint tief in mir drinnen zu entstehen, ich bin mir selbst im Weg, mein Akku ist einfach leer. Ich werde noch wahnsinnig. Da kam mir gestern mein Freund zu Hilfe: „Mach doch mal aus dem „Ich muss“ ein „Ich muss nicht“ und schau es Dir dann an.“ Hmmh, also: „Ich muss nicht schreiben“?! Wow, das fühlt sich gleich viel besser an! Mir sind dann noch weitere Sätze eingefallen, alle mit „Ich muss nicht...“.

„Ich muss nicht!“ rufe ich freudig aus. Pause. Jeder trinkt an seinem Bierchen.

Tja, denke ich, aber dann bleibt die letzte Seite ja leer und eigentlich macht es mir Spaß, mich an Sie zu wenden, mich Ihnen mitzuteilen und gelesen zu werden.

Mein Freund kommentierte meine Einwände schmunzelnd: „Ach schau an, Du möchtest ja etwas schreiben.“ Ja, ich möchte! Ich möchte mit Ihnen überlegen, warum fühle ich mich so leer? Vielleicht weil ich meine so viel zu MÜSSEN, da ist es wieder das „Müssen“, es ist wie ein schwarzes Loch, es raubt einem alle Energie, ökonomisch gesehen die volle Katastrophe.

Das Gegenteil davon ist die Sonne, die Leichtigkeit, das „Ich MÖCHTE“. Fühlen Sie es auch, „möchten“ ist einfach schön, entspannt und gibt Kraft. Das möchte ich Ihnen schreiben.

Probieren wir es aus, machen wir etwas aus jedem unsere Tage, ganz besonders in der Vorweihnachtszeit, schicken wir das „Muss“ in die Vergangenheit und genießen das „Ich möchte“ im Hier und Jetzt.

In diesem Sinne eine gute Zeit,  
Ihr Bob Snob

The last page ...

... or “the economy of one’s own being”.

Do you know the destructive power of the white page? In times past it might have been trying to write a letter to grandma at Christmas, or perhaps a proposal for the boss, or, as here, a few lines for the closing page.

I have to write something now ..., but nothing comes. I simply can’t think of anything, and when I do put a few thoughts together, I don’t like them and I have to start over. And the pressure is growing - within me and in my head!

But where does the anxiety come from, and with it the pressure?

It seems to come from deep within me; I am standing in my own way; my battery is simply dead. I’m gonna go nuts. So my friend came yesterday and helped me out: “Just go ahead and out of the, ‘I have to’ make an ‘I don’t have to’, and then have a look at it.” Hmm, so: “I don’t have to write?!” Wow, that feels much better right away! Then some more sentences came to me, all with “I don’t have to ...”.

“I don’t have to!” I cry out with joy. Pause. We take a sup of our beer.

Oh well, I think, and then the last page does remain blank and I actually enjoy turning to YOU, to share my thoughts with you and be read by you.

My friend comments on my doubts, smiling: “See, you do want to write something.” Yes, I do! I want to ask you, why do I feel so empty? Perhaps because I have so many “HAVE TOs”. There it is again that, “have to”, it’s like a black hole, it robs you of all energy; from an economic point of view an absolute disaster.

The opposite is the sun, the lightness, the, “I WANT TO”. Feel it as well. “Want to” is simply nice, relaxed, and gives energy. That’s what I want to write for you.

Try it; let’s make something out of every single day, especially in the pre-Christmas period; let’s banish that “have to” to the past and enjoy our “I want to” here and now.

With this in mind, I wish you all a wonderful festive period.

Yours, Bob Snob