

# eco vie

en

No.3

KAETHE MAERZ  
LIVING-NATURE  
KLEIDERKREISEL  
GÖTTIN DES GLÜCKS  
AVANTGARDE-GREEN  
BERLIN FASHION WEEK



# Was seit 1991 geschah...

Ein Vorwort von Boris Bärmichl

Das Internet lernte an der Universität Dortmund das Laufen. Seither sind 21 Jahre, in denen sich unsere Welt sehr verändert hat, fast wie im Fluge vergangen. Es ist leichter geworden, über (fast) alle Grenzen

hinweg zu kommunizieren; Menschen aus allen Kulturkreisen haben sich vernetzt, ebenso arme Länder mit reichen Ländern. Ein Beispiel dafür ist die Organisation FAIRTRADE. Sie setzt neue Maßstäbe für die Zusammenarbeit für eine gemeinsame, faire Welt.

GOTS wird immer häufiger zum Standard-Prüfsiegel für Bio-Mode und Initiativen wie EZA Fair Handeln verwandeln das Importgeschäft mehr und mehr in ein partnerschaftliches System.

Was im Jahr 1991 – von der breiten Öffentlichkeit fast unbemerkt – begonnen hatte, war auch ein Schritt in Richtung mehr Transparenz. Was uns in der Bio-Bewegung sehr geholfen hat: bei der Eigenvermarktung, mehr direkte Kontakte zu Erzeugern und neue Initiativen, die die Menschen im WWW nun einfach erreichen und begeistern können.

ECOenVIE ist digital: Für unsere Zeitschrift muss kein Baum sterben. Was 1991 mit dem Versuch begann, das „papierlose Büro“ zu erschaffen, konnten wir jetzt für uns umsetzen. Dank Internet bekommen wir jeden Tag Bilder, Texte und Infos als Bits und Bytes direkt in die Redaktion, gestalten unser Magazin digital auf Eco-PCs mit geringem Verbrauch, dazu von Naturstrom versorgt, um Ihnen dann nach einigen Tagen intensiver Arbeit eine weitere Ausgabe unserer ECOenVIE zu präsentieren.

Mich interessiert sehr, wie Ihnen das neue Layout von Michael Alverdes gefällt. Geben Sie uns ein Feedback via [redaktion@ecoenvie.de](mailto:redaktion@ecoenvie.de). Genießen Sie die Inhalte, laden Sie sie mobil über den [www.keosk.de](http://www.keosk.de) herunter und so können Sie auch im Urlaub einen Blick auf ECOenVIE werfen: Sagen Sie weiter, dass es uns gibt – herzlichen Dank!

Ihr Team von ECOenVIE

und

*Boris Bärmichl*

|     |                                                                                                   |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2   | EDITORIAL                                                                                         |
| 4   | „Das perfekte Model“ Anika Scheibe                                                                |
| 6   | Die perfekte Sonnencreme für das perfekte Model                                                   |
| 8   | GÖTTIN DES GLÜCKS                                                                                 |
| 12  | UMASAN                                                                                            |
| 16  | FAIR QUEEN                                                                                        |
| 17  | Avantgarde-Green                                                                                  |
| 26  | Gewinner aus unserem Gewinnspiel mit BAG Erfrischendes Gletscherwasser Die Eiszeit zum Aufsprühen |
| 27  | Bio-Binden und Tampons                                                                            |
| 29  | biologische dekorative Kosmetik aus Frankreich                                                    |
| 30  | Die Wool Jacket von triple 2                                                                      |
| 31  | Mode von LANA Natural wear begeistert Politiker Cem Özdemir                                       |
| 32  | BIO SILK                                                                                          |
| 36  | DEEPMELLO                                                                                         |
| 40  | Hypnosis Berlin @ FASHION WEEK                                                                    |
| 41  | LANIUS KOELN                                                                                      |
| 46  | AVOCADO STORE                                                                                     |
| 48  | uniwearsal                                                                                        |
| 52  | BEAUTY AUF HOHER SEE: Couleur Caramel und TERRAKE                                                 |
| 53  | ama la                                                                                            |
| 54  | Living Nature                                                                                     |
| 59  | LAVERA SHOWFLOOR                                                                                  |
| 60  | Dr.Hauschka - Sonnenpflege                                                                        |
| 61  | ÖKO APPS                                                                                          |
| 64  | HESSNATUR                                                                                         |
| 68  | Julia Starp                                                                                       |
| 69  | INNATEX                                                                                           |
| 70  | Ethical Fashion Show Berlin                                                                       |
| 76  | Kaethe Maerz                                                                                      |
| 78  | GREEN showroom                                                                                    |
| 84  | Entdecken Sie die älteste Kosmetik der Welt                                                       |
| 86  | in fashion munich                                                                                 |
| 88  | Oatshoes – Sneaker die blühen                                                                     |
| 92  | Prancing Leopard                                                                                  |
| 94  | Cesium-137                                                                                        |
| 96  | hati hati                                                                                         |
| 98  | Ina Graf                                                                                          |
| 102 | PEARLS OF LAJA                                                                                    |
| 106 | SEY® Organic Jeans                                                                                |
| 108 | LENZING IN FASHION                                                                                |
| 112 | Kleider Kreisel                                                                                   |
| 114 | WRAP&PLAY – AUS EINS MACH VIEL                                                                    |
| 118 | TOP-TEN DER BIO MODE DESIGNER                                                                     |
| 119 | TOP-TEN DER FOTOGRAFEN                                                                            |
| 120 | Bleed organic clothing                                                                            |
| 122 | Der Sommer kommt! Ab ins Wasser                                                                   |
| 124 | Design treibt Konsum!                                                                             |
| 126 | MUNIO CANDELA                                                                                     |
| 128 | Der Selbstbräuner                                                                                 |
| 132 | Alles dufte Natur?                                                                                |
| 134 | AUF NE TASSE TEE Geschichten von Max Bärmichl                                                     |
| 137 | Schweissssss...                                                                                   |
| 140 | Queen and Princess                                                                                |
| 142 | Der Duftstoff war der Auslöser                                                                    |
| 146 | 3D-Zeitung und Ecoenvie                                                                           |
| 148 | IMPRESSUM                                                                                         |
| 149 | TEAM                                                                                              |
| 150 | DIE LETZTE SEITE                                                                                  |





# „Das perfekte Model“

## Anika Scheibe

**Was hat sich seit der Castingshow „Das perfekte Model“ in deinem Leben verändert?**

Diese Show hat vieles verändert: Auf einmal werde ich auf der Straße erkannt. Auch, wenn ich gerne vor der Kamera arbeite, ist es immer noch ein komisches Gefühl von wildfremden Menschen erkannt zu werden. Diese Bekanntheit hat mir auch mehr Shootings, Shows und Einladungen zu Events „auf dem roten Teppich“ eingebracht.

Die Model-Castingshow hat viel Spaß gemacht und ich habe tolle Menschen kennengelernt. Die vielen Eindrücke und Erfahrungen sind für mich eine Bereicherung. Ich würde es jederzeit wieder tun.

**Vor 2 Jahren haben wir ein Shooting mit Naturmaterialien gemacht. Es war kalt und die rote Beete war ölig. Du hast aber trotzdem tapfer durchgehalten. Wie schafft Frau so was?**

So was geht nur mit einer guten Portion Ehrgeiz und wenn sich nette Menschen um einen kümmern. Es war auch hilfreich, dass das Shooting interessant war und Spaß gemacht hat.

**Als Model wird man fast täglich geschminkt und frisiert. Privat hast du bestimmt auch Lieblings-Produkte, ohne die du das Haus nie verlassen würdest. Ohne welches Produkt kannst du nicht leben? ( z.B. Wimperntusche**

**oder Lippenpflege usw. )**

Meinen leuchtend roten Lippenstift.

**Wir haben uns bei ECOenVIE vorgenommen, mehr Glamour in die Bio-Branche zu bringen. Woran denkst du, wenn du „Bio-Mode“ hörst?**

Um ehrlich zu sein, dachte ich früher immer an Jute-Klamotten in Brauntönen. Aber ich wurde längst eines Besseren belehrt. Die Sachen sind genauso schön, nur ohne die ganze Chemie.

**Und woran denkst du wenn du „Bio-Kosmetik“ hörst?**

An meine Lieblings-Produkte von Weleda und Dr. Hauschka.

**Hast du schon mal Bio-Kosmetik benutzt? Wenn ja, welches Produkt?**

Ich liebe die Quittencreme von Dr. Hauschka.

**Wie weit ist eine ökologische Lebensweise ein Teil deines Lebens? Kannst du beispielsweise überall auf dieser Welt einfach Bio-Lebensmittel kaufen?**

Wenn möglich, kaufe ich in Deutschland immer biologisches Obst und Gemüse. Im Ausland wird es schon schwieriger, weil ich nicht so viel Zeit habe.

Vielen Dank und Dir noch viel Erfolg auf deinem Weg.

Ivanka Ana Radan

<http://www.ps-models.com/model-1448.html>



# Die perfekte Sonnencreme für das perfekte Model

Endlich können wir wieder all die schönen Kleider tragen und uns sanfte Haarsträhnen ins Gesicht fallen lassen. Der Sommer lädt dazu ein, im Bikini am See zu entspannen oder einen herrlich erfrischenden Eisbecher zu genießen. Und insgeheim freuen wir uns auch, wenn wir bemerken, dass die Blicke der Männer nicht anders können, als an unseren immer bräuner werdenden Beinen hängen zu bleiben. Wir alle lassen uns gerne von der Sonne verwöhnen. Nach den langen, kalten Wintermonaten sehnt sich unser Körper, und ganz besonders unsere Seele nach angenehm warmen Sonnenstrahlen. Wir spüren, wie wir immer mehr Kraft tanken und Tag für Tag besser gelaunt sind. Der richtige Sonnenschutz hilft uns dabei, dass wir die Sonne unbesorgt genießen können. Für alle, denen Natürlichkeit und Umweltverträglichkeit wichtig sind, bietet die Naturkosmetik eine ganze Palette hochwertiger Produkte.

**Sonnenschutz aus der Naturkosmetik**

Der Schutz vor der Sonne entsteht bei naturkosmetischen Sonnencremes durch winzige weiße Farbpigmente. Wie hunderte kleine Spiegel reflektieren sie die gefährlichen UV-Strahlen. Die Teilchen bleiben außen auf der Haut und die Creme wirkt sofort. Früher wurden als Inhaltsstoffe oft Talk, Eisenchlorid, Ichthyol oder Farbstoffe verwendet, die durch die Reflexion des Lichts zum „weißlichen Schimmer“ der Sonnencreme führten. Heute werden vor allem die Mikropartikel *Zinkoxid* und *Titandioxid* verwendet, bei denen das nicht mehr der Fall ist. Die Angst vor „Nanopartikeln“ die in die Haut eindringen, ist

laut Hersteller unbegründet. Die kleinen Teilchen seien so verkapselt, dass sie wirklich nur oben auf der Haut liegen. Das ganze ist ein Effekt, den man sich aus der Natur abgeguckt hat: Elefanten bewerfen sich mit Sand, um sich vor Hitze zu schützen. Bei konventionellen Sonnencremes werden meist chemische UV-Filter eingesetzt. Diese müssen erst in die Haut eindringen und es dauert eine Weile, bis sie ihre Wirkung entfalten können Dann können sie die UV-Strahlung aufnehmen und in Wärme umwandeln. Angeblich haben einige dieser Substanzen hormonähnliche Wirkungen und können zum Teil bis in die Muttermilch gelangen. Mit Naturkosmetik ist man hier auf der sicheren Seite. Und nicht nur das: man schont auch die Umwelt. Denn alle Stoffe aus den Cremes gelangen ins Meer, ins Grundwasser und damit in auch die natürliche Nahrungskette. Da sich die Konzentration in jedem Glied der Nahrungskette erhöht, bekommen wir schließlich selbst wieder unsere Sonnencreme auf den Teller.

**Reicht der Schutz der Bio-Sonnencremes?**

Sonnenschutz gibt es in der Naturkosmetik mittlerweile bis hin zu Lichtschutzfaktor 50. Der Lichtschutzfaktor, kurz LSF gibt an, wie lange die Sonnencreme den Eigenschutz der Haut verlängern kann. Wer beispielsweise ohne Schutz bereits nach 10 Minuten rot wird, kann die Sonne mit Faktor 20 insgesamt 200 Minuten aussetzen. Wie lange der Eigenschutz der Haut ist, hängt vom Hauttyp ab. In der Tabelle können Sie nachschauen, welcher Typ auf Sie zutrifft.

| Hauttyp | Reaktion auf die Sonne                                                                                                          | Bezeichnung                   | Sonnenbrand      | Bräunung                                                                      | Eigenschutzzeit der Sonne |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1       | Haut auffallend hell<br>Sommersprossen stark<br>Haare blond bis braun<br>Augen blau, grün, grau,<br>Brustwarzen hell            | Keltischer Typ (2%)           | Immer, schwer    | Keine. Stattessen Rötung, nach 1-2 Tagen wieder weiß und die Haut schält sich | 5-10 Minuten              |
| 2       | Haut etwas dunkler als 1<br>Sommersprossen selten<br>Haare blond bis braun<br>Augen blau, grau, grün,<br>Brustwarzen sehr hell  | Hellhäutiger Europäer (12%)   | Oft              | Kaum, haut schält sich                                                        | 10-20 Minuten             |
| 3       | Haut hell bis hellbraun, frisch<br>Sommersprossen keine<br>Haare dunkelblond, braun<br>Augen grau, braun<br>Brustwarzen dunkler | Dunkelhäutiger Europäer (78%) | Seltener, Leicht | durchschnittlich                                                              | 20-30 Minuten             |
| 4       | Haut hellbraun, oliv<br>Sommersprossen keine<br>Haare dunkelbraun<br>Augen dunkel<br>Brustwarzen dunkel                         |                               |                  |                                                                               |                           |

**Nur nicht zu sparsam**

Die Mikropartikel schützen also eine Zeit lang vor Sonnenbrand. Damit die Sonnencreme aber auch den Schutzfaktor erreichen kann, der auf der Verpackung angegeben ist, müssen Sie ausreichend davon auf die Haut geben. Also: Wirklich dick eincremen. Denn wenn Sie nur ein bisschen auf der Haut verteilen, verringert sich der Schutz beispielsweise von LSF 20 auf LSF 10. Besonders bei Sprays neigen viele dazu, zu wenig zu verwenden. Damit die Haut ohne Unterbrechung geschützt ist, wird empfohlen, sich alle zwei Stunden erneut einzucremen. Ein höherer Schutzfaktor ergibt sich dadurch allerdings nicht. Auch nach dem Baden muss nachgecremt werden. Das gilt selbst für wasserfeste Sonnencremes, da diese durch Bewegung und das Abtrocknen mit dem Handtuch weggerieben werden können. Man muss sicherstellen, dass wirklich alle Stellen des Körpers geschützt werden. Vor allen Dingen Ohren, Nasenrücken, Scheitel, Füße und der Nacken-, und Schulterbereich sind anfällig und werden gerne vergessen.

Pro Urlaubswoche und Person sollte etwa eine Flasche Sonnencreme eingeplant werden. Um einmal den Körper komplett einzucremen, werden ungefähr 25 Milliliter veranschlagt. Eine weitere Richtlinie für die Dosierung der Haut gibt die Neuner-Regel. Nach ihr wird der Körper in neun, fast gleichgroße Areale eingeteilt. Auf diesen Körperstellen wird dann eine Menge an Sonnencreme verteilt, die einem Strahl aus einer Tube entspricht, der doppelt so lang ist, wie der Mittelfinger. Die neun Körperpartien wurden im Laufe der Zeit auf elf Abschnitte erweitert und begrenzen sich folgendermaßen: Den ersten Abschnitt stellt das Gesicht, der Hals- und Nackenbereich dar. Der zweite und dritte Abschnitt beschreibt die obere sowie die untere Rückenpartie. Abschnitt vier und fünf besteht aus Brust und Bauch. Der sechste und siebte Bereich bezeichnet jeweils die Arme. Die Oberschenkel stellen Areal acht und neun dar. Bei den letzten beiden Bereichen handelt es sich um die Unterschenkel samt Füße.

*Text von Marina Lommel*



# ***NEXT STOP,*** GÖTTIN DES GLÜCKS!



Fotograf: Lorant Racz

[www.goettindesgluecks.at](http://www.goettindesgluecks.at)



# GÖTTINDESGLÜCKS

## kurz GDG

Ökofaires Modelabel aus Österreich, das ausschließlich mit FAIR TRADE zertifizierter Bio-baumwolle arbeitet, nach FAIR TRADE und GOTS zertifiziert ist und Kriterien des FAIREN HANDELS in der GESAMTEN Produktionskette garantiert. GDG steht für Wohlfühlmode und das können Sie hier sehen...

[www.goettindesgluecks.at](http://www.goettindesgluecks.at)



FEELING GOOD IN  
YOUR OWN SKIN  
WILL ENHANCE  
YOUR JOURNEY!  
UMASAN – holistic,  
vegan and good for  
you...

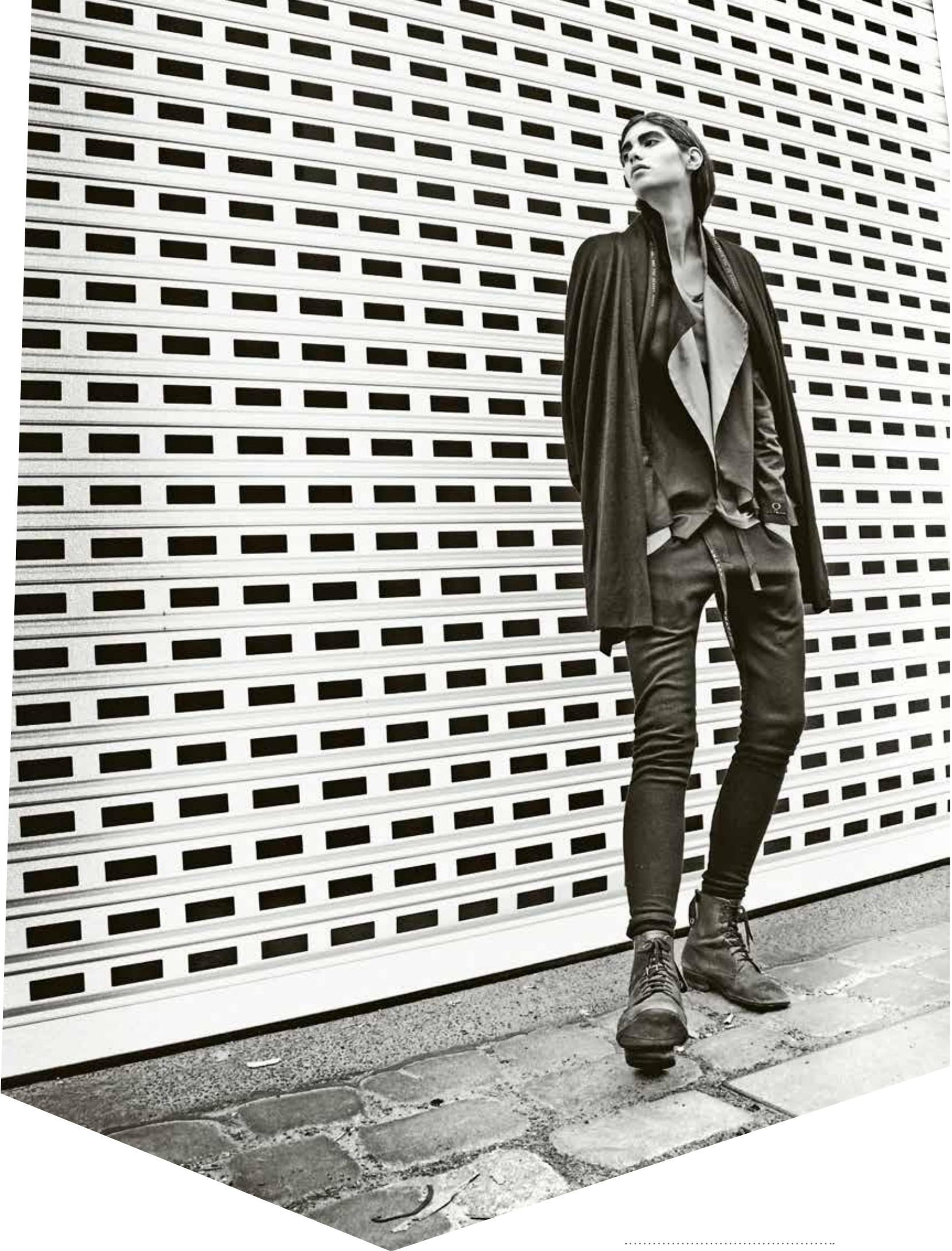


[www.umasen-world.com](http://www.umasen-world.com)

  
U M A S A N



UMASAN





# FAIR QUEEN



**F**AIR QUEEN steht klar für grüne Designermode von shooting-star Julia Starp bis zum pariser Luxus-Modelabel Kami Organic finden selbstbewusste und moderne Frauen eine große Auswahl an tragbarer Lifestyle- und Businessmode.

Auch für die gemütlichen Tage gibt es bei FAIR QUEEN Casual eine große Auswahl. In unserer Redaktion steht <http://www.fair-queen.de> schon heute hoch im Kurs bei den Damen. In diesem, sehr schön gemachten, Online Shop findet Frau dann auch das richtige Accessoires, so wie die dazu passenden Schuhe. Der Shop ist professionell aufgebaut und wird im Bereich der Öko-Modeshops sicher neue Maßstäbe setzen. Selbst beim Versand hat sich die Gründerin Sandra Hoffer von Ankershoffen Gedanken gemacht und geht mit GOGREEN einen nachhaltigen Weg. Die Ausrichtung von FAIR QUEEN ist an die Geschäftsfrau mit nachhaltigen Bewusstsein an Mode gerichtet. Wir wünschen viel Erfolg !

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

# Avantgarde-Green



**D**ass Öko sexy ist, weiß die Modeschöpferin Olcay Krafft spätestens seit der aktuellen Kollektion des Kölner Haute-Couture-Labels AvantgardeGreen.

AvantgardeGreen zeigt einen vibrierenden Mix aus Luxus und Eleganz, nachhaltigen Innovationen und ökologischen Trends, gepaart mit neuesten Entwicklungen und avantgardistischen Konzepten im Bereich des „Green Fashion“. Sinnlich und edel präsentiert sich die aktuelle Kollektion von Olcay Krafft, der Gründerin und Designerin des AvantgardeGreen Labels.

*Natur pur auf unserer Haut*

Bio-Seide, Bio-Baumwolle. Andere Materialien kommen AvantgardeGreen nicht in die Kollektion. Das lässt das Herz eines jeden echten Lohas höher schlagen. Keine Pestizide, keine chemischen Farbstoffe.

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

Fotograf: Boris Bärmichl

Model: Anika Scheibe

PS Model Management Munich GmbH

Mode: Olcay Kraft

Hair & Make-up: Ivanka Ana Radan

MakeUp: Couleur Caramel

Stylist: Ann-Kristin Wriedt

Schmuck: [www.pippajean.com](http://www.pippajean.com)

Studio: Lichtschmiede e.V.

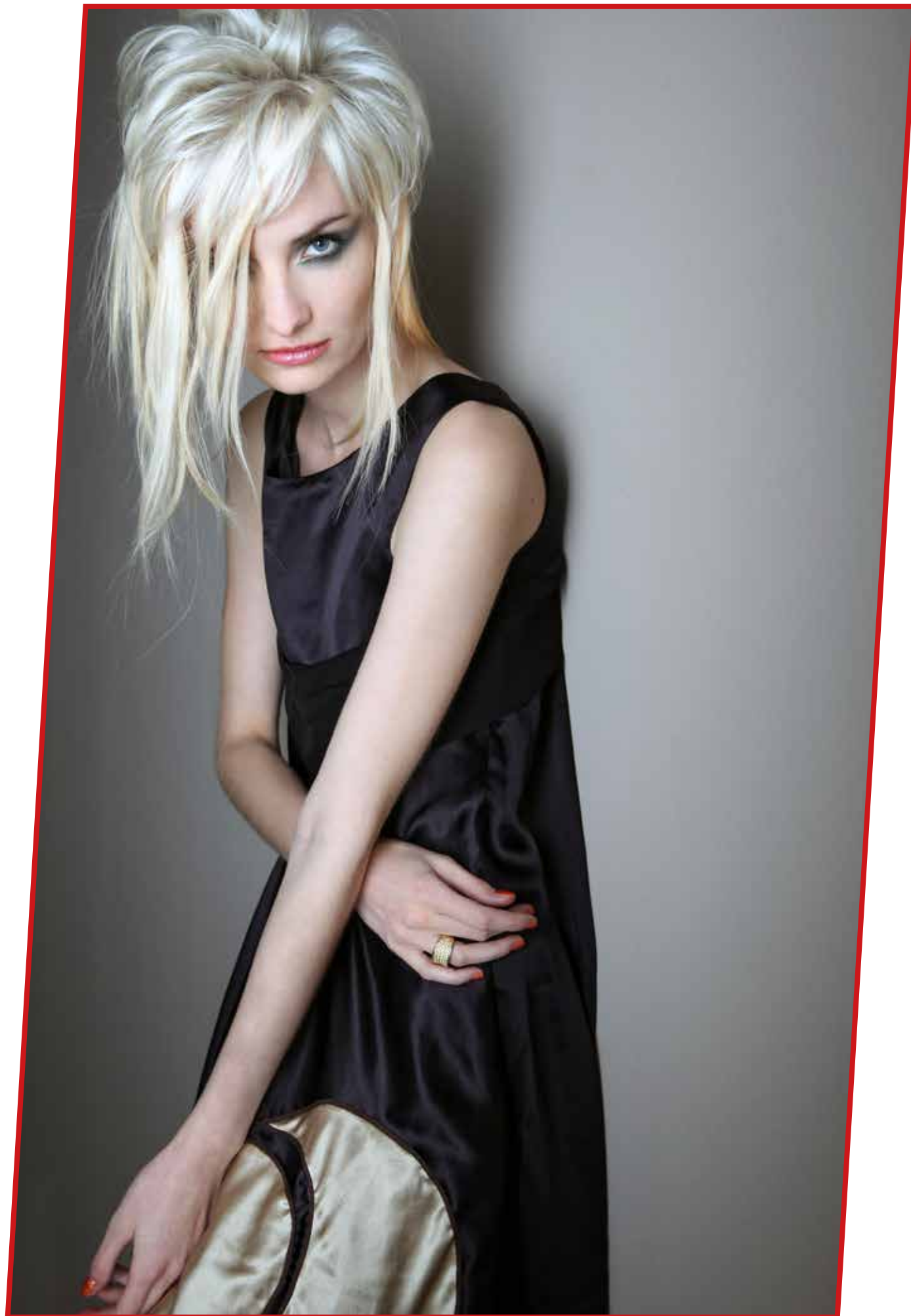


















# Hier die Gewinner aus unserem Gewinnspiel mit BAG TO LIFE aus unserer 2.ten Ausgabe ECOenVIE

Platz 1. Tamara aus Garbsen

Platz 2. Gabriele aus Maisch

Platz 3. Ingrid aus Lippetal

Herzlichen Glückwunsch

Auch noch mal lieben Dank an BAG TO LIFE, das Lösungswort war „BAG“.

[www.bag-to-life.com](http://www.bag-to-life.com)



# Erfrischendes Gletscherwasser Die Eiszeit zum Aufsprühen

Wie bringt man Pflege, Meeresduft und Frische für die Haut zusammen? Mit dem erfrischenden Wasser hat THALGO die perfekte Antwort gefunden: belebend wie eine leichte Meeresbrise schenkt uns das Spray ein Gefühl von Frische und Wohlbefinden und pflegt zugleich, denn die enthaltene Aloe-Vera befeuchtet und beruhigt die Haut. Seinen Namen verdankt das Gletscherwasser übrigens ausschließlich seinem erfrischenden Effekt.

Der zart erfrischende Duft ist ein Erlebnis für alle Sinne: jeder Tropfen umhüllt den Körper mit einem Hauch von Lebenslust und Freiheit und entführt uns mit seiner maritimen Note direkt an Strand und Meer.

Anwendung: Nach dem Duschen oder Baden auf den Körper auftragen oder für eine schnelle Erfrischung zwischendurch aufsprühen.

**Erfrischendes Gletscherwasser, 100 ml, UVP 26 Euro ist ab Mai 2012 in autorisierten SPAs und Kosmetikinstitutionen erhältlich.**

THALGO ist Vorreiter in der Thalasso-Therapie und setzt mit hocheffizienten Produkt- und Behandlungskonzepten Trends in allen verwandten Bereichen - von Anti-Ageing über SPA-Rituale bis hin zu Slimming und Nahrungsergänzung. Basis der Produkte sind Algen und maritime Aktivstoffe, die eine besonders gute Verträglichkeit und hohe Bioverfügbarkeit gewährleisten.

Weitere Informationen erhalten Sie auf

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

[www.facebook.de/thalgo.deutschland](https://www.facebook.de/thalgo.deutschland)



**THALGO**  
LA BEAUTE MARINE



## Bio-Binden und Tampons

Nach einem interessanten Artikel auf [www.utopia.de](http://www.utopia.de) sind wir neugierig geworden und haben nachgefragt: **Anna Wetherill, Sales and Marketing Excutive** bei natracare im Gespräch mit Nina Alverdes von der Redaktion von ECOenVIE

**Wie lange gibt es Nataracare schon ?**

Nataracare gibt es seit 1989 und wir haben insgesamt 23 Produkte zu Verfügung somit auch Tampons, Damenbinden, Slipeinlagen und Pflgetücher. Bei den Damenbinden haben wir 2 verschiedene Styles und 4 verschiedene Saugfähigkeiten.

**Bei anderen Herstellern finden wir Aufheller und Bleichmittel so wie viele Binden auch aus Viskosewatte, einem natürlichen Kunststoff, hergestellt werden, wie sieht das bei Euch aus ?**

Die Nataracare Ultra Damenbinden werden nur aus geprüfter 100% biologischer Baumwolle und erneuerbarer pflanzlicher Zellulose hergestellt. Sie sind vollkommen kunststofffrei und, wie alle Nataracare Produkte, auch vollkommen chlorfrei, da wir bei keinem unserer Fertigungsverfahren Chlorbleiche verwenden. Andere Hersteller verwenden zum Teil Kunststoffe, wie Polypropylen, Polyethylen oder Polyacrylate, die zu Hautreizungen führen können.

Frauen können sicher sein, dass Nataracare Ultra Damenbinden weder synthetische Materialien, noch chemische Zusätze wie beispielsweise Bindemittel oder Tenside, Parfümstoffe oder Färbemittel enthalten, da nur biologische und natürliche Materialien verwendet werden, die zu mehr als 95% biologisch abbaubar und kompostierfähig sind. Der aufsaugende Kern der Binde ist aus reinem

Zellstoff (vom FSC geprüft - Fores Stewardship Council, Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Waldwirtschaft), und die Ihrer Haut am Nächsten liegende Bindenabdeckung ist aus biologisch geprüfter, 100% reiner Baumwolle hergestellt. Die Binden sind einzeln in biologisch abbaubaren Schutzhüllen verpackt, die bequem in Ihrer Handtasche Platz haben.

Erhältlich in den Ausführungen Normal, Super, Lang und Super-Plus.

**Vielleicht noch ein paar Worte zur Firma Nataracare?**

Nataracare ist eine preisgekrönte Firma, die sich verpflichtet zu biologischen und natürlichen Lösungen für persönliche Gesundheitsfürsorge.

Die ganze Produkt-Reihe enthält ultra-dünne und maxi Damenbinden mit oder ohne Flügeln; 4 verschiedene Slipeinlagen; zertifizierte Tampons aus Bio-Baumwolle (mit oder ohne Applikator); Pflgetücher aus Bio-Baumwolle und natürliche Wochenbetteinlagen.

Weiter Infos unter [www.nataracare.com](http://www.nataracare.com)

Artikel auf UTOPIA [www.utopia.de/ratgeber/oekorrek-te-damenhygiene-alle-tage-wieder-jede-menge-muell-tampons-binden-slipeinlagen](http://www.utopia.de/ratgeber/oekorrek-te-damenhygiene-alle-tage-wieder-jede-menge-muell-tampons-binden-slipeinlagen)



## Die neue biologische dekorative Kosmetik aus Frankreich. Gut geschminkt mit natürlichen und fair gehandelten Wirkstoffen

**Der Lipgloss:**

Volle und leuchtende Lippen mit perfektem Glanz und lange Haftfähigkeit. Jede Farbe hat sein eigenes Aroma: Amaretto, Bonbonmasse, Aprikose, Vanille-Mandel, Schokolade, Erdbeere-Himbeere, Brombeere, Zimt-Mandarine und Veilchen. Der Lipgloss klebt nicht und schützt die Lippen durch eine Zusammensetzung mit vielen pflanzlichen Aktivstoffen. Das Produkt enthält weder Parabene, noch Mineralöl und ist ohne Phenoxyethylalkohol oder Erdöl-derivate und PEG (Polyethylenglykol).

**Anwendung:**

Direkt auf die Lippen oder nach dem Lippenstift mit Lippenpinsel auftragen.

**Wirkstoffe:**

*Rizinusöl:* Macht zart, schützt, baut auf und regeneriert die Epidermis.

*Lipide pflanzlichen Ursprungs:* Pflegend und feuchtigkeitsspendend. Dieser Inhaltsstoff kann die in der Luft vorhandene Feuchtigkeit aufnehmen, absorbieren und für eine bessere Durchfeuchtung der Lippen sorgen. *Saccharose:* Spendet



Feuchtigkeit, revitalisiert und regeneriert.

*Bio-Olivenöl:* reich an Pflanzenvitaminen und regeneriert die Haut.

*Aprikosenwachs:* Macht die Haut zart, baut auf und spendet Feuchtigkeit, revitalisiert müde Haut.

*Extrakt aus rotem Tee oder Roibusch:* Pflanzlicher Konservierungsstoff und Antioxidans gegen freie Radikale, die für die Hautalterung verantwortlich sind.

*Vitamin E pflanzlichen Ursprungs:* Natürliches Antioxidans, beugt der Hautalterung vor.

*Karanjaöl:* Spendet Feuchtigkeit und strukturiert.

**Die Marke:**

Die seit diesem Jahr in Deutschland erhältliche Marke kombiniert neueste kosmetische Technologie mit ökologischen organischen Wirkstoffen und nachhaltiger Produktion. Die Marke hat sich verpflichtet, wo immer es geht, pflanzliche Wirkstoffe aus der ökologischen Landwirtschaft einzusetzen. Gleichzeitig wendet Couleur Caramel die neue Technik der Mikronisierung an (Mahlen der Rohstoffe unter Druckluft) und erreicht dadurch Produkte mit einem Pigmentanteil von Profi-Qualität.

*Erhältlich:* In autorisierten THALGO-Instituten und Spas

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



# Wollige Wärme und durchdachte Funktion - Die Wool Jacket von triple 2



München, im Mai 2012 – Kaum ist der Sommer da, kann die kalte Jahreszeit schon wieder kommen. Denn triple2, das Eco-Bike- und Casualwear-Label hüllt uns in seine wohlig-warme Wool Jacket in der wir auch noch wahnsinnig gut aussehen! Hochfunktionell und ökologisch: Verwendet wird ausschließlich eine Kombination aus geruchshemmendem, recyceltem Polyester und Hanf sowie Wolle aus artgerechter Tierhaltung.

Wolle ist Wärmespender Nummer eins und bietet in Form der Wool Jacket von triple2 zudem funktionelle Details.



Auf der leicht wasserabweisenden Außenseite der Jacke ist hundert Prozent Schurwolle verarbeitet. Innen schützen eine Materialkombination aus Hanf und recyceltem Polyester effektiv vor Schweißgeruch. Sicher praktisch: Wer abends mit dem Fahrrad unterwegs ist wird dank ausklappbarem Reflektor garantiert nicht übersehen! Durchdachtes Design: der asymmetrische Front-Reißverschluss zaubert einen außergewöhnlichen Look und verhindert, dass der Zipper am Kinn reibt. Bei kühlem Fahrtwind auf dem Bike bieten integrierte Daumenschlaufen zusätzlich einen warmen Handrücken. Und falls es doch mal warm wird: Dank integrierter Ventilationsreißverschlüsse unter den Armen, gibt es bei Temperaturschwung oder dem Sprint zur nächsten Ampel keine Überhitzungsgefahr.

## Details:

Wool Jacket (M+W)

Material: außen 100% reine Schurwolle, innen 95% recyceltes Polyester, 15% Hanf Preis: 269,95 Euro

Mehr zum Thema unter [www.triple2.de](http://www.triple2.de)



# Mode von LANA Natural wear begeistert Politiker Cem Özdemir (Bündnis 90/Grünen)

Am 20. Mai 2012 eröffnete der GRÜNE Umwelttag die Messe für Umwelt und Gesundheit, unter der Schirmherrschaft von Cem Özdemir, Bundesvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen. Auf Einladung von Fraktionsvorsitzenden Herrn Jürgen Benden (Die Grünen), organisierte das Fair Fashion Label LANA natural wear eine Modenschau. In deren Rahmen präsentierte das Aachener Mode-Unternehmen vor den zahlreichen erschienenen Besuchern, darunter auch der Bundesvorsitzende der Grünen, seine aktuelle Kollektion, bestehend aus Damen- und Kindermode. Im Anschluss äußerte sich Cem Özdemir in einer Rede unter anderem über die Wichtigkeit eines nachhaltigen Konsums und die Unterstützung von regionalen Unternehmen.

## LANA natural wear - In love with nature

LANA verarbeitet 100 Prozent kontrolliert biologische Baumwolle (kbA) und Wolle (kbT) aus kontrolliert biologischer Tierhaltung. Das ist der Beitrag eines erfolgreichen Unternehmens, die Lebensqualität der Menschen in den Herstellerländern zu verbessern. Die Produktion orientiert sich am *Global Organic Textile Standard, GOTS*, der eine nachhaltige, ökologische Textilproduktion unter Berücksichtigung sozialer Verantwortlichkeit gewährleistet. Die meisten Baumwollstoffe aus dem LANA-Sortiment sind mit dem GOTS-Zertifikat gekennzeichnet. Die Produktion erfolgt fast ausschließlich in Europa und der Türkei. Zusätzlich gibt es Qualitäten aus organic linen und kbaBW/Hanf. Diese stammen aus China und sind außerdem nach den Kriterien der „Fair wear Foundation“ zertifiziert.

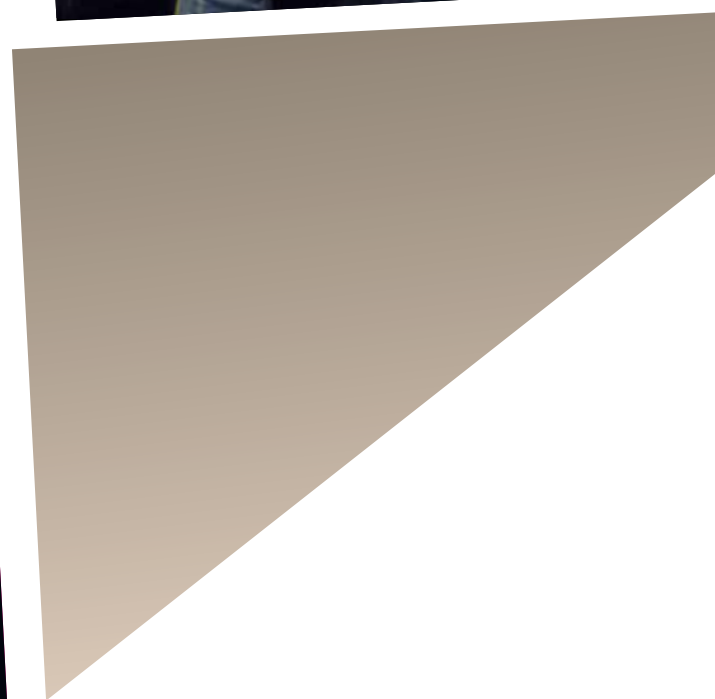


v.l.n.r Cem Özdemir, Bundesvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen, LANA-Models, Jürgen Benden, Fraktionssprecher Bündnis 90/Die Grünen Geilenkirchen





BIO

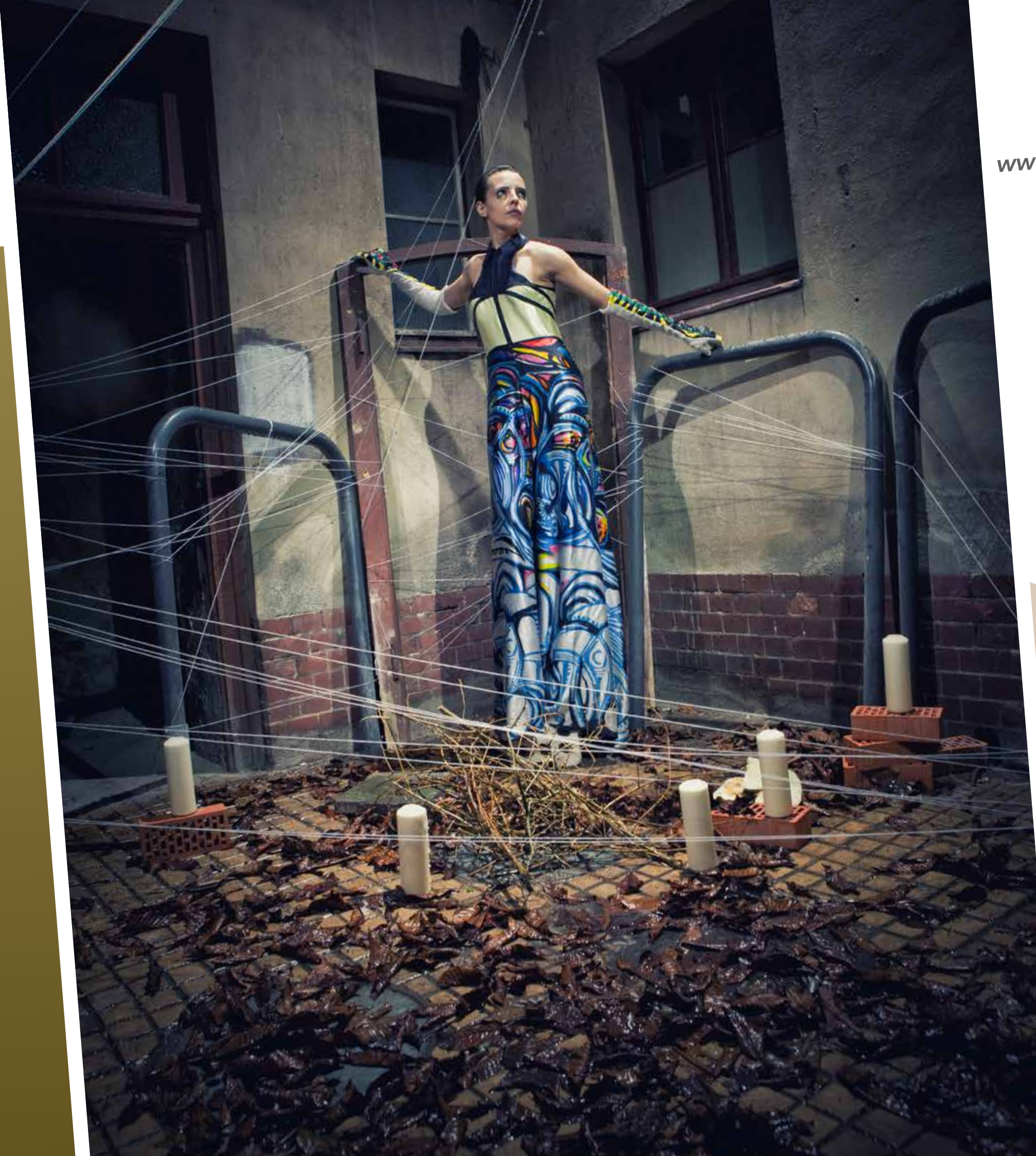


SILK

Designer : Juliane Kaatzsch  
Fotograf: Matthias Ritzmann  
Bio Seiden Stoff von  
[www.bio-seide.de](http://www.bio-seide.de)



[www.bio-seide.de](http://www.bio-seide.de)





# Die Wurzel war nur der Beginn

## Rhabarber als Alternative

Das Ziel, eine ressourcenschonende Alternative zur konventionellen Ledergerbung mit Hilfe der Rhabarberwurzel zu entwickeln, haben wir nach langjähriger Forschung und sorgfältiger sowie zeitaufwendiger Nachbearbeitung und einem tollen und engagierten Team erreicht. Unsere Vision ist es, Rhabarberleder sowie die daraus gefertigten Produkte, die wir unter der Marke deepmello vermarkten, als nachhaltige Alternative in den verschiedenen Lifestyle-Bereichen zu etablieren und somit einen essentiellen Beitrag zum Schutz unserer Natur zu leisten. Langfristig planen wir weitere Forschungen an der Rhabarberpflanze durchzuführen und daraus entwickelte

Produkte, wie sie auch in der Kosmetikindustrie möglich wären, als Alternativen anzubieten. Die Inhaltsstoffe des Rhabarbers eignen sich hervorragend im Bereich Hautschutz/Hautpflege und runden unser Produktportfolio zukünftig mit wirksamen Naturkosmetikprodukten ab. Da auch unser Weg von der wissenschaftlichen Vision in die Wirtschaft geführt hat, hoffen wir, andere Menschen, junge Unternehmer und Visionäre dazu zu ermutigen, ihren Beitrag zu leisten, das Wunder unserer Natur ein Stückchen länger zu erhalten.

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









# Hypnosis Berlin @ FASHION WEEK

**H**YPNOSIS-berlin lässt zur Fashionweek den Bären tanzen, im CUBE-Showroom in der Bülowstraße 90 am 4./5. Juli von 11:00 Uhr bis 18:00 Uhr und am 6. Juli von 11:00 Uhr bis 16:00 Uhr, am 5. Juli gibt es dann noch Sample-SALE, für alle die das Besondere suchen. Anmeldungen unter [showroom@hypnosis-berlin.de](mailto:showroom@hypnosis-berlin.de)



# LANIUS KOELN

**D**ie Energie geladene Claudia Lanus präsentiert hier ihre neue Sommer-Kollektion. Das aktuelle Kleid gibt es bei [www.vivanda.de](http://www.vivanda.de) und in ausgewählten Boutiquen, die Sie unter [www.lanius-koeln.de](http://www.lanius-koeln.de) finden.

Material: 100% Organic Cotton







[www.lanius-koeln.de](http://www.lanius-koeln.de)





[www.lanius-koeln.de](http://www.lanius-koeln.de)



# AVOCADO STORE

**avocado**store<sup>o</sup>  
eco fashion & lifestyle

ECOenVIEim Gespräch mit Swantje Nielsen vom avocados-  
tor

*Esst Ihr so gerne Avocado, wie seid Ihr auf den Namen  
gekommen ?*

Wir Mitarbeiter lieben Avocados und bei der Überlegung  
für einen Namen wurde herausgefunden, dass Avocados  
die Lieblingsfrucht der Frauen ist.

*Wie viele Menschen sind bei Euch Aktive ?*

Bei uns arbeiten im Schnitt sieben Leute, davon immer so  
drei Praktikanten und außerdem ein ganzer Stab an freien  
Mitarbeitern.

*Euer Kundenstamm ist aus Deutschland oder geht er  
über die Grenzen hinaus ?*

Unsere Kunden kommen überwiegend  
aus Deutschland, doch mittlerweile haben  
wir Kunden in ganz Europa - vorallem  
Österreich liebt Avocadostore.

*Was sind die Renner Produkte - gerade  
bei Bio-Mode ?*

T-Shirts und Hoodies im Fashion Bereich  
und Kosmetik wird viel online gekauft.

*Wie entscheidet Ihr Euch für welches  
Bio-Mode Label ?*

Sobald jemand ein Produkt bei uns ver-  
kaufen möchte, schauen wir vorher, ob die  
Produkte zu uns passen - das heisst: sie  
müssen unsere Kriterien nach Nachhaltig-  
keit und Fairtrade etc. erfüllen. Auf  
<http://avocadostore.de> arbeiten wir mit  
unseren Siegeln, die es dem Kunden  
leicht machen zu erkennen, was er gerade  
gekauft hat. Wir haben neun Nachhal-  
tigkeiteskriterien, anhand derer wir die  
einzelnen Produkte überprüfen, also ob  
die Sachen z.B. aus fairem Handel oder

kontrolliert biologischem Anbau  
stammen.

*Seit wann gibt es Euch ?*

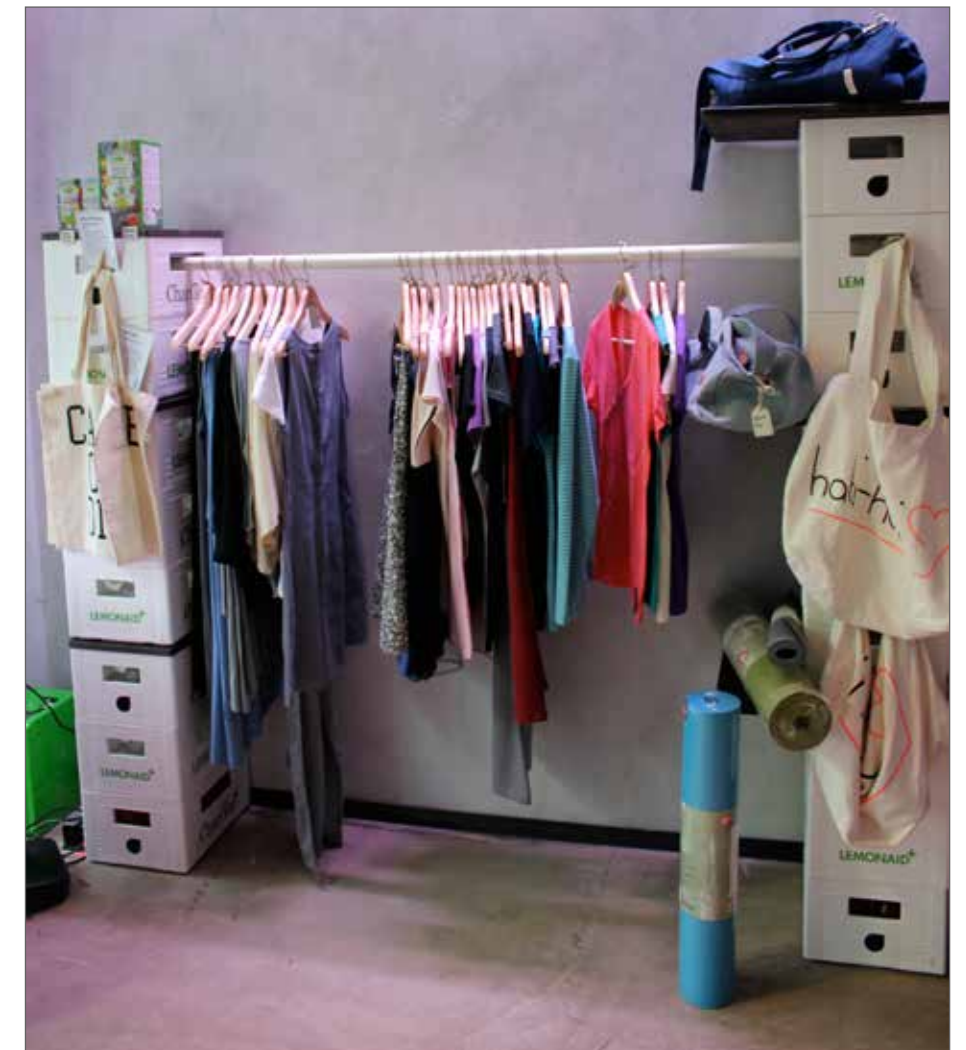
Avocado Store gibt es seit Februar  
2010

*Ist Euch im Betrieb Nachhaltigkeit  
wichtig ? Wenn ja, was macht Ihr ?*

Wir sind alle Idealisten im Bereich  
Umwelt. Im Büro trinken wir z.B. kein  
abgefülltes Mineralwasser, sondern  
Leitungswasser aus Glaskaraffen. In die  
Kaffeemaschine kommt ausschließ-  
lich Fairtrade-Kaffee und statt Scho-  
koriegeln gibt's jeden Montag eine  
Lieferung Bio-Obst. Desweiteren hat  
jeder seine Art etwas zu tun. Manche  
engagieren sich in sozialen Bereichen,  
viele ernähren sich vegetarisch und  
alle achten auf die Kleidung, die sie  
tragen.

*Was macht Ihr mit Oxfam zusammen und wie läuft es ?*

Man kann bei Avocado Store die tollen Oxfam Unver-  
packt-Produkte kaufen! Jeder Kunde, der ein Geschenk  
von Oxfam auswählt, erhält als „Gutschein“ einen Magne-  
ten, der dem Beschenkten zeigt, was er GUTES getan hat.  
Eine sichere Geburt, einen Brunnen oder Medikamente  
- man kann sich aussuchen, in welches Projekt man gezielt  
investieren möchte. Infos zu Oxfam: <http://www.oxfam.de/>



*Probiert Ihr Eure Produkte auch selbst aus ?*

Wir drehen häufig kurze Videos mit Produkten, die wir  
besonders toll finden. Einige gibt es hier:

**[www.avocadostore.de/tv](http://www.avocadostore.de/tv)**

*Lieben Dank für das Interview und Euch  
viel Erfolg, bis demnächst in Berlin.*

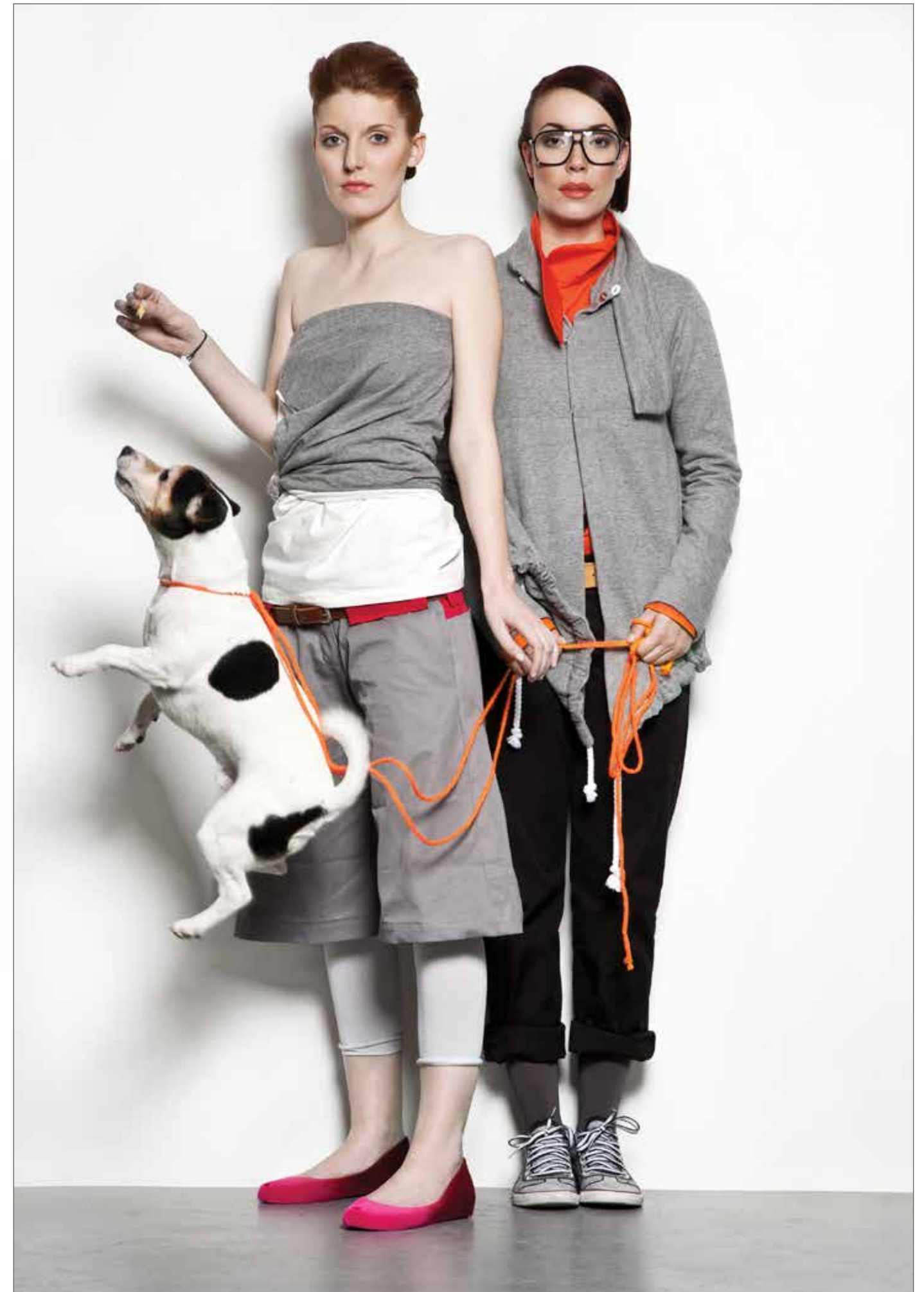




# uniwearsal

Zu sehen auf der Ethical Fashion Show Berlin vom 4. bis 6. Juli 2012 und in der Salonshow des GREENshowroom im Juli in Berlin.

Ab 15. Juni 2012 gibt es auf der Homepage [www.uniwearsal.com](http://www.uniwearsal.com) auch einen Webshop, so kommt jeder in den Genuss der schönen Bio-Mode, hier einen Auszug aus der aktuellen Kollektion von uniwearsal.









BEAUTY AUF HOHER SEE:  
Couleur Caramel und TERRAKÉ  
machen den Aufenthalt auf der  
AIDamar noch schöner



**D**as 9. AIDA Clubschiff, die AIDamar, feierte am 12. Mai im Hamburger Hafen inmitten weiterer AIDA-Schiffe und ca. 1.5 Millionen Hamburgern seine Taufe. Mit dabei war auch Bruce Mousset, der französische Star-Visagist von Couleur Caramel, der an diesem Tag auf der AIDA VIPs und feiernde Gäste



Bruce Mousset, Couleu Caramel Star-Visagist

verschönte.

Auch auf dem 9. AIDA-Schiff werden Beauty und Wellness groß geschrieben: Der SPA misst 2.602 m2 und verfügt über 16 Anwendungskabinen. 21 SPA-Mitarbeiter sind rund um die Uhr für Wellness und Beauty zuständig. Die traumhafte Wellness-Oase ist ganz im indonesischen Stil gehalten - die Gäste erwartet ein

bar bzw. aus recycelten Materialien sind. Charakteristisch für alle Couleur Caramel Produkte sind die Farbenvielfalt und Texturen, die auch professionelle Stylisten begeistern. Fürs Auge besonders schön: die saisonalen Looks werden immer neu in originellen Verpackungen designt.

Nicht nur schön sondern auch gut: die Marke kombiniert neueste kosmetische Technologie mit zertifizierten ökologisch-organischen Wirkstoffen und nachhaltiger Produktion. Das ECOCERT-Siegel steht für hohe Bio-Qualität. Die Macher verzichten dabei auf Mineralöle, Parabene und synthetische Duftstoffe und setzen stattdessen auf pflanzliche Aktivstoffe wie Bio-Traubenkernöl, Bio-Kornblumenblütenwasser oder Akazienharz ein. Mit dabei sind auch die luxuriösen Erlebnisbehandlungen von TERRAKÉ!

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



AIDamar SPA

balinesischer Dschungel mit Sandsteinreliefs und zwei großen tropischen Bäumen mit Luftwurzeln. Das Dach des gläsernen Patios wird bei schönem Wetter geöffnet. Wer Wellness pur will, kann übrigens Kabinen und Suiten auf Deck 12 mit einem direkten Zugang zum SPA buchen. Dort steht dann auch exklusiv ein SPA-Butler zur Verfügung.

#### Couleur Caramel: Schön sein im Einklang mit der Natur

Passend zur naturnahen Atmosphäre des SPAs bietet das „Body & Soul“ auch die bio-dekorative französische Kultmarke Couleur Caramel, deren Produkte nicht nur zu fast 100% natürlichen Ursprungs sind, sondern deren Inhaltsstoffe fair gehandelt und deren Verpackungen recycel-

# Neueinführung amala

Mit zunehmendem Alter kann die Haut pro Jahr bis zu einem Prozent ihrer jugendlichen Dichte und Straffheit verlieren.

Amala's bahnbrechende Anti-Aging Neuheit Advanced Firming Complex regeneriert innerhalb von nur vier Wochen die Hautdicke nachweislich um bis zu drei Prozent. Außerdem enthält dieses luxuriöse, regenerierende Pflegeprodukt hochwertige aktive Inhaltsstoffe aus den Früchten und Pflanzen des Amazonasgebiets. Damit hilft es der Haut, ihre jugendliche Festigkeit wiederzuerlangen, die Erscheinung von Linien und Fältchen zu glätten und ihre Ausstrahlung und Struktur zu optimieren.

Bio-botanische Inhaltsstoffe:

Das bio-botanische Konzept der Hautpflege von Amala setzt auf die wirksamen Inhaltsstoffe aus der ganzen Pflanze. Die natürlichen Peptide, Antioxidantien und essenziellen Fettsäuren werden von der Haut als natürlich erkannt und als wirksamer Schutzschild gegen vorzeitiges Altern vollständig von ihr aufgenommen.

- Kakaobohne kurbelt mit zahlreichen pflanzlichen Peptiden die Kollagenbildung und die Mikrozirkulation an. Sie gibt der Haut ihre Elastizität zurück und macht sie widerstandsfähiger gegen entzündliche Prozesse und die Angriffe freier Radikale.
- Soja erhöht die Festigkeit der Haut mit Proteinen und pflanzlichen Peptiden, die die Bildung von Kollagen und Elastin positiv beeinflussen. Außerdem wird die innere Hautstruktur gestärkt. Die Haut fühlt sich zart und jugendlich glatt an.
- Braunalge kann das Hautgewebe verdichten, da sie die Kollagenbildung anregt. Sie unterstützt die Haut

bei der Abwehr von Alterungsprozessen, indem sie die Versorgung der Hautzellen mit Sauerstoff verbessert.

- Natürliche Hyaluronsäure aus Weizen und roter Bete wirkt der Entstehung feiner Linien und Fältchen entgegen, da sie die Festigkeit und den Feuchtigkeitsgehalt der Haut erhöht.
- Inca Inchi Samen pflegen die Haut mit hochkonzentrierten essenziellen Omega-3-Fettsäuren, schützen sie gegen entzündliche Prozesse und die Schädigung durch freie Radikale.
- Acerola versorgt die Zellen wirksam mit Vitamin C. Die Kollagenbildung wird angeregt, und die Haut erhält mehr Ausstrahlung.

Info unter [www.amalabeauty.com](http://www.amalabeauty.com)





# Living Nature

www.living-nature.de

In den Produkten von LIVING NATURE werden Seele und Wissenschaft miteinander vereint. Ein Hauptgedanke dabei ist, dass die Natur mit ihrer Pflanzenwelt eine positive Wirkung auf uns Menschen ausübt.

Je mehr die Menschen dem Konsum- und Leistungsdruck des industriellen Zeitalters widerstehen und je natürlicher sie leben, desto weniger leiden sie vor allen an den so genannten »neuheitlichen, umweltbedingten« Krankheiten. Da ein Zurück in diese ursprüngliche Lebensweise für die wenigsten Menschen keine realistische Alternative ist, ist es umso wichtiger, den Körper nicht zusätzlich mit fragwürdigen Inhaltsstoffen über die

wender nützt und dabei unserer Erde nicht schadet, also keine Ressourcen verschwendet oder die Umwelt belastet. Außerdem enthalten die Produkte neuseeländische Pflanzenextrakte wie zum Beispiel Manuka, Manukahonig, Harakeke und Kumerahou mit besonders wertvollen Pflegeessenzen. Für die Haut wird hier der größtmögliche Nutzen aus den Pflanzenessenzen gezogen werden. Die Rohstoffe wie Pflanzenextrakte, Tonerde, Bienenhonig und -wachs werden der Natur unter strengen Richtlinien und unter schonendsten Bedingungen nur soweit entnommen, wie es der Mensch verantworten kann. Ein besonderes Augenmerk legt LIVING NATURE



Haut zu belasten.

Außerdem betrachtet LIVING NATURE Hauterscheinungen nicht isoliert, sondern ganzheitlich, also unter Einbezug von Lebensweise, Ernährung und Krankheiten. Der Körper soll nicht nur äußerlich gepflegt werden, sondern sein Gleichgewicht und seine eigene Stabilität wiederfinden. Ein weiterer, wichtiger Gedanke bei der Gründung von LIVING NATURE war es daher, eine Gesichts- und Körperpflege herzustellen, die dem An-

auch auf die Probleme von Menschen mit sensibler Haut, problematischer Haut sowie Akne und hat speziell für diese Anwender passende Produkte entwickelt. Seit Gründung des Markenzeichens für kontrollierte Naturkosmetik tragen Living Nature-Produkte das Gütesiegel des BDIH für kontrollierte Naturkosmetik.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.kontrollierte-naturkosmetik.de](http://www.kontrollierte-naturkosmetik.de).

Text von Ivanka Radan.



Die pflanzlichen Rohstoffe, die LIVING NATURE verwendet, stammen aus Wildwuchs oder ökologischer Plantagenhaltung. Viele Pflanzen wachsen auf dem firmeneigenen Grundstück. Der persönliche und enge Kontakt zu den Lieferanten der zugekauften Rohstoffe sowie die erstellten Analysen zu jeder Rohstoffcharge garantieren auch ohne kontrolliert ökologischen Anbau (kbA) die absolute Freiheit von Schadstoffen, Pestiziden und anderen Umweltgiften. Die Pflanzen werden größtenteils von Hand geerntet und nur soweit der Natur entnommen, wie deren Weiterwachsen ohne Schäden gesichert ist. Die Tonerde und der Seetang sind frei von radioaktiver Verstrahlung und Schwermetallen.

Wir werden oft gefragt, wie man ein Kosmetikprodukt ohne Chemie haltbar machen kann. Die Natur hält für uns viele Stoffe bereit, die sie selbst nutzt, um sich vor zu viel Nässe, Sonne, Umweltgiften und Schädlingen und Parasiten zu schützen. Der neuseeländische Manukabusch zum Beispiel ist noch nie Opfer von Schädlingen geworden. Der komplette Busch schützt sich durch seine ätherischen Öle. Die Konservierung der LIVING NATURE Produkte basiert auf dem Zusammenwirken von verschiedenen Pflanzenextrakten, die eine antibakterielle und fungizide Wirkung haben. Dazu gehört Manuka,

Manukahonig, Teebaumöl, Totarol und Milchsäure.

Um den Produkten auch ganzheitlich gerecht zu werden, hat LIVING NATURE auch die Verpackung auf den Prüfstand gestellt. Sie sollte, wie auch die LIVING NATURE Hautpflege, absolut umweltfreundlich sein und mit möglichst wenig Synthetik auskommen sollte.

Die neue LIVING NATURE Verpackung ist das Ergebnis von fast 3-jähriger wissenschaftlicher Arbeit und Forschung und passt zu der allgemeinen Verbesserung der Produkte. Die Kunststoffflaschen sind aus einer einmaligen Zusammensetzung von Polypropylen (PP) und Kalziumcarbonat (Kreide) hergestellt. Das macht die Flaschen zu 100% recyclingfähig. Durch die Mischung von PP und Kalziumcarbonat kann ganz auf die sonst in Kunststoff enthaltenen synthetischen Weichmacher verzichtet werden. Das Material insgesamt ist leichter, verbraucht in der Herstellung und im Recyclingkreislauf weniger Energie und passt hervorragend zu den natürlichen Inhaltsstoffen der Kosmetikprodukte. Dies alles sind Vorteile für die Umwelt. Die innovative D-Form der Flaschen passt sich hervorragend der Hand an. Stellt man die Flaschen nebeneinander ins Bad, ergibt sich ein wunderschönes Gesamtbild.



Produkttest im Showroom von Living Nature im Münchner Kunstpark mit drei Business Frauen als Models sowie unserem Make Up Team.

Vielen Dank an Living Nature, an die Models und unsere Make-up Artisten Ivanka Ana Radan, Angela Aicher, Greta Istvandi.



Maria Maier von Living Nature

# Living Nature feiert 25 Jähriges Jubiläum

Lange Zeit war das Credo bei der Bio-Kosmetik „Das perfekte Make-up sieht man nicht“. Diese Zeiten sind endlich vorbei. Bitte nicht falsch verstehen, wir lieben immer noch unsere Brauntöne, aber es macht viel mehr Spaß Braun mit Pink zu kombinieren.

Living Nature Lippenstifte sind gut deckend und es gibt viele verschiedene leuchtende Töne. Durch die praktische Aufteilung von kühlen und warmen Tönen ist für jede Frau etwas dabei.







**LIVING NATURE®**  
100% Natural. Uniquely New Zealand.

Wir bedanken uns bei Maria Maier, die uns dieses angenehme und lehrreiche Living Nature Seminar ermöglichte. Wir haben viel gelernt über neue Ansätze mit Bio-MakeUp und tolle Tipps bekommen für getreßte Haut und Behandlung gerade auch bei Allergikern. Bio-Kosmetik hat für mich viele Vorteile wie:

- Es werden nur Rohstoffe aus biologischem Anbau eingesetzt.
- Naturkosmetik wird umweltfreundlich hergestellt, umweltfreundlich verpackt und nicht an Tieren getestet.
- Die Produkte erhalten keine Chemikalien, die uns schaden.

Als Make-up Artistin arbeite ich mit vielen verschiedenen Produkten und bin von Living Nature angenehm überrascht wie gut die Farben decken und wie schön sie sich auftragen lassen. Ich freue mich sehr auf die neuen Sommerfarben.

Ivanka Ana Radan  
Beauty Redaktion

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



# Ökologisch zertifizierte Designer auf LAVERA SHOWFLOOR

Die Designer des LAVERA SHOWFLOOR BERLIN 2012 stehen fest. Karl-Rainer von der Ahé vom Veranstalter Catwalk Enterprises: „Der LAVERA SHOWFLOOR wird noch internationaler und untermauert den Trend zu grüner Mode. Alle unsere Designer stehen für wesentliche Kriterien der Nachhaltigkeit wie regionale Produktion unter sozialen Bedingungen, kurze und CO2-arme Transportwege sowie Fair Trade.“ Mehr als 80 Prozent der Labels auf dem 7. LAVERA SHOWFLOOR sind ökologisch zertifiziert. Im Kosmos werden zwölf Kollektionen präsentiert. Klara Ahlers, Geschäftsführerin von Lavera: „Auch dieses Mal werden die unterschiedlichen Eco-Kollektionen aus den Bereichen Prêt à Porter, Avantgarde und Haute Couture durch das Natur-Make-up von lavera natürlich schön in Szene gesetzt.“ LAVERA NATURKOSMETIK ist strategischer Partner des LAVERA SHOWFLOOR.

Die Designer: Isabelle de Hillerin zeigt sehr viel Handarbeit aus einem Projekt in Moldawien, sie verbindet modernes und traditionelles Handwerk. **Battenberg&Cartwright**, die frische britische-junge Mode zeigt, ist ökologisch zertifiziert.

**Göttin des Glücks**, das zertifizierte ökologische Modelabel aus Wien präsentiert sich mit sportlicher, junger Damenmode. **Lana natural wear** ist ein „Urgestein“ der ökologischen Mode aus Aachen mit einer sehr jungen, sexy Kollektion. Frau **Wagner**, die Berlinerin ist bekannt für ihre sportlich-freche Recyclingmode. **Julia Starp**, die Hamburgerin zeigt aufwendige, zertifizierte Couture. **Johanna Riplinger**, die frühere Designerin von **ETHOS PARIS** und **Guy Laroche**, präsentiert auf dem LAVERA SHOWFLOOR ihre erste eigene Couture-Kollektion aus zertifizierten indischen Baumwollstoffen, gefärbt mit handverlesenen indischen Pflanzenfarben. **Halasi** mit **Ivette Simon** zeigt eine vegane, zertifizierte Kreation, entstanden im persönlichen Spannungsfeld zwi-

schen Ungarn und Australien.

## Termin-Hinweise:

- **15.6.2012:** Kür „Gesicht des Lavera Showfloor Berlin 2012“ in Zusammenarbeit mit der TUI auf dem TC TUI Allegra in Köln.

- **4.7. bis 6.7.2012:** 7. LAVERA SHOWFLOOR BERLIN im Kosmos Berlin, Karl-Marx-Allee 131a in 10243 Berlin, jeweils 18 Uhr, 19.30 Uhr, 21 Uhr und 22.30 Uhr.

- **4.7.2012:** Jubiläumsschau „25 Jahre LAVERA“ zum Auftakt des 7. LAVERA SHOWFLOOR BERLIN im Kosmos Berlin, Karl-Marx-Allee 131a in 10243 Berlin, 18 Uhr.

- **5.7.2012:** Kür der „Mrs.Sporty 2012“ zum 7. LAVERA SHOWFLOOR BERLIN im Kosmos Berlin, Karl-Marx-Allee 131a in 10243 Berlin, 18 Uhr.

[www.catwalk-enterprises.com](http://www.catwalk-enterprises.com) [www.showfloor-berlin.com](http://www.showfloor-berlin.com)





# Dr.Hauschka - Sonnenpflege, die Spaß macht und entspannt Dr. Hauschka After Sun Lotion

Nach einem genussvollen Tag in der Sonne hat die Haut besondere Aufmerksamkeit verdient – denn trotz Sonnenschutz kann sie leicht gereizt oder erhitzt sein und trockener wirken als gewohnt. Durch ihre cremige Konsistenz lässt sich die Dr.Hauschka After Sun Lotion besonders angenehm auftragen. Sie spendet eine herrlich kühlende Frische und entspannt und beruhigt die empfindliche und sonnenstrapazierte Haut nach dem Sonnenbad durch wertvolle Inhaltsstoffe wie Ringelblume und Wundklee. Mit Karotte und Quitzensamen unterstützt diese leicht einziehende Lotion die Regeneration. Mandelöl, Sheabutter und Rosenwachs pflegen intensiv und helfen der beanspruchten Haut, Feuchtigkeit zu bewahren. Die Dr.Hauschka After Sun Lotion ist mit Auszügen der Mittagsblume angereichert – für ein besonders geschmeidiges Hautgefühl. Diese intensive Pflege verleiht der Haut lang anhaltende Bräune und hält so die Erinnerung an unvergessliche Sommer-sonnentage wach.

Dr.Hauschka After Sun Lotion (100 Milliliter) ist für 12,00 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich.

*Inhaltsstoffe: Wasser, Auszüge aus Hagebutte und Quittensamen, Alkohol, Glycerin, Mandelöl, Sheabutter, Auszüge aus Karotte, Mittagsblume und Wundklee, Aprikosenkernöl, Auszug aus Ringelblume, Fettalkohole, Hektorit, Bienenwachs, Rosenwachs, Lecithin, Jojobaöl, Xanthan, Ätherische Öle, Propolis.*

[www.dr.hauschka.de](http://www.dr.hauschka.de)



# ÖKO APPS

Aus dem Alltag sehr vieler Menschen sind sie nicht mehr weg zu denken: Smartphones, die mit Hilfe kleiner Programme, den APPs, zu Alleskönnern werden. Wir haben uns also die Frage gestellt: Gibt es in der Welt der APPs auch eine grüne Komponente? Die Antwort lautet: Ja, die gibt es. Und sie ist vielfältig. Eine individuelle Lösung für Probleme, die Ihnen unter den Nägeln brennen, gibt es da sicher auch. Wir haben einmal einige beispielhaft herausgegriffen.

## Verkehr:



„Mitfahrgelegenheit“

<http://itunes.apple.com/de/app/mitfahrgelegenheit.de/id416522310?mt=8>



[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.carpooling.android.de&feature=search\\_result](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.carpooling.android.de&feature=search_result)

Ich denke, die App muss man kaum erklären. Vier Menschen in einem Auto von Berlin nach München sind besser als vier Menschen in vier Autos. Oder kurz gesagt, ein volles Auto ist ein ökologischeres Auto. Jeder spart Geld, schont die Umwelt und lernt vielleicht noch jemanden netten kennen. Die Vorteile liegen also auf der Hand.

## Einkaufshilfen:



„Obst- und Gemüsekalendar“

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nbapps.gokalender&feature=search\\_result](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nbapps.gokalender&feature=search_result)

Klein aber fein. Wer sein Einkaufsverhalten bei Obst und Gemüse auf die natürlichen Erntezeiten abstimmt, tut viel für die Umwelt, seine Gesundheit und seinen Geldbeutel. Isst man saisonal, bekommt man sein Obst und Gemüse oft aus der Umgebung, es ist frischer, da die Wege nicht so weit sind, und es ist weniger mit Schadstoffen belastet. Diese App zeigt die Erntezeiten aller mitteleuropäischen Obst- und Gemüsearten. Bananen wird man da also nicht finden.

## Barcodescanner:

Jedes Produkt, welches in einem Supermarktregal steht, hat einen Barcode. Dieser ist einzigartig und kann so genau einem Produkt und den dazu hinterlegten Informationen zugeordnet werden. Das machen sich APPs zunutze, die Ihnen schnell diese Informationen vor Ort zur Verfügung stellen. So kann man herausfinden, welche Inhaltsstoffe das Produkt hat, wo es her kommt oder wie ökologisch die Verpackung ist. Über die Beteiligung der User können auch individualisierte Informationen gesammelt und geteilt werden. Als Beispiel dient hier der:



## „Codecheck / der Produktcheck“



[https://play.google.com/store/apps/details?id=ch.ethz.im.codecheck&feature=search\\_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNoLmV0aHouaW0uY29kZWNoZWNrIl0.](https://play.google.com/store/apps/details?id=ch.ethz.im.codecheck&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNoLmV0aHouaW0uY29kZWNoZWNrIl0.)



<http://itunes.apple.com/de/app/codecheck-der-produktcheck/id359351047?mt=8>

Ein hilfreiches Tool mit sehr vielen interessanten Informationen rund um das gescannte Produkt. Nach dem Scannen erscheinen verschiedene, immer gleich aufbereitete Informationen, für deren Interpretation aber dann doch etwas Zeit und Vorwissen erforderlich ist. Wenn man ein Produkt scannt, bekommt man u.a. eine Nährwertampel, in der Fett, Gesättigte Fette, Zucker und Salz entsprechend einer Ampel gekennzeichnet werden.

- rot hoch = schlecht,
- gelb mittel = ok
- grün gering = gut

Für ein eher uninformiertes Publikum, das einfach nach einer schnellen Empfehlung sucht, ist diese Kennzeichnung allerdings vielleicht etwas zu kurz gegriffen. Ein Fruchtsaft z.B. ohne Zuckerzusatz, wird im Bereich Zucker natürlich immer eine rote Kennzeichnung bekommen, da er von Natur aus immer einen sehr hohen Fruchtzuckergehalt hat. Um diese Information für sich selbst richtig einzuordnen, muss man sich schon etwas mehr Zeit nehmen. Ausgewogene und ökologische Ernährung ist eben mehr, als nur Fett, Zucker, und Salz auf Null zu reduzieren. Fairerweise muss man sagen, dass man auch diese Informationen in den Kommentaren und Berichten dieser App finden kann. Für die Lektüre vor dem Einkaufsregal ist das dann aber doch zu umfangreich.

## Eine Alternative wäre noch der „barcoo“



<http://itunes.apple.com/de/app/barcoo-barcode-reader-qr-scanner/id339525465?mt=8>



[https://play.google.com/store/apps/details?id=de.barcoo.android&feature=search\\_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImRILmJhcmNvby5hbmRyb2lkIl0.](https://play.google.com/store/apps/details?id=de.barcoo.android&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImRILmJhcmNvby5hbmRyb2lkIl0.)

**Vegetarismus:**

Bereits Überzeugten ist es glasklar, aber in der Allgemeinheit noch nicht vollends angekommen: Übermäßiger Fleischkonsum und die dafür nötige Fleischproduktion sind eine der größten Ökosünden. Ob es die Massen an Gülle sind, die man in den Mengen gar nicht mehr ökologisch verträglich auf die Felder ausbringen kann, die Methanemissionen der Kühe, deren Treibhauseffekt den des weltweiten Verkehrs übersteigt (Welternährungsorganisation FAO) oder die Rodungen des Urwaldes im Amazonasgebiet für Weiden – Gründe, kein oder zumindest weniger Fleisch zu essen, gibt es viele.

Apps zu dem Thema gibt es auch unendlich viele wie wir feststellen durften. Hier nur zwei, beispielhaft herausgegriffen:

## „Go Veggie“



<http://itunes.apple.com/de/app/go-veggie/id466260999?mt=8>

Eine feine Sammlung von vegetarischen Rezepten, regional sortiert und mit einem Glossar, welches Ihnen die Zutaten näher bringt. Damit die Ausrede „ich weiß ja gar nicht, was ich vegetarisch kochen soll“ keine Chance mehr hat.

## „Berlin Vegan Guide“



[https://play.google.com/store/apps/details?id=org.berlin\\_vegan.bvapp&feature=search\\_result](https://play.google.com/store/apps/details?id=org.berlin_vegan.bvapp&feature=search_result)

Ein weiteres Beispiel ist der Essens- und Einkaufsführer für Veganer in Berlin. Aufgeteilt in die Kategorien Restaurant, Café, Imbiss, Eiscafé und Einkaufen. Die Suchergebnisse werden nach Entfernung zum Standort angezeigt, das Sternesystem gibt Aufschluss über die Veganfreundlichkeit. Außerdem richtet sich der Guide auch nach den Öffnungszeiten.

**Lernen und üben:**

## „Die Waldfibel“



[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.knlg.waldfibel&feature=search\\_result](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.knlg.waldfibel&feature=search_result)

„Die Waldfibel ist eine Liebeserklärung an den Wald“ schreiben die Macher, das Bundesamt für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Hier kann man viel über den Wald und seine Bewohner lernen. Bemerkenswert finde ich die Möglichkeit, mit Hilfe der Kamera die Höhe von Bäumen in der Umgebung zu messen.

## „Green challenge“



<http://itunes.apple.com/de/app/ecochallenge/id404520876?mt=8>

Diese App stellt Ihnen mehr oder weniger kleine Aufgaben für den Alltag, mit deren Hilfe Sie Ihr nachhaltiges Leben formen und überprüfen können. Das Ganze ist vielfältig und unterhaltsam. Einfach mal ausprobieren.

**Veranstaltungen/Freizeit:**

Unterstellt man mal, dass jede Form der naturnahen Freizeitgestaltung das ökologische Bewusstsein schärft, dann ist jede App, die einen dabei unterstützt, als ökologisch einzustufen.

In dem Zusammenhang bin ich auf eine interessante App des bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Gesundheit gestoßen.

## „BayernTour Natur“



[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sf.BayernNatur&feature=search\\_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5zZi5CYXIlcm5OYXR1ciJd](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sf.BayernNatur&feature=search_result#?t=W251bGwsMSwxLDEsImNvbS5zZi5CYXIlcm5OYXR1ciJd)

Diese App macht einem die Suche nach naturnahen Veranstaltungen im bayerischen Raum sehr einfach. Es gibt vier Veranstaltungskategorien: Rad-, Boots-, Wandertouren und Sonstiges. Die Suchfunktion ist denkbar einfach und die Ergebnisse sehr übersichtlich. Teilnahmebedingungen, Ansprechpartner, Treffpunkte, Kosten – alles ist auf einen Blick erfassbar.

*Text von Yves Eschke*



# HESSNATUR Autumn & Winter 2012/2013 Collection von der Designerin Eviana Hartman

Die klaren, tragbaren Linien der hessnatur-Kollektion ermöglichen kreative Lagen-Looks und Variationen, die für jede Stimmung, jeden Anlass und jede Trägerin immer wieder neue individuelle Ausdrucksformen bieten. Ob glatter Feinstrick oder üppige Maschenpracht: Die kostbaren, naturreinen

Materialien erfüllen höchste ökologische und ethische Ansprüche. Mit Eviana Hartman baut hessnatur seine Designer Kollektion weiter aus.

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



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



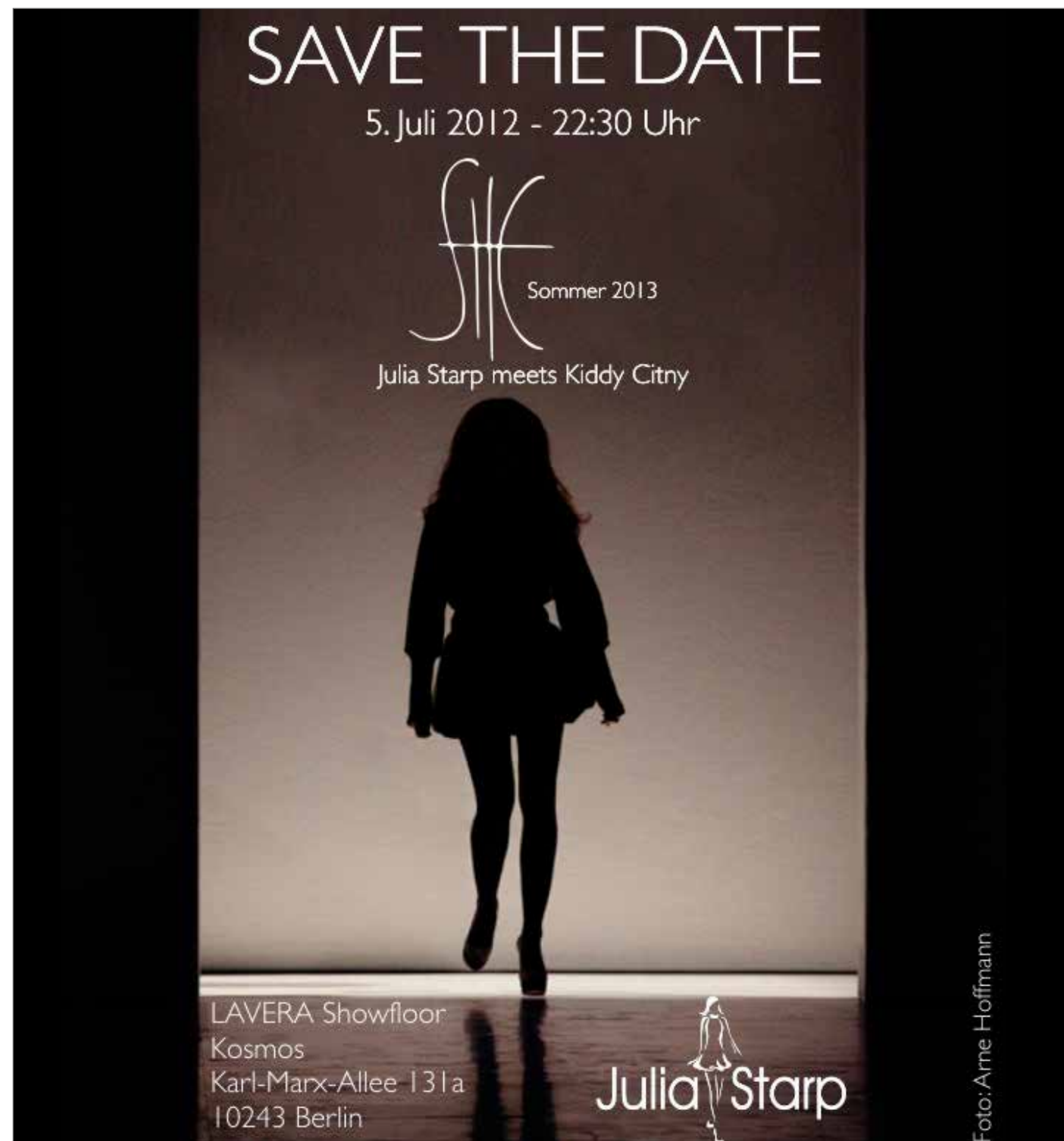






# Julia Starp

Julia Starp ist am 5. Juli 2012 wieder mit dabei mit ihrer neuen Kollektion ab 22:30 Uhr auf dem LAVERA Showfloor im 'Kosmos', Karl-Marx-Allee 131a in Berlin. Mehr Infos zu Julia Starp unter [www.juliastarp.net](http://www.juliastarp.net)



Die INNATEX in Hofheim (Wallau) vom 4. bis 6. August 2012 ist die Naturtextil Messe in Europa

## INNATEX



[www.innatex.muveo.de](http://www.innatex.muveo.de)



# Berlin Fashion Week: Ethical Fashion Show Berlin lädt ins ewerk.

Fortsetzung eines Erfolges: Die Ethical Fashion Show Berlin geht vom 04. bis 06. Juli 2012 in die zweite Runde. Mit der Auftaktveranstaltung im Januar verbuchte der Veranstalter Messe Frankfurt einen großen Erfolg: 36 internationale Labels füllten die Halle F im ewerk komplett aus. Mit der Event-Location ewerk hat die Ethical Fashion Show Berlin ein authentisches Zuhause im Herzen der deutschen Modemetropole gefunden, die ihr zur kommenden Berlin Fashion Week zum zweiten Mal als Schauplatz dient.

Hier werden internationale Labels aus dem Bereich Street- und Casualwear ihre Frühjahr/Sommer 2013 Kol-

lektionen Fachbesuchern und Pressevertretern präsentieren und zeigen, wie man urbanen Lifestyle und Gespür für cooles und stilsicheres Design mit ökologischem Anspruch und hohen ethischen Standards verbindet.

## Berlin als Zentrum für grüne Mode

Neben dem GREENshowroom, der Messe für nachhaltige High-End- Fashion im Hotel Adlon, hat sich mit der Ethical Fashion Show Berlin eine zweite Messe im Bereich ökologischer Mode etabliert. Dabei legt die Ethical Fashion Show Berlin ihren Schwerpunkt stärker auf die Verbindung von entspannter Street- und Casualwear ei-







nerseits und Nachhaltigkeit andererseits und bildet so eine ideale Ergänzung des High-Fashion-orientierten GREENshowroom. Zusammen decken die beiden Veranstaltungen der Messe Frankfurt so ein sehr breites Spektrum innerhalb des Bereiches ökologischer und fairer Mode ab. Gleichzeitig stärken die beiden Messen den Standort Berlin als Zentrum für grüne Mode innerhalb der deutschen Modelandschaft. „Das Konzept der Ethical Fashion Show Berlin ist inzwischen am Markt für Eco-Fashion etabliert und hat weiterhin starkes Wachstumspotenzial. Wir stellen sowohl auf Besucherseite als auch bei den Herstellern ein stark wachsendes Interesse für Mode fest, die nach fairen und ökologischen Gesichtspunkten produziert und vertrieben wird. Mit den Messen GREENshowroom und der Ethical Fashion Show Berlin stehen wir in Berlin nun mitten im Zentrum dieser sich entwickelnden Szene“, erläutert Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies der Messe Frankfurt. „Nachdem die Auftaktmesse ausgebucht war, freuen wir

uns über das rege Interesse der Modelabels an der zweiten Ausgabe“, zeigt sich Schmidt mit der ersten Resonanz im Vorfeld der Veranstaltung zufrieden.

Bereits jetzt registriert der Veranstalter wieder eine starke Nachfrage von Seiten der Aussteller an der Ethical Fashion Show Berlin: Zu den Ausstellern, die bereits im Januar dabei waren, gehören Labels wie zum Beispiel Studio Jux, Komodo, HempAge, room to roam, Kaethe März, Milch, Elementum, Göttin des Glücks, John W Shoes etc. Neu hinzu kommen Po-Zu, Caboclo, Prancing Leopard, Marron Rouge, Sey und viele andere.

#### **Knowledge-Lounge: Diskutieren mit Experten**

Neben dem klassischen Messeprogramm für Fachbesucher, legt die Ethical Fashion Show Berlin Wert darauf, ihr attraktives Rahmenprogramm für die breite Öffentlichkeit weiter auszubauen und die Messe erneut für zahlreiche Endkonsumenten interessant zu gestalten. So wird im Sommer wieder eine Knowledge Lounge fester Bestandteil der Veranstaltung sein: Hier können sich Fachbesucher und Publikum eingehend über die Hintergründe nachhaltiger Kleidung informieren. Mit Experten verschiedener Organisationen können sich hier alle Interessierten über ethische und ökologische Aspekte von Mode informieren.







#### Notic Nastic: Musik und Nachhaltigkeit

Das Key Visual der zweiten Ethical Fashion Show Berlin zielt dieses Mal ein Foto der Band Notic Nastic: Die Elektro-Band setzt sich aus mehreren Musikern aus Berlin und New York zusammen, die sich schon länger für fairen und ökologischen Handel einsetzen und dies in ihrer Musik und ihren Interviews thematisieren.



#### Auf einen Blick

Messe: Ethical Fashion Show Berlin Datum: 04. - 06. Juli 2012 Adresse: ewerk, Wilhelmstraße 43, Berlin-Mitte U-Bahn-Station Mitte (U2, U6) S-Bahn-Station Potsdamer Platz

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

<https://www.facebook.com/ethicalfashionshowberlin>

#### Shuttle-Service

Ethical Fashion Show Berlin im ewerk und der GREEN-showroom im Hotel Adlon-Kempinski sind mit der Premium am Gleisdreieck und dem Zelt der Mercedes-Benz Fashion Week Berlin durch einen Shuttle-Service verbunden.

# If you do it right, it will last forever.

## Ethical Fashion Show Berlin

4th–6th July  
ewerk Berlin

 messe frankfurt

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



„Wer meine Mode trägt,  
unterstreicht seine  
Lebenseinstellung;  
ein Ausdruck  
von Selbst-Bewusstsein,  
Extravaganz,  
Bodenständigkeit“



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





# GREEN showroom

Parallel zur Berlin Fashion Week präsentiert die Eco-Fashion-Messe GREENshowroom vom 04. bis 06. Juli 2012 ausgewählte Mode- und Lifestylelabels, die Wert auf eine faire, nachhaltige und ökologisch korrekte Produktionsweise legen.

In den edlen Suiten des Berliner 5-Sterne-Hotels Adlon Kempinski, die dem GREENshowroom als Ausstellungsräume dienen, können Fachbesucher und Pressevertreter die neuen Spring/Summer 2013 Kollektionen internationaler grüner Marken aus dem High-End Segment entdecken.

Höhepunkt des Events ist die Salonschau für geladene Gäste, bei der ausgewählte GREENshowroom-Designer am 05. Juli 2012 ihre Kollektions-Highlights präsentieren.

Der Ethical Fashion-Shop, der bisher in Angliederung an die Messe im Hotel Adlon Kempinski stattfand, bezieht eine zentrale Pop-Up-Location im Szene-Bezirk Berlin-Mitte. Neue Kooperationspartner für den Ethical Fashion-Shop sind der Online-Shop Fair-queen.de und der Berliner Concept Store De la Reh.

Details und weitere Informationen zum GREENshowroom finden Sie unter:

**[www.green-showroom.net](http://www.green-showroom.net)** und  
**[www.facebook.com/greenshowroom](https://www.facebook.com/greenshowroom)**













# Entdecken Sie die älteste Kosmetik der Welt

## Die sanfte Pflege für Haut und Haar

Zhenobya-Alepposeife ist ein reines Naturprodukt aus Oliven- und Lorbeeröl, weiteren natürlichen Zutaten und naturreinen ätherischen Ölen. Je höher der Lorbeerölanteil, desto kostbarer ist die Seife. Sie besteht zu 100% aus nachwachsenden Rohstoffen, enthält keinerlei synthetische Bestandteile wie Konservierungsstoffe, Farben, Aromen oder Parfüm, noch problematische Tenside. Somit ist diese Seife zu 100% biologisch abbaubar und schützt unsere Umwelt. Die Herstellung erfolgt ohne Tierversuche.



Olivenöl reinigt und nährt die Haut, ohne zu reizen oder auszutrocknen. Das enthaltene Lorbeeröl schenkt der Seife die antiseptischen Eigenschaften. Es kräftigt und stimuliert die Epidermis und verleiht der Seife einen angenehmen Duft und dem Anwender eine herrliche Erfrischung. Sogar bei empfindlicher Haut werden keine Hautreizungen durch Zhenobya-Alepposeife hervorgerufen. Sie bekommt allen Hauttypen, speziell auch Kleinkindern und Babys. Ebenso ist sie geeignet zur Unterstützung dermatologischer Therapien, z.B. bei Psoriasis, Ekzemen, Mykosen und Akne. Noch dazu hilft sie bei Insektenstichen und hält Motten vom Kleiderschrank fern.



Zhenobya-Alepposeife wird nicht produziert, sie entsteht...Sie ist das Ergebnis aus Tradition, schöpferischem Fleiß und Historie.

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



Denn noch heute, wie schon vor Jahrhunderten, ist es eine Mischung aus Erfahrung, Sorgfalt und Leidenschaft, die diese Seife möglich machen.

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



# in fashion munich

Vom 11. - 13. August 2012 auf der Praterinsel, am ersten Messtag gibt es ein „GET TOGETHER“ mit Ausstellern und Besuchern ab 19:00 Uhr.

Nachhaltigkeit ist Thema und Trend.

Viele Verbraucher streben zu einem nachhaltigen Lebensstil, der mit der Natur vereinbar ist, erklärten unlängst Londoner Trendforscher vom Büro „The Future Laboratory“. Nicht nur im Bereich der Nahrungsmittelindustrie - wie uns die aktuellen Themen immer wieder deutlich machen - ist bewußtes Handeln zwingend und en vogue. Die Wege der Modedesigner sind jung und

neu. Zum Teil ist wahre Pionierarbeit erforderlich. Und Überzeugungskraft gepaart mit fundiertem Wissen für Händler sowie für Verbraucher. Für in fashion munich ein gesetztes Ziel, diesen Bereich zu fördern.

in fashion munich bietet - in Zusammenarbeit mit Jessica Reyes Rodriguez von QUEEN AND PRINCESS - nachhaltiger Mode ein exclusives Forum. 2011 erhielt Sie die Auszeichnung als Kultur- und Kreativpilotin der Bundesregierung.

Zur Webseite: [www.in-fashion-berlin.de](http://www.in-fashion-berlin.de)

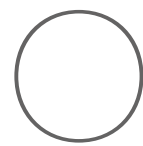
in  
fashion  
munich

GREEN  
GLAMOUR





# Oatshoes – Sneaker die blühen



AT Shoes hat den ersten Sneaker auf dem Markt gebracht, der auch abgetragen noch für etwas gut ist.

steckt in der Zunge der Schuhe Blumensamen. Sobald die Sohle abgelaufen ist kann man sie auf dem Komposthaufen verrotten lassen – und nach kurzer Zeit spriessen Blumen aus ihnen.

Ein Turnschuh der einfach gut aussieht? Das reichte Christian Maats nicht. Er wollte ein Produkt, das mehr kann. So gründete der Designer 2009 das holländische Label OAT Shoes und entwarf die „Virgin Collection“: Sneaker die voll biologisch abbaubar und 100% ungiftig sind.

Das Markenzeichen des Labels – ein farbiges Dreieck – ist ein Zeichen für den Wandel den OAT Shoes erreichen möchte und ein Symbol für die die alten ägyptischen Pyramiden in denen die Götter vergraben sind.

Weiter denken als bis zur Sohle.

Die Verpackung ist aus FSC Karton und bedruckt

mit giftfreier Tinte. Der Karton kann

praktisch als Aufbewahrungs-

box genutzt werden. Platz

für eine Beschriftung

fehlt natürlich nicht,

Aber das ist noch nicht alles, was die in Europa handgefertigten

Schuhe zu bieten haben:

Das holländische Label OAT Shoes ver-







so wissen Sie immer was in dieser Box ist.

OAT Shoes verwenden ausschließlich biologisch abbaubar zertifizierte Kunststoffe und Materialien aus der Natur wie Bio-Baumwolle, Hanf und Leder.

*Firmenphilosophie von OAT Shoes*

„Die Zukunft der Mode liegt in einer Versöhnung zwischen Natur und Industrie. OAT Shoes ist bestrebt, den Weg in diese Zukunft zu führen. „

Tatsächlich liegt unsere Zukunft in einer Versöhnung zwi-

schen Industrie und Natur, zwischen Mensch und Natur.

Wir müssen den Kreis wieder schließen, denn wir sind ein Bestandteil des Ganzen.

Die Natur verschwendet nichts, warum sollten wir es tun?

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

Text von Ivanka Ana Radan





# Wenn der Kreis sich schließt. Die Cremona Circle Sleeve Jacket von Prancing Leopard

Mit der Cremona Circle Sleeve Jacket von Prancing Leopard Organics schließt sich der Kreis optisch, wie auch in Sachen Style. In außergewöhnlichem Design präsentiert sich die Jacke mit sogenannten „Circle Sleeves“. Sie bieten nicht nur Komfort, sondern bringen auch einen ausgefallenen Look.

Eyecatcher: Die „Circle Sleeves“ der Cremona Circle Sleeve Jacket kommen als überlange Ärmel, die sich beim Tragen an den Ellbogen schoppen. So erzeugen sie einen einzigartigen Style. Daumenlöcher an den Bündchen und der locker geschnittene Kragen sorgen für gemütliche Lässigkeit. Die Jacke ist aus der super-soften und gleichzeitig hoch-funktionellen Biobaumwolle Zeugma hergestellt. Damit garantiert sie nicht nur sportliche Performance sondern auch den gewissen Kuschelfaktor. Erhältlich ist sie in strahlendem Gelb oder dezentem Grau.

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



# Öko-Fitnessmode für alle Sinne. Das Rhinau Reversible Top und die Geneve Pants von Prancing Leopard

Das Wendetop Rhinau Reversible bildet mit den Geneve Pants eine farbharmonische Einheit. Beide Modelle von Prancing Leopard Organics sind aus der sehr weichen und hochfunktionellen Biobaumwolle Zeugma hergestellt – genau das Richtige für eine wohltuende und ausgeglichene Yogastunde oder das nächste Workout.

Das Rhinau Reversible Top von Prancing Leopard bietet von allen Seiten ein ansprechendes Äußeres. Die eine ist durch einheitliche Farbgestaltung eher dezent gehalten, wird aber mit einer schönen Raffung am Halsausschnitt modisch aufgewertet. Somit wird das Wendetop zum echten Allrounder und kann sowohl im Büro unter einem Blazer als auch als chices Ausgehoutfit kombiniert werden. Für echtes Color-Blocking sorgt der orangefarbene Streifen auf der anderen Seite. Es verleiht

dem Oberteil ein frisches und sportliches Aussehen. Erhältlich ist das Shirt in den Farben

Schwarz-grau-orange. Die Geneve Pants gilt als absolutes Lieblingsstück bei Prancing Leopard und ist farblich harmonisch auf das Top abgestimmt. Die Biobaumwolle garantiert einen sehr bequemen und flexiblen Tragekomfort, was sie zur idealen Hose für Yoga, Pilates oder Fitness macht. Bündchen am Knöchel verhindern zudem unangenehmes Verrutschen. Passend zum anschmiegsamen Oberteil sind die Pants ebenfalls in den Farben Schwarz-orangegrü erhältlich.

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





# Mathematisches Design in ästhetischer Balance: „Cesium-137“

Organic und fairtrade Mode muss nicht uncool sein. Das beweist das Label TRECHES aus Berlin mit jedem neu entstandenem Style.

Mit dem Focus auf Qualität und Nachhaltigkeit liegt die gebürtige Norwegerin und Wahlberlinerin Jeanette Bruneau-Rossow voll im Trend.

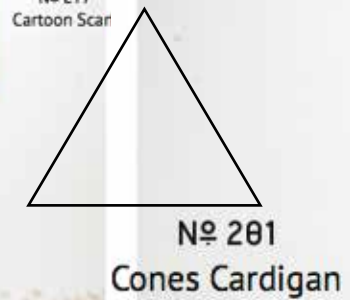
„Ich wurde durch molekulare Grafiken inspiriert, den Körper in 3D Formen zu abstrahieren“ sagt die Designerin Jeanette Bruneau Rossow. „Ich spiele mit den Proportionen und der Auffassung vom Körper als abstrakte Skulptur.“

Die geometrischen Formen sind deutlich sichtbar in den Designs und jedes Kleidungsstück zieht dadurch den Blick auf sich. „Ich liebe laute und kontrastierende Farben, die Herausforderung liegt darin, jedes Teil in seine ästhetische Balance zu bringen.“

Alle Kollektionen werden ausschliesslich mit GOTS zertifizierten Materialien wie Baumwolle, Hanf und tierfreundliche SeideTex in Deutschland produziert.

Mehr zum Thema unter

[www.trech.es.com](http://www.trech.es.com)









INA GRAF verzaubert durch fließende, feminine Stoffe mit wunderschöner Kreativität.



[www.pid-info.de](http://www.pid-info.de)









# PEARLS OF LAJA

## Interview

**Wie seit ihr auf die Idee gekommen Pearls of Laja zu gründen?**

*Daniela:* Als ich vor drei Jahren Mutter geworden bin entstand erstmals die Idee eine figur-optimierende Eco-Jeans zu kreieren. Schon vor der Geburt meines Sohnes habe ich einen sehr bewussten Lebensstil gelebt und auf Bio-Food und Natur-Kosmetik geachtet. Ein Kind zu haben, hat mich dann so stark für das Problem der in Textilien enthaltenen Chemikalien und der oftmals sozialunverträglichen Bedingungen sensibilisiert, dass ich etwas ändern wollte. Zusätzlicher Auslöser war meine Figurveränderung nach der Schwangerschaft. Ich passte in keine meiner heiß geliebten Kult-Jeans mehr hinein! Eine neue, coole und bequeme Jeans musste her. Aber auch Bio sollte sie sein.

*Katja:* Als gute Freundin wusste ich von Danielas' Jeans-Problem und überredete Sie zu zahlreichen Shopping-touren. Das frustrierende Ergebnis: Es gab schlicht und ergreifend keine stylisch figurbetonte und bequeme Jeans für kurvige Frauen! Im Eco-Fashion Bereich erst recht nichts. Diese Erfahrung hat uns auch zum Pearls of Laja Comic inspiriert.

*Daniela:* Genauso war's. Dieser Verlust von modischer Freiheit inspirierte uns zu unserer Design-Vision, trendgerechte Premium-Jeans auch für weibliche Kurven zu entwickeln....

*Katja:* ...und dass komplett aus GOTS zertifizierten Naturmaterialien und coolen ökologischen Waschungen, die frei von toxischen Mitteln sind.

**Warum ist es euch wichtig Bio-Stoffe her zu nehmen?**

*Daniela:* Wir verwenden ausschließlich zertifizierte De-

nim-Stoffe, weil uns wichtig ist, dass Konsumenten, Arbeiter und die Natur durch unsere Produkte nachhaltig geschützt werden, daher auch die ökologische Veredelung.

**Ist es schwierig Bio Jeansstoff zu kriegen?**

*Katja:*

Ja. Die Stofflieferanten in Europa bieten aktuell entweder gar keine Bio-Stoffe an oder nur einen „klitzekleinen“ Mini-Anteil an Bio-Denim. Unser Anspruch ist qualitativ sehr hoch, daher ist es im Moment eine echte Herausforderung einen, nach Global Organic Textile Standard hergestellten, Luxus Denim-Stoff zu beschaffen. Ebenso mussten wir auch die enttäuschende Erfahrung machen, dass viele große Stoffanbieter die Eco- Line/GOTS



zertifizierte Artikel wieder aus dem Programm genommen haben, weil es sich nicht für sie gelohnt hat.

**Sind die elastischen Stoffe noch Bioware? Woher stammen diese Fasern?**

*Daniela:*

Wir halten uns streng an die hohen Richtlinien des Global Organic Textile Standards (GOTS). Gemäß diesen Standards ist ein geringer Anteil elastischer Ware erlaubt.

Die von uns eingesetzten Gummielemente aus \*Naturlatex, z.B. bei der Venus-Jeans, beziehen wir von hochwertigen Lieferanten aus Italien.

Unser Denim-Stoff enthält einen geringen Anteil elastischer Fasern, welche für die Formstabilität und den

Tragekomfort wichtig sind. Diese Fasern werden nicht in Bio angeboten, da sie industriell hergestellt werden.

*\*Latex ist ein Naturmaterial und wird fast ausschließlich aus der Rinde des Baumes „Hevea brasiliensis“ als Milchsafte gewonnen.*

Diese Latexmilch besteht aus Kautschuk.

**Es gibt viele Frauen die versuchen wegen ihren Beruf oder diesen Size Zero Modebewegung ihre Kurven weg zu hungern oder zu verstecken. Ihr beide versucht da entgegen zu wirken und setzen ganz auf die weiblichen Formen, woher kommt das?**

*Daniela:*

Einerseits sicherlich aufgrund meiner eigenen weiblichen Kurven, die ich gerne betone. Andererseits sind wir beide davon überzeugt, dass jede Frau auf eine weibliche Art in einer Männerdomäne bestehen kann. Sowohl optisch, als auch in ihrer Persönlichkeit. In einer Zeit wo Magerwahn & Size Zero Bewegung dafür sorgen, dass sich die Frauenkörper den Männern annähern, werden wir mit voller & kurvenreicher Weiblichkeit entgegenwirken!

**Wie wird ein neues Jeansmodell entwickelt?**

*Katja:*

Erst wird ein Basisschnitt anhand unserer Entwürfe und Ideen erstellt. Unsere Schneiderin in München näht einen ersten Prototypen. Im Anschluss wird dieses erste Jeansmuster in der Wäscherei nach ökologischer Rezeptur gewaschen und veredelt. Nun findet eine Passformanprobe mit einem Model in der Mustergröße statt. Ihr Feedback bezüglich Tragegefühl & Komfort ist für uns sehr wichtig. Schnitttechnische Korrekturen und Änderungen werden nun aufgenommen und für ein zweites Jeansmuster um-





in unserem Fall, wird die Beauty-Jeans zum absoluten Liebhaverstück für die Ewigkeit!

*Daniela:* Qualität und Langlebigkeit von Basics bedeutet Nachhaltigkeit!

**Happy Birthday! Pearls of Laja haben gerade Einjähriges gefeiert, was für Ziele habt ihr für das kommende Jahr?**

*Daniela:*

Wir wollen als Firma weiterhin nachhaltig und gesund wachsen, den deutschen und europäischen Markt weiter erobern und damit noch zahlreichen kurvigen Frauen mit unserer Beauty- & Venus-Jeans Freude machen.

**Eine Firma ist wie ein Baby, gibt es bei euch eine Rollenverteilung oder macht ihr alles zusammen?**

*Daniela:*

Jeder von uns hat seine Verantwortungsbereiche und fachlichen Schwerpunkte, aber wir tauschen uns täglich über die verschiedenen Bereiche aus und erlauben uns dabei einen fließenden Übergang.

*Katja:*

Wir beide sind Teamplayer – Freundinnen und Business-Partner, die alles in Bezug auf Pearls of Laja gemeinsam entscheiden.

Vielen Dank für das Interview.

Wir vom ECOenVIE Team wünschen Euch weiterhin viel Erfolg.

Text von Ivanka Ana Radan

**[www.pearlsoflaja.com](http://www.pearlsoflaja.com)**

gesetzt. Der vorher beschriebene Entwicklungsprozess wiederholt sich bis die Jeanshose unseren Entwürfen entspricht und knackig-perfekt sitzt.

Alle Pearls of Laja Jeans liefern ein maßgeschneidertes Tragegefühl und eine unglaublich sinnliche Silhouette.

**Es sind eher Basics die ihr macht. Gibt es dafür einen Grund?**

*Katja:*

Wie Daniela am Anfang gesagt hat gab es so ein Jeans-Basic bisher noch nicht.

Hochwertige, zeitlose Basics sind das A & O für einen modisch-edlen Look und eine Premium Jeans ist ein absolutes Key-Piece, welches in jeden Kleiderschrank gehört. Alltagstauglich/Casual in Kombination mit Shirt & Ballerinas - mit einem trendigen Blazer wird das Day-Dress schnell und unkompliziert zum Business-Outfit.

Oder mit glamouröser Corsage & High-Heels, zum Beispiel ist „Frau“ perfekt für den Abend gestylt. Wenn zudem eine figur-optimierende Funktion geboten wird, wie





# Moderatorin Nina Moghaddam setzt mit ihren neuen SEY® Organic Jeans ein Statement

Dunkelblauer weicher Stoff und eine Passform, die perfekt die Weiblichkeit betont – Nina Moghaddam hat ihre neue Lieblingsjeans gefunden. Für viele Fans ist die Moderatorin von „Deutschland sucht den Superstar – Das Magazin“ ein Vorbild, und so sieht sie sich auch in der Verantwortung, einen Beitrag zum Wohl der Allgemeinheit zu leisten. Zum Beispiel, indem sie sich für die Kampagne „Ich spreche deutsch“ der Deutschland Stiftung Integration einsetzt und außerdem die deutsch-iranische Krebsliga unterstützt. Solches Engagement ist für sie selbstverständlich.

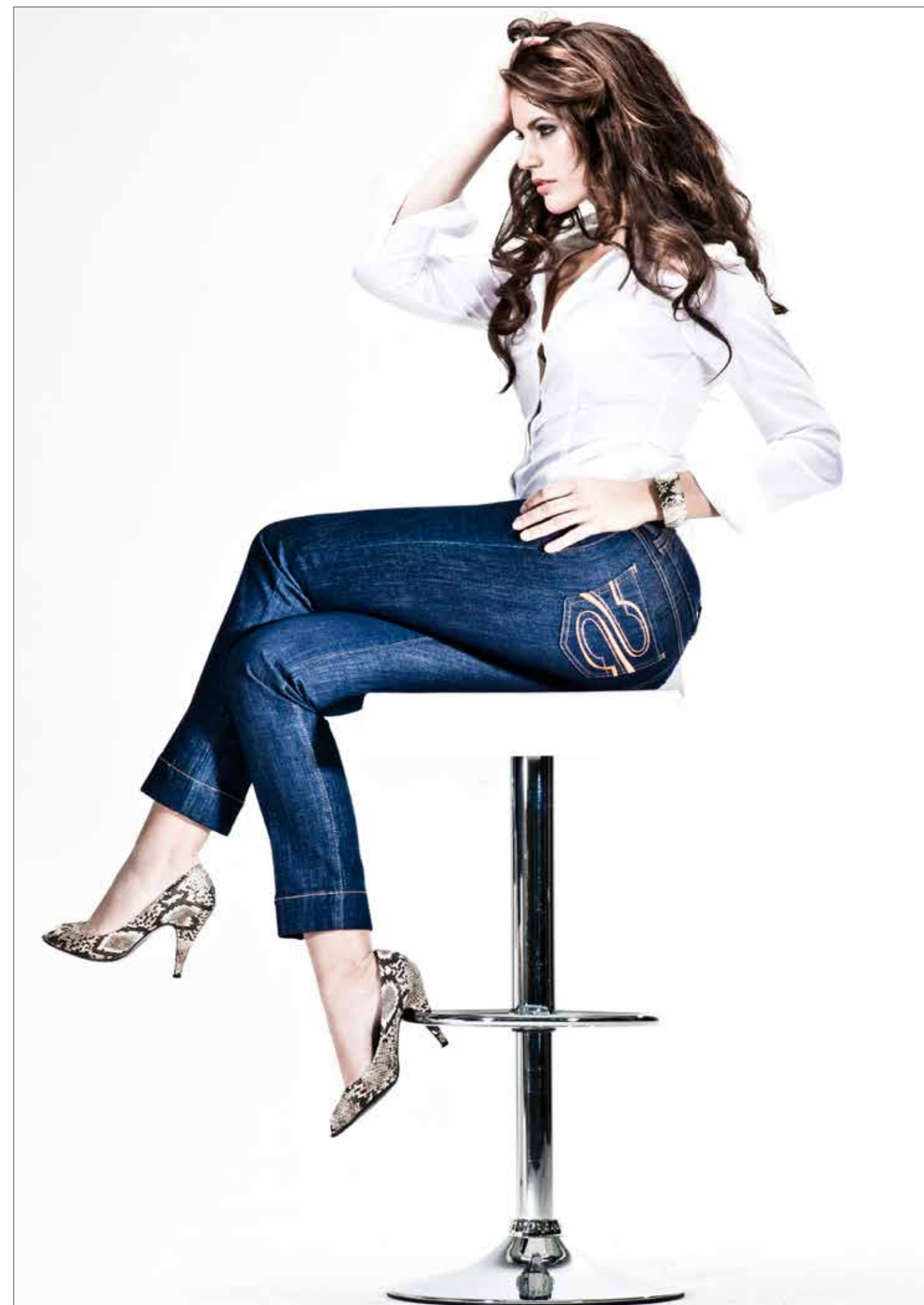
Das hat sie mit Selma Yasdut, der Inhaberin von SEY Organic Jeans, gemeinsam. Auch die Label-Chefin sieht sich seit der Gründung ihres Unternehmens in einer sozialen und ökologischen Verantwortung. Und diese Grundsätze sind keine Lippenbekenntnisse. Sie werden konsequent entlang der gesamten Wertschöpfungskette ihrer Jeans praktiziert.

Damit treffen sich die Interessen der beiden jungen Frauen. Für ihre Arbeit ist Nina Moghaddam ein trendiges Styling wichtig, und auch da kann die TV-Moderatorin nun eine ganz bewusste Entscheidung treffen, ohne mit ihren

Idealen brechen zu müssen. Denn die nachhaltig produzierte Kleidung macht es ihr möglich, Modebewusstsein und Verantwortungsgefühl stilvoll zu verbinden. „Bei SEY Organic Jeans kann ich mir sicher sein, dass Kinderarbeit nicht in Frage kommt und die verwendete Baumwolle ökologisch angebaut wurde“, sagt die Moderatorin. „Das ist einfach toll.“

Nachhaltig allein reicht ihr jedoch nicht. Und so war sie positiv überrascht, in wie vielen Styles es die SEY Organic Jeans aus GOTS\*-zertifizierten Denim gibt. Ob als Marlene-Hose oder Röhre, ob rockig oder elegant: Zu jedem Bühnen-Outfit findet Nina Moghaddam ein passendes Modell. In Zukunft will sie die Green Fashion einen Schritt weiter in die Öffentlichkeit bringen, und ein Publikum erreichen, was sich bisher weniger Gedanken über Fairtrade und Bio-Standard gemacht hat. Selma Yasdut und Nina Moghaddam – zwei Powerfrauen, die gemeinsam die Welt ein wenig grüner machen.

**[www.sey-fashion.com](http://www.sey-fashion.com)**





# LENZING

## IN FASHION

LENZING ist ein Industrie Unternehmen, wie wir finden ein sehr interessantes. Die Lenzing Gruppe beansprucht von sich Weltmarktführer im Bereich von Cellulosefasern zu sein. In der Textilbranche sind die Produkte Viscose-, Modal- bis zu Lyocellfaser (TENCEL) bekannt.

Bei TENCEL wird Zellulose aus Holz extrahiert. Der so gewonnene Zellstoff wird anschließend in N-Methylmorpholin-N-oxid (NMO), einem untoxischen Lösungsmittel, durch Wasserentzug ohne chemische Modifizierung gelöst, filtriert und anschließend durch Spinnköpfe gepresst. Gegenüber anderen Regeneratfasern wie Viskose gilt der Herstellungsprozess aufgrund des umweltschonenden Lösungsmittels und eines geschlossenen Stoffkreislaufs als deutlich weniger umweltbelastend als es zum Beispiel bei herkömmlichen Jeans Stoffen aus Baumwolle der Fall sein soll.

Denim, eigentlich „Gewebe aus Nimes“, ist ein robuster Baumwollstoff, der überwiegend für die Jeans Verwendung findet. Genau hier kommt TENCEL zum Tragen. Weltweit werden nach Schätzungen jährlich 800 Millionen Jeans hergestellt. Eine enorme Umweltbelastung, betrachtet man den Anbau von Baumwolle bis hin zur Herstellung des Kult-Kleidungsstückes. Eine Beimischung von 25 % TENCEL zu herkömmlicher Baumwolle

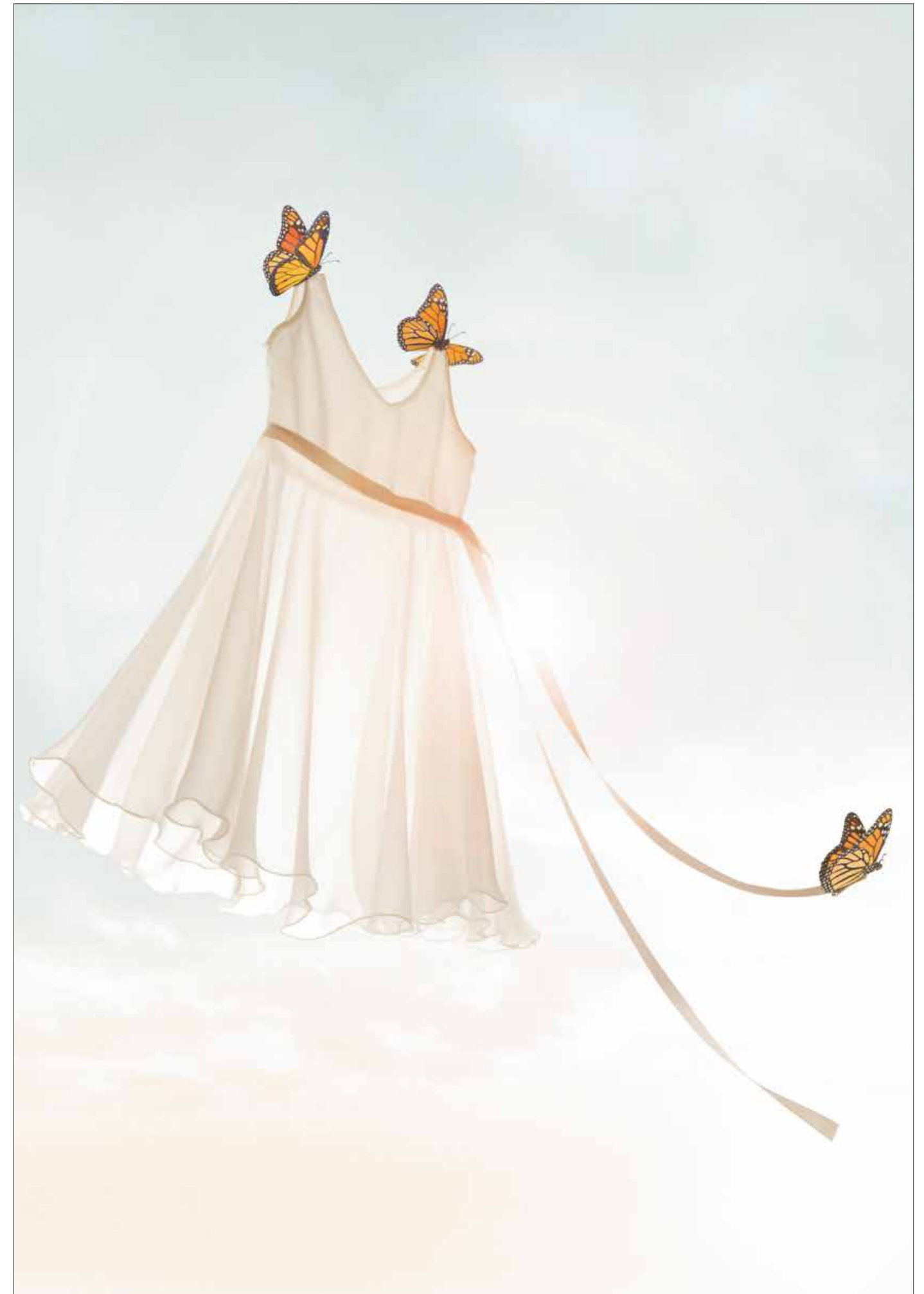
verbessert die Umweltbilanz einer Jeans signifikant. Der Vorteil liegt vor allem in der effizienteren Landnutzung und dem höheren Hektarertrag von TENCEL.

Lenzing setzt seit vielen Jahren auf das Thema Nachhaltigkeit und beschäftigt sich mit unterschiedlichsten Aspekten dieses Bereiches: Untersuchungen von Faser-Ökobilanzen, Optimierung von textilen Prozessen zur Reduzierung von Wasser-, Energieverbrauch und Einsatz von Chemikalien, sowie mit Recycling von Textilien und deren Wiederverwendung.

Ein weiteres Produkt der Lenzing Group „Modal“ wird aus heimischem Buchenholz hergestellt und besteht somit aus 100 % Natur. Zellstoff- sowie Faserproduktion folgen dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Lenzing produziert den eingesetzten Zellstoff selbst und hat somit die Kontrolle über den gesamten Produktionsprozess. Dies ist einzigartig in der Faserindustrie.

Heute produzieren Bio-Modemacher wie UMASAN schon mit verschiedenen Produkten der Firma Lenzing. Wir werden die Firma Lenzing besuchen und Ihnen, liebe Leser, noch etwas mehr Einblick bieten. Modemacher aus unterschiedlichen Stilrichtungen haben uns schon vorgeschwärmt von den neuen Stoffen und der Firma Lenzing.

Mehr zu Lenzing unter [www.lenzing.com](http://www.lenzing.com)





# LENZIN IN FASHION



# Von Collaborative Consumption und Social Shopping

Auf die Plätze, fertig...kreiseln! Tauschen, Verkaufen, Verschenken - das ist das Credo der jungen Onlineplattform [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de). Doch die Internet-Börse für stilvollen Kleidertausch, die die Herzen von Vintage-Liebhabern höher schlagen lässt, hat noch viel mehr zu bieten. Nach dem Konzept des Collaborative Consumptions vermittelt [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) gekonnt die zeitgemäße Idee des nachhaltigen Konsums über ein breites, soziales Netzwerk und avanciert so zum täglich wachsenden Erfolgsprojekt.

## Kleiderkreisel.de: Die Entstehung

Die Idee stammt aus Litauen, Vilnius um genauer zu sein. Justas Janauskas, Ideengeber und Gründer, entwickelt im Spätsommer 2008 [www.manodrabuziai.lt](http://www.manodrabuziai.lt), um gegen den verschwenderischen Konsum der Wegwerfgesellschaft zu kämpfen.

| KATALOG                |        | MITGLIEDER             |       | FORUM         |       | BLOG  |  | HILFE      |  |       |  |
|------------------------|--------|------------------------|-------|---------------|-------|-------|--|------------|--|-------|--|
| Damenmode              |        | 1181598                |       | Herrenmode    |       | 18743 |  | Kindermode |  | 54138 |  |
| Mäntel & Jacken        | 41572  | Kostüme                | 1332  | Blazer        | 10008 |       |  |            |  |       |  |
| Hosen                  | 66207  | Kleider                | 85986 | Rock          | 45708 |       |  |            |  |       |  |
| Oberteile und T-Shirts | 315561 | Pullover & Sweatshirts | 90877 | Korsetts      | 1365  |       |  |            |  |       |  |
| Kurze Hosen            | 20184  | Bademode               | 10044 | Unterwäsche   | 16800 |       |  |            |  |       |  |
| Sportkleidung          | 5425   | Besondere Kleidung     | 1932  | Umkleiservice | 845   |       |  |            |  |       |  |
| Hochzeitskleider       | 581    | Festliche Kleidung     | 1936  | Schuhe        | 15127 |       |  |            |  |       |  |
| Accessoires            | 261027 | Kosmetik               | 49582 | Sonstiges     | 6477  |       |  |            |  |       |  |

## Kleiderkreisel.de Deutschland: Behind the scenes

Die zwei Freundinnen aus Schulzeiten Susanne Richter und Sophie Utikal treffen auf einer Reise durch Osteuropa auf den Gründer Justas Janauskas und sind sofort begeistert von der neuen und modernen Idee einer trendigen Kleidertauschbörse, die so anders ist als bereits Bekanntes. Ein halbes Jahr später und um ein Teammitglied, Martin Huber, reicher, holen die jungen Kreativen

2009 das Konzept unter dem Namen [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) nach Deutschland. Knapp drei Jahre später, mit über 160.000 Mitgliedern und knapp 900.000 Artikeln gefüllt, ist [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) mit der Idee des stylischen und Portemonnaie-freundlichen Kleidertausches auf Erfolgskurs.

## Kleiderkreisel.de: Die Philosophie

Die Online-Community möchte der Verschwendung von Ressourcen entgegenwirken und mit ihrem Projekt Menschen dazu animieren, eigene Kleidungsstücke, die nicht mehr getragen werden, weiterzugeben.

## Collaborative Consumption - gegen überflüssigen Konsum.

Ein Toptrend 2012 und spätestens nach dem Bestseller „What's mine is yours“ von Rachel Botsman und Roo Rogers viel mehr als nur eine kurzlebige Erscheinung. Collaborative Consumption gibt Hoffnung in Zeiten des Hyperkonsums und ruft auf zum *Benutzen statt Besitzen*. Es geht nicht darum, den Konsum zu stoppen sondern umzudenken - nicht das Was, sondern das Wie ist entscheidend!

Auf [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) kann jeder kostenlos Produkte anbieten und neu entdecken sowie Freude am Weitergeben erleben. Gefühlt befindet man sich in einem riesigen Kleiderschrank, der mit den unterschiedlichsten Teilen und Stilrichtungen gefüllt ist, aus denen man sich seinen ganz eigenen Look zusammenstellen oder ergänzen kann. [Kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) ist die visionäre, soziale und günstige Alternative zum konventionellen Handel und zeigt wie Second Hand im Jahr 2012 funktioniert!

## Kleiderkreisel.de: Die Social Community



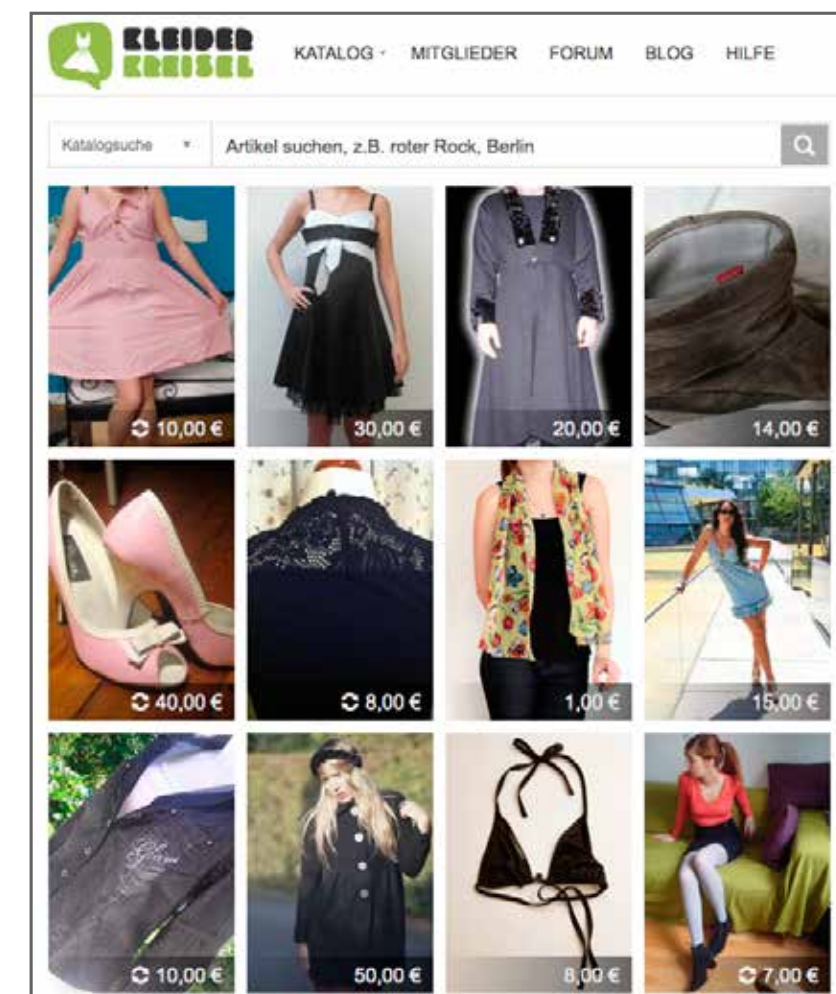
[Kleiderkreisel.de](http://Kleiderkreisel.de) ist viel mehr als nur eine Handelsplattform. Hier können sich Modeinteressierte austauschen, Ideen teilen, sich Tipps einholen und werden nicht selten zu echten Freunden. Im hauseigenen Forum wird rund um Fashion, Trends, Lifestyle, Eco Alternativen und Do-it-yourself Ideen diskutiert. Mit einer Community aus zahlreichen Modebloggern und -liebhabern prägt das Portal die neue Form des Social Shoppings und dies mit großem Erfolg.

## Kleiderkreisel.de: Get on board

Die Auswahl an angebotenen Artikeln ist ebenso riesig wie die eigene Community. Wer ebenfalls ein Teil dieser

täglich wachsenden Gemeinschaft sein möchte, kann wie bereits rund 160.000 Mitglieder ein kostenfreies Nutzerprofil anlegen. Hier sind der eigenen Kreativität keine Grenzen gesetzt. Das eigene Profil und die angebotenen Produkte lassen sich individuell mit Bild und Text gestalten, so bekommt jedes Kleidungsstück ein Gesicht und eine Geschichte. Dadurch hebt [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) das starre Käufer-Verkäufer Schema auf und regt täglich zum kreativen Austausch an.

Mehr Informationen zu [kleiderkreisel.de](http://kleiderkreisel.de) gibt es unter [www.kleiderkreisel.de](http://www.kleiderkreisel.de) sowie auf Facebook [www.facebook.com/kleiderkreisel](https://www.facebook.com/kleiderkreisel)





# WRAP&PLAY – AUS EINS MACH VIEL

## WearPositive

Egal welche Lebenslage, egal welche Laune, WearPositive lässt Fashionistas rund um die Uhr gut aussehen und feiert die Weiblichkeit in all ihren Facetten. Genauso wie die Frauen selbst, zeigt die WRAP&PLAY Kollektion individuelle Vielseitigkeit und macht es leicht zu jeder Gelegenheit perfekt gestylt zu sein. Die grundlegende Idee des Münchner Eco-Fashion-labels WearPositive ist es, Lieblingsteile zu entwickeln, die Freude bringen und sich den Bedürfnissen jeder Frau anpassen. Für die Gründerinnen Michaela Zimmermann und Ricarda Fischer, zugleich die kreativen Köpfe des Labels, ist es Voraussetzung, dass das getragene Teil sich spielerisch in den Tagesrhythmus einfügt und ihre Kundinnen perfekt für jede Situation einkleidet.

Entstanden ist der WRAP&PLAY Schal, der sich der sich dank seines perfekten Schnitts in über 50 verschiedene Looks verwandeln lässt. Der Alleskönner kann am Morgen als legere Weste, nachmittags als lässiger Rock getragen werden und sich spontan am Abend in ein hinreißendes Top verwandeln. Ein vielseitiges Lieblingsstück, das einem die Möglichkeit

gibt, sich mehrmals täglich neu zu erfinden.

Der WRAP&PLAY Schal trägt aber noch viel mehr in sich: Positive ICH-Statements wie „glückLICH“, „PEACEful ME“ oder „Lovely ME“ auf der Innenseite kann die Trägerin persönlich nach Lust und Laune auswählen. Von Frauen für Frauen werden die stärkenden Botschaften liebevoll von den Ideengeberinnen selbst aufgedruckt und unterstützen ein wohliges ICH-Gefühl. Ganz getreu des Kollektionsmottos „EGO ist INNEN Lieblingsteile“.

Das individuelle Design und die ökologische Qualität der Kollektion ist den Gründerinnen von enormer Bedeutung. Die mit dem GOTS-Siegel zertifizierten Stoffe aus hochwertiger Bio-Baumwolle werden aus der Türkei bezogen und in der Region München eingefärbt, verarbeitet und genäht. So garantiert WearPositive neben einem zeitlosen Design angenehme Trageeigenschaften und ökologische Sicherheit. Dennoch möchte das Eco-Fashionlabel nicht in eine grüne Schublade gesteckt werden, denn: „Nachhaltigkeit und soziales Verantwortungs-Bewusstsein sollte im 21. Jahrhundert ein selbstverständlicher Bestandteil jeder erfolgreichen Firmenphilosophie sein“, so die Inhaberinnen. Genau so







Der WRAP&PLAY Schal ist für Euro 89,00 in den perfekt kombinierbaren Farbnuancen off-white, powder rose, toffee, blueberry, pure black und jeansblue.ish im WearPositive Onlineshop sowie in München bei iki M erhältlich.

Mehr Informationen gibt es unter

**[www.wearpositive.de](http://www.wearpositive.de)**

sowie auf Facebook

**[www.facebook.com/WearPositive](https://www.facebook.com/WearPositive)**

einzigartig und originell wie das Label, ist auch die Kommunikation mit ihren Kundinnen. Michaela Zimmermann und Ricarda Fischer bieten auf ihrer Onlineseite [www.wearpositive.de](http://www.wearpositive.de) nicht nur eine Kollektions- präsentation und einen Online Shop, sondern nutzen ihre Homepage auch als kreative Plattform. In sehr inspirierenden Videoanleitungen findet Frau die verschiedenen Wicklungen und Tragemöglichkeiten erklärt. Diese Videos wiederum generieren ein reges Feedback der Kundinnen, die Fotos ihrer selbst entdeckten neuen Lieblingswicklung auf der Facebook Fanseite einstellen. „Dieser spielerische Input seitens der Frauen gibt uns oftmals neue kreative Impulse. Die Nähe zu unseren Kundinnen ist uns wirklich sehr wichtig“ so die beiden Schöpferinnen.





# TOP-TEN DER BIO MODE DESIGNER



**PLATZ 1**

Hanna Felting  
[www.hanna.is](http://www.hanna.is)



**PLATZ 6**

UMASAN  
[www.umasen-world.com](http://www.umasen-world.com)



**PLATZ 2**

Avantgarde Green  
[www.olcaykraftt.com](http://www.olcaykraftt.com)



**PLATZ 7**

Andrea Kluesener  
[www.andrea-kluesener.de](http://www.andrea-kluesener.de)



**PLATZ 3**

Lana natural wear  
[www.lana-naturalwear.de](http://www.lana-naturalwear.de)



**PLATZ 8**

VAN MARKOVIEC  
[www.vanmarkoviec.com](http://www.vanmarkoviec.com)



**PLATZ 4**

Kaethe Maerz  
<http://kaethemaerz.de>



**PLATZ 9**

Wear Positiv  
[www.wearpositive.de](http://www.wearpositive.de)



**PLATZ 5**

Julia Starp  
[www.juliastarp.net](http://www.juliastarp.net)



**PLATZ 10**

hati hati  
<http://hati-hati.net>

# TOP-TEN DER FOTOGRAFEN



**PLATZ 1**

MICHEL KITENGE  
DESIGN & PHOTOGRAPHY

**PLATZ 2**

Billy & Hells  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 3**

Thomas Wilker  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 4**

LINA TESCH  
PHOTOGRAPHY

**PLATZ 5**

BORIS BAERMICHL  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 6**

Karl-Rainer von der Ahé  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 7**

JULE FELICE FROMMELT  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 8**

ANNE-MARIE VON SAROSDY  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 9**

Bastl Arit  
PHOTOGRAPHIE

**PLATZ 10**

Sebastian Bruell  
PHOTOGRAPHIE



# Bleed organic clothing



**uftiges Sommerfeeling mit bleed organic clothing.** Das Tank Top von bleed organic clothing

bringt frischen Wind ins sommerliche Styling. Aus 100 Prozent organischer Baumwolle wollen Girls mit diesem Top nur eins: Durchstarten nach draußen.

Die lockere Passform des Striped Tank Top und des Tank Top Grey Marl sorgt für entspanntes Tragegefühl – auch an richtig heißen Tagen. Die farblich abgesetzten Knopfleisten und das gedruckte Nackenlabel ergänzen den frischen Look. Erhältlich ist das Top in grey marl und ocean / light grey striped.



Striped Tank Top

## bleed organic clothing - Modisch frische Chinos für den Sommer

München/Helmbrechts, im Mai 2012  
– Die Temperaturen steigen langsam, die Sonne brennt vom Himmel, der Asphalt beginnt zu glühen – Zeit für

ein lockeres Outfit, das perfekt sitzt und gleichzeitig volle Beweglichkeit garantiert. Da kommen die neuen Chinos von bleed organic clothing ins Spiel, die diesen Sommer erstmals in der Kollektion sind.

Wie viele Produkte von bleed organic clothing sind auch die Chino Walkshorts aus organischer Baumwolle hergestellt. Und dank Elasthan macht Mann (und auch

Frau) in diesen Chinos bei jedem Streetsport eine gute Figur. Denn der Stretchanteil sorgt dafür, dass sich auch Girls in den bequemen Pants sofort wohl fühlen. Für laue Sommernächte hat bleed ebenfalls eine Lösung parat:

Die Chinos gibt es auch als lange Variante. Bleibt nur noch die Frage nach der richtigen Farbe – erhältlich sind die Hosen jeweils in Camel und Ocean.

Doch die Chino Walkshort kann noch mehr: Mit vier praktischen Taschen bietet sie genug Platz für alles, was mit muss, um den Asphalt unsicher zu machen. Die hinteren Pockets lassen sich zudem praktisch mit einem Knopf verschließen, damit bei den nächsten Grabs und Flips nichts verloren geht. Weitere coole Details bilden zwei Sticke-

reien: auf der vorderen Tasche das Logo von bleed, die hintere wird durch lässige Streifen aufgepeppt. Kombiniert mit den farbenfreudigen Shirts der Fruit Series des Streetwear-Labels ist das sportliche Outfit für die heißen Tage perfekt.



Tank Top Grey Marl



## Über bleed organic clothing:

„Sustainability is not a crime“ – nach diesem Motto präsentiert das Street- und Sportswear-Label bleed organic clothing Ecowear, die in Sachen Style voll punktet. Aus der Skate- und Snowboardszene kommend, wissen die Macher worauf es beim Boardsport ankommt. Neben Lässigkeit steht vor allem die Funktion und Qualität der Kleidung im Mittelpunkt. Doch auch der Erhalt der Umwelt liegt bleed am Herzen – die Natur soll für ihre Mode nicht „bluten“. Schwerpunkt ist daher die Kombination von Nachhaltigkeit, sozialer Gerechtigkeit, Fashion und Funktion. Das kommt gut an: 2009 gegründet, erhielt das junge Label bereits eine Auszeichnung als Finalist beim Ispo Brand New Award in der Kategorie „Style“ – der Beweis, dass umweltbewusste Mode nicht langweilig sein muss.

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





# Der Sommer kommt!

## Ab ins Wasser



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

Und dabei möglichst gut aussehen! Ob hier bei uns oder im Urlaub im Süden, alle die, die am Strand oder Pool und auch nach dem Schwimmen noch geschminkt sein wollen, haben es im Biobereich ein kleines bisschen schwerer. Beim konventionellen Make-up gibt es eine ganze Bandbreite an wasserfesten, oder besser wasserresistenten Produkten. 100% wasserfest ist auch hier nicht erreichbar. Das liegt in der Natur der Sache. Denn auch wenn mit viel flüchtigen Silikonen ein Cream-to Powder Effekt und eine gewisse Haftung auf der Haut erreicht wird, ein langes Bad überstehen auch diese Produkte nicht unbeschadet. Aber es gibt einige Tricks und ein paar Produkte, die natürlich, bio und trotzdem sommertauglich sind. Zum einen die Mineralmake-ups. Am besten die reine Pudervariante. Die gibt es in allen Preisklassen, und in allen Deckgraden von vielen Biofirmen. Der große Vorteil dieser Mineralien ist, dass sie gleichzeitig einen Lichtschutz bieten. Ich selbst verwende seit Jahren ausschliesslich Mineralpuder als Make-up und Sonnenschutz, da ich auf Emulgatoren in klassischen Cremes reagiere und eine Mischhaut habe, die den mattierenden Effekt braucht.

Für eine sehr trockene Haut nimmt man ein Make-up auf Basis von Mineralien und am besten Jojobaöl, das mit seiner Wachskonsistenz wasserresistenter und hafter ist. Reine Mineralpuder kann man auch in die Tagespflege mischen und auf die Art eine ganz eigene Deckkraft kreieren. Von alverde habe ich ein interessantes Produkt entdeckt, ein transparentes Mineralmake-up, das den Teint reguliert, also eine Art Bio BB Creme. Ist die Haut schon getönt, braucht man manchmal ja nur noch ein kleines bisschen Concealer, die es auch aus Mineralien gibt, und ein bisschen Feuchtigkeit, um zu strahlen. Wenn man eine schöne Bräune haben möchte, kann man auch mit Selbstbräunern arbeiten. Hier gibt es tolle Bioprodukte für Gesicht und Körper. Dazu ein leichtes mineralisches Rouge oder bei trockener Haut ein Cremerouge und fertig ist das Sommergesicht! Ein Produkt allerdings, ohne das wir Frauen selten aus dem Haus gehen, das unsere Augen so wunderbar betont und zum Leuchten bringt, dieses eine Produkt ist nicht nur im Sommer ein Thema. Die Tusche. Die Wimperntusche ist beim besten Willen nicht wasserfest zu bekommen in Biostandards. Bis jetzt. Wasserre-

sistenz kann nur mit flüchtigen Ölen und Chemie erreicht werden, allerdings bin ich auf ein paar Marken im Ausland gestossen, die nicht zertifiziert sind, sich aber als Naturkosmetik bezeichnen. Und die wasserfeste Tusche anbieten. Von einer habe ich sogar die INCI-Liste gefunden, sie enthält Schellack. Ich kann mir gut vorstellen, dass das funktioniert. Leider ist die Marke bei uns nicht erhältlich. Aber es gibt eine Lösung. Färben. Wimpern und eventuell auch die Brauen. Wer viel im Wasser ist, für den ist das die einzige Option. Aveda bietet einen Farbservice mit Pflanzenfarben auch für Wimpern und Brauen. Und mit einem Brauengloss aus einer Biolinie glänzen auch die Wimpern ganz zauberhaft. Bei Lidschatten halten die reinen Pigmente am besten. Nass aufgetragen, leuchten sie intensiv und haften gut. Wenn sich ein Lidschattenpuder feucht auftragen lässt, sollte er auch etwas Wasser standhalten. Kajal, der nicht zu weich ist und sich wachsig anfühlt, hält auch gut. Als Lippenstift empfehle ich getönte Lipbalms mit Lichtschutzfaktor. Im Gegensatz zu den ungetönten Stiften fällt bei den farbigen das Zinkweiss nicht auf, die Haftkraft ist sehr gut und die Lippen müssen auch unbedingt

vor Sonne geschützt werden, so schlägt man zwei Fliegen mit einer Klappe. Und dann wäre da noch der Nagellack. Auch hier haben wir im Naturbereich eine Auswahl an tollen Farben und Produkten, die aber aufgrund mancher Inhaltsstoffe aus der Zertifizierbarkeit fallen. Ich teste mich gerade durch und kann bis jetzt keinen Unterschied zu herkömmlichen Lacken in punkto Haltbarkeit und Deckkraft erkennen. Es fühlt sich allerdings wesentlich besser an ohne Formaldehyd oder Toluol auf der Zehen. Und es riecht auch nicht so furchtbar nach Lösungsmitteln. Zum Schluß noch der Visagistentrick, damit das Make-up nicht durch Schwitzen verläuft, das zweite grosse Thema neben der Poolwasserfestigkeit: Einfach über das komplett fertige Make-up Gesichtswasser sprühen. Ich verwende eines mit Rosenwasser und einem sehr feinen Zerstäuber. Einfach einen richtigen Nebelschleier über das Gesicht legen, nicht zu nass, und dann trocknen lassen ohne abzutupfen oder zu wischen. Damit hält das Make-up richtig gut. Und jetzt brauchen wir nur noch Sommer, Sonne satt.



# Design treibt Konsum!



Volvo hatte geladen und der deutsche Geschäftsführer Bernhard Bauer kündigte vollmundig eine „Weltpremiere“ bei seiner Einleitung an. Schon auf dem Weg zum „Schuppen 52“ in den Hamburger Freihafen fragte ich mich was an einem Diesel-Hybrid-Fahrzeug so besonderes sein soll?! Die anderen Hersteller haben doch auch schon welche – und schon viel länger.

Spannend war es aber doch, denn gleich drei Designerinnen aus der Öko-Kleider-Branche waren geladen, sowie Trendforscher Prof. Peter Wippermann, der mal den Elektroautos eine nicht so rosige Zukunft vorhersagte. Garniert ist die Expertinnenrunde noch mit dem Social Business-Chefredakteur Thomas Friemel und Andreas Kräckell vom NDR als Moderator. Der Einführungsfilm hob die Kombinatorik der Natur hervor und später er-

fuhr man auch, warum das ein elementarer Bestandteil ist – Volvo hat an der Weltneuheit nicht alleine, sondern mit dem Stromkonzern Vattenfall gearbeitet und Hamburg ist nicht rein zufällig gewählt, sondern Volvo verkauft in der Hansestadt offensichtlich sehr gut und es ist eines der Teststädte für Vattenfalls öffentliche Strom-Zapfsäulen. Anschließend konnte man die Weltneuheit dann selber durch den Freihafen von Hamburg mit einem Testfahrer auf dem Beifahrersitz fahren und endlich erfahren was denn eigentlich die Weltneuheit war: Man muss keine Akkumulatoren mieten oder leasen! Die Batterie ist Bestandteil des Autos wie es heutzutage eben auch die normale Batterie ist, treibt vom Heck und der Diesel von vorne. Fünf Jahre Garantie – üblich in der Branche. Man kann zu Hause oder an öffentlichen Strom-Zapfsäulen seinen Wagen wieder aufladen – in Hamburg

mit Ökostrom aus den Windparks von Vattenfall in Dänemark. Der Starkstrom der öffentlichen Zapfsäulen lädt den Wagen in drei Stunden, zu Hause mit Normalstrom dann in der doppelten Zeit wieder auf. Ein kleiner weißer Kasten, Kabel und eine ausgeklügelte Technik, damit man das Kabel nicht unberechtigt entfernen kann – das war's. Wird Elektro-Hybrid in einem luxuriös ausgestatteten Auto nun Normalität?

## Scandinavian Luxury

Das Gefährt ist nämlich nicht eine fensterlose Minikarosserie, sondern das bekannte Flaggschiff V60 des schwedischen Autobauers in der Luxusausführung mit allem was das Herz begehrt. 50 Kilometer Reichweite mit purem Strom. Im Hybrid-Modus arbeiten der Turbodiesel und der Elektromotor gleichzeitig um bei nur 49 g/km CO<sub>2</sub>-Ausstoß und bei einem Verbrauch von 1,9 l/100 km





schaft man die Gesamtreichweite von rund 1.000 km. Das entspricht etwa der Fahrstrecke Flensburg – Garmisch-Partenkirchen mit einer Dieseltankfüllung. Mit dabei ist die Standheizung und Klimaanlage, damit die Batterie, die gerade mal ein paar Zentimeter des sonst üppigen Kombi-Volumens einnimmt, im Winter und Sommer optimal versorgt wird. Wie werden wir auf der Straße nur erkennen ob ein Auto kommt? Eine Frage, die viele Testfahrerinnen des Abends auf den Lippen bran-



te und schon am Anfang durch den Geschäftsführer Bauer beantwortet wurde: Volvo hat die Vision dass weder durch noch in einem Volvo ein Mensch zu Schaden, vor allem nicht ums Leben kommt. Der Plug-In Diese-Hybrid erkennt Fußgänger, die mindestens 80cm groß sind und das Auto abbremsen würde.

#### Design, Qualität, Nachhaltigkeit

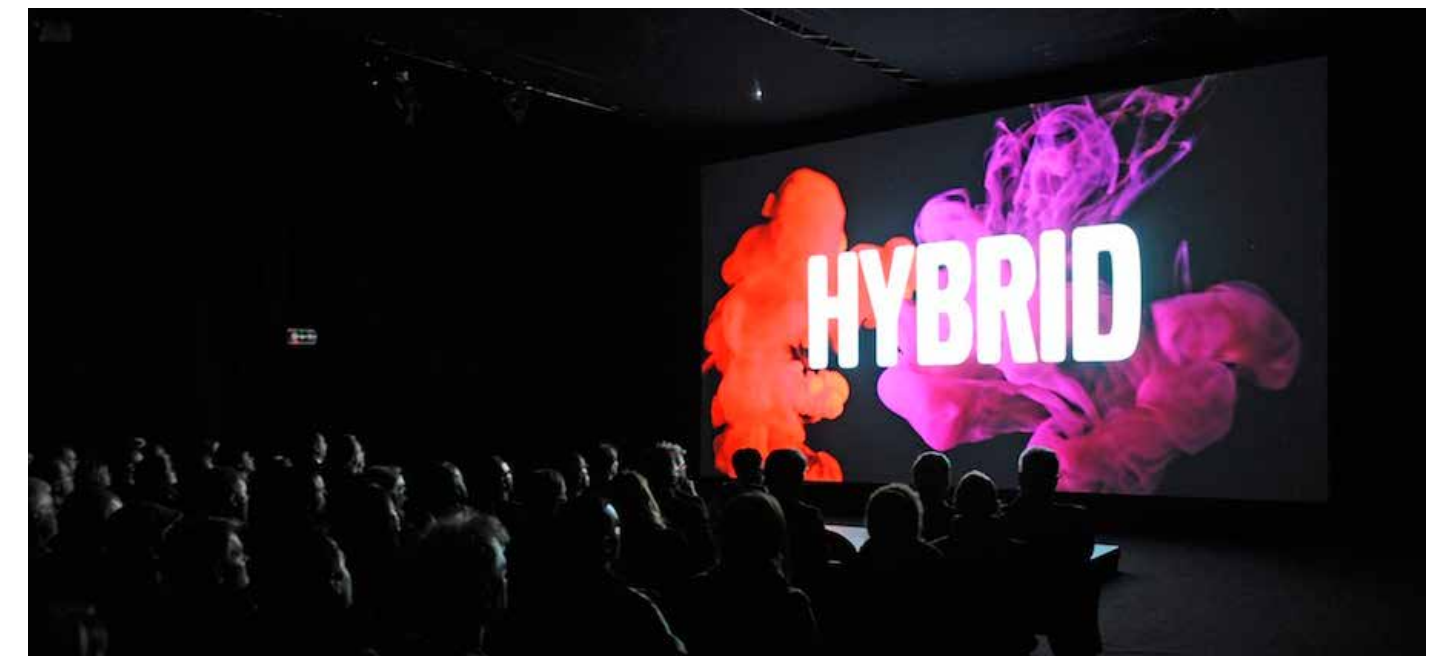
Nachdem man also von den nicht vorhandenen Fahrgeräuschen und der Beschleunigung überzeugt war, lud Andreas Kräckell zur Expertenrunde und der Abend wurde immer besser:

Kräckell hinterfragte den Antrieb der die Teilnehmerinnen zu dem gemacht hat was sie sind und warum Nachhaltigkeit sich lohnen würde. Magdalena Schaffrin hatte neben dem Titel dieses Artikels auch noch ein Statement, dass nicht nur für die Mode gilt: „Qualität ist ein Pfeiler von Luxus“. Während Schaffrin Sustainability & Fashion als Studiengang in Berlin unterstützt, möchte Sandra

Umann das „Thema nicht als Besonderheit sondern als Standard“ verstehen. Anja Umann sieht „Innovation als Notwendigkeit zur Nachhaltigkeit“ als aus dem Publikum gefragt wurde was die Expertenrunde unter nachhaltiger Innovation verstehen würde. Lobend erwähnte Thomas Friemel, als nach weiteren Beispielen für diese Art des Joint Ventures von Volvo und Vattenfall gefragt wurde, dass das Hasso Plattner Institut der Uni Potsdam eine Zusatzausbildung in Design Thinking ungelöste Aufgaben gemeinsam versucht zu lösen. Prof. Wippermann trug zu allen Themenpunkten Fakten bei und sieht weitere Beispiele zur innovativen Nachhaltigkeit darin wie Kommunikation im Auto heute genutzt wird: Eine App informiert beispielsweise wann eine E-Zapfsäule frei ist und wann das Auto geladen ist. Die Triebfeder zur nachhaltigen Innovation, laut Wippermann, auch seit der Finanzkrise stärker meßbar geworden, u.a. in der alle zwei Jahre erscheinenden Studie zur Nachhaltigkeit für die Otto Group. Schaffrin sprach sicherlich vielen Anwesenden aus der Seele, als sie das Design über allen Dingen stellte, denn wenn etwas nicht anspricht, kann es noch so nachhaltig, noch so ökologisch sein, es wäre erfolglos.

*Luxus muss also schön sein und kann bei Autos nun auch nachhaltig sein.*

Text von Jörg Sievers





# Wir besuchen die kleine Sojawachs-Kerzen-Manufaktur **MUNIO CANDELA**

Elina Cima, die das Unternehmen 2007 gemeinsam mit der Designerin Ieva Dekstere gegründet hat, begrüßt uns herzlich.

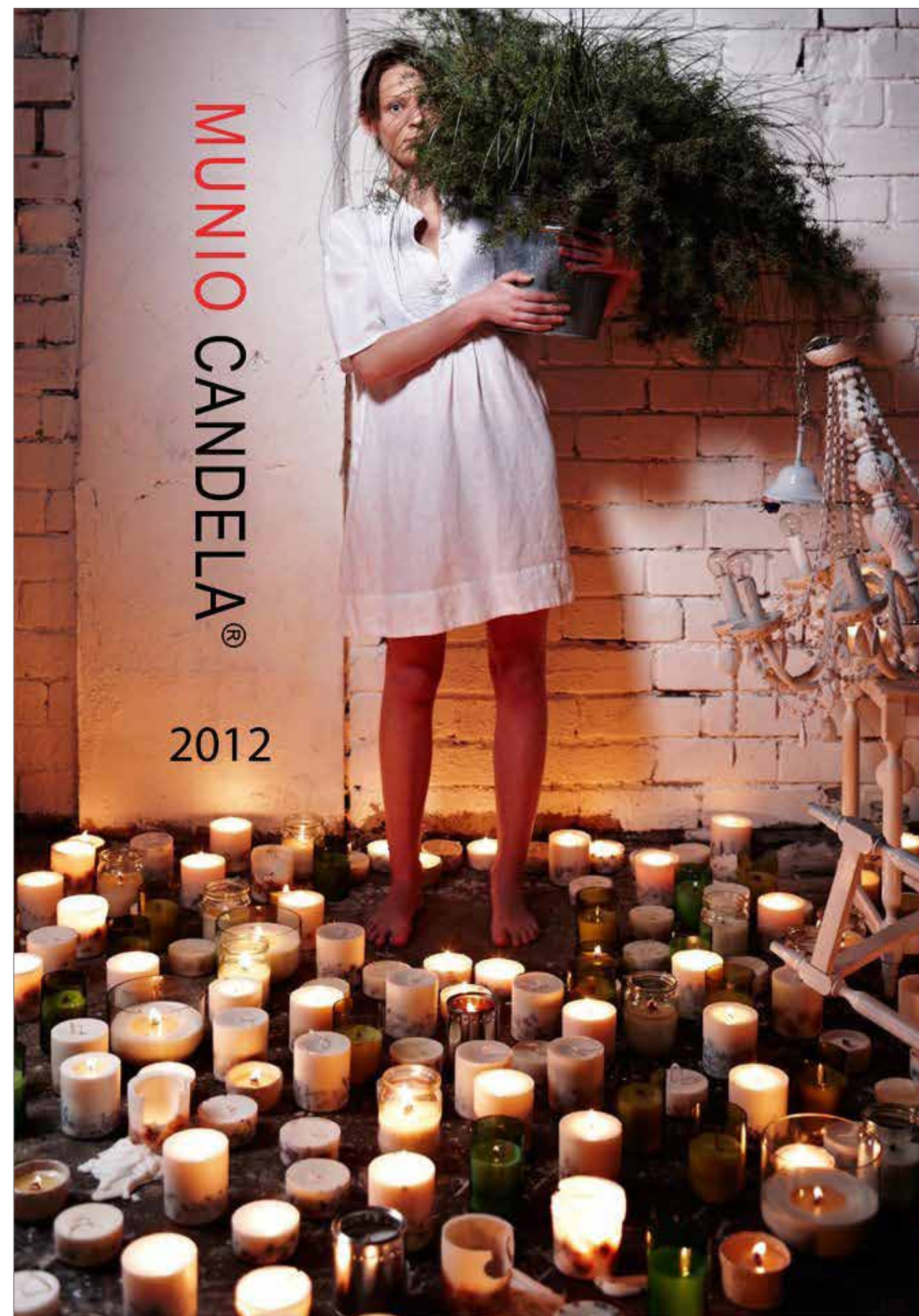
Gemeinsam fahren wir zum Firmensitz, der gleichzeitig auch die Produktionsstätte ist. Ein altes Fabrikgebäude im Hafenviertel von Riga, das auch mehrere andere Designer beherbergt, erwartet uns: Im Erdgeschoss der Andrejostas Straße 4a befinden sich die Räumlichkeiten. Hier werden die handgefertigten Sojawachs-Kerzen in kleinen Mengen hergestellt. Inzwischen werden sie nicht nur in Lettland, sondern auch in den USA, Kanada, Japan und einigen Ländern Europas verkauft.

Elina erzählt uns ihre Geschichte und die von MUNIO CANDELA. Es begann im Jahr 2007: Die beiden Gründerinnen Elina und Ieva beschlossen, sich ihren Traum von einer völlig natürlichen und umweltfreundlichen Kerze, die auch schön verpackt sein sollte, zu erfüllen.

Nach längerem Experimentieren mit verschiedenen Materialien wurden sie auf das ökologische Soja-Wachs



aufmerksam, das auf der ganzen Welt für seine Umweltfreundlichkeit und künstlerische Flexibilität bekannt ist. Sie waren sehr zufrieden mit den Ergebnissen, und die erste MUNIO CANDELA-Kollektion war geboren: collection naturella. Sie fanden Anregungen in der alten lettischen Kräutermedizin und den einzigartigen Zutaten, die sie in der unberührten Natur Lettlands fanden. Sie experimentierten monatelang in ihrer Heimatwerkstatt und entwickelten Dutzende von Rezepten. Das Ergebnis







ist ein wachsendes Sortiment aus natürlichen, stilvollen Produkten für Kunden mit höchsten Ansprüchen an eine gesunde und umweltbewusste Lebensweise.

Mit der collection villa nimmt ihre Vision weiter Gestalt an. Sie beziehen recycelte Materialien wie Weinflaschen und recycelte Glasgefäße ein und verwenden Holzdochte, die ein entspannendes und knisterndes Geräusch verbreiten, als würde man am Kaminfeuer sitzen. „Alle Produktverpackungen, werden aus wiederverwertbarer,

ungebleichter Pappe und alle Marketing-Materialien aus Recycling-Papier hergestellt“, erklärt uns Elina. In Lettland wurden die Produkt- verpackungen bereits mit mehreren Awards für Design und Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Elina zeigt uns mit ein wenig Stolz die vielen Urkunden an der Wand.



Alle MUNIO CANDELA Sojakerzen werden unter strengen Qualitätskontrollen von Hand gegossen. Proben aus jeder Charge werden getestet, um Sicherheit zu gewährleisten, Brennverhalten und die ästhetischen Qualitäten zu garantieren. „Alle unsere MUNIO CANDELA -Produkte werden für Sie hergestellt, für Ihre Familie, Freunde und unsere Umwelt“, erläutert uns Elina Cema, die noch viele kreative Ideen für die Zukunft hat.

Die zweite Gründerin Ieva lebt inzwischen mit ihrer Familie in den USA. Sie begann im Jahr 2010 MUNIO CAN-



DELA-Kerzen ebenfalls in Portland, Oregon/USA herzustellen. Derzeit werden die Sojawachs-Produkte in den USA, in Kanada, Japan, Skandinavien, Frankreich, Großbritannien, vielen weiteren europäischen Ländern und seit Sept. 2011 auch in Deutschland verkauft. Wir sind sehr beeindruckt von Elinas Pioniergeist, ihrer Tatkraft und ihrem Erfolg. Von MUNIO CANDELA aus Lettland haben wir noch einiges zu erwarten.

Wir freuen uns darauf.

Auf Wiedersehen, bis bald in Riga!

Weiter Infos finden Sie unter [www.muniocandela.com](http://www.muniocandela.com)

Bezug über [www.ecolands.de](http://www.ecolands.de)





# Der Selbstbräuner



hnen ist das Risiko der UV-Strahlung auch mit Sonnencreme noch zu hoch?

Wenn Sie dennoch nicht komplett auf eine gesunde, zarte Bräune verzichten möchten, dann tut's auch mal ein Selbstbräuner. Auch hier hat die Naturkosmetik einiges im Sortiment.

Das Wirkungsprinzip ist dabei das gleiche wie bei her-

kömmlichen Sonnencremes: Ein bestimmter Zucker, Dihydroxyaceton oder kurz DHA genannt, verbindet sich mit Bestandteilen der Hornschicht der Haut. Bei dieser chemischen Reaktion entsteht die Bräune (etwa wie beim Karamelisieren von Zucker).

Dadurch entsteht auch dort, wo besonders viel Hornschicht auf der Haut ist, eine intensivere Bräune als an zarteren Hautpartien. Auch für die Bio-Selbstbräuner

gilt deshalb: Je besser Sie Ihre Haut vorbereiten, desto gleichmäßiger und schöner wird die Bräune.

## Die Vorbereitung der Haut

Bevor Sie einen Selbstbräuner auftragen, sollten Sie Ihre Haut also gründlich vorbereiten. Am besten ist es, ein glättendes Körperpeeling zu verwenden. Achten Sie hierbei besonders auf raue Stellen an den Knien und Ellenbogen. Auch sollten Sie eine Rasur oder ein Waxing durchführen und im Anschluss eine Feuchtigkeit spendende Lotion auftragen. Denn, je glatter und gepflegter die Haut, desto besser ist das Ergebnis. Bevor Sie jedoch den Selbstbräuner auftragen, lassen Sie am Besten der Haut noch ein wenig Zeit um sich zu beruhigen.

## Die richtige Anwendung

Ist die Haut schön zart und glatt, kann es losgehen. Nehmen Sie sich für das Auftragen ausreichend Zeit, damit das Ergebnis einwandfrei wird. Denn, wenn der Selbstbräuner einmal drauf ist, verschwindet die Bräune erst wieder, wenn die gebräunten Hautteilchen durch frische Haut ersetzt wurden.

Mit kreisenden Bewegungen wird der Selbstbräuner dünn aufgetragen und leicht einmassiert.

Am Haaransatz und den Augenbrauen sammelt sich die Lotion schnell an, deshalb sollten Sie diese besser aussparen.

Ganz wichtig ist es, nach dem Auftragen immer sofort die Hände – auch zwischen den Fingern – zu waschen. Diese nehmen die Bräune besonders intensiv an. Lassen Sie

die Creme mindestens zehn Minuten gut einziehen und achten Sie darauf, hinterher nur dunklere Kleidung zu tragen. So vermeiden Sie Flecken.

Das Bio-Sortiment bietet Bräunungscremes und Bräunungs-Sprays. Möchten Sie nur einen leichten Effekt, gibt es dafür auch getönte Lotionen, die nur einen Hauch des färbenden Mittels enthalten.

## Interessante Websites:

### ÖKO-TEST:

<http://www.oekotest.de/cgi/index.cgi?artnr=34734;bernr=10;co=>

[diese Website erwähnt das oben genannte Formaldehyd. Getestet werden auch konventionelle Cremes]

## Produkte aus der Naturkosmetik:

### SANTE Soleil Sensitiv Selbstbräuner Lotion

Sante Selbstbräuner Lotion verleiht der Haut eine natürlich schöne und typgerechte Bräune ohne Sonne. Hochwertige Pflanzenöle und natürliche Feuchtigkeitsfaktoren schenken gleichzeitig sanfte Pflege.

75 ml PE-Flasche

### Lavera Sonnenpflege Sun Sensitiv Selbstbräuner 150 ml

### LAVERA Sun sensitiv Selbstbräuner Schimmerspray 200

Milliliter

Text von Marina Lommel



# Alles dufte Natur?

Viele KundInnen haben inzwischen ob all der Synthetik in den modernen Designerdüften im wahrsten Sinn die Nase voll. Sie kommen in die gehobene Parfümerie und hoffen, dass hier alles natürlich ist. Hat man sich also durch einige Parfums durchgerochen kommt vom Kunden die rethorisch gemeinte Frage, das sind doch alles Naturdüfte die sie hier haben? . Da kommt dann von mir immer nur ein klares Nein. Aber warum? Erstmal lasse ich die Kundin gerne an den Düften von April Aromatics riechen. April Aromatics arbeitet mit Inhaltsstoffen aus Bioanbau oder Wildwuchs, wobei darauf geachtet wird, dass nur soviel entnommen wird, wie nachwachsen kann. Wunderschöne Düfte, besonders der Jasmina. Die Krux bei dieser Methode ist, dass die Verfügbarkeit natürlicher Rohstoffe sehr begrenzt ist und die Auswahl auf wenige Hundert Duftstoffe beschränkt ist. Einfache Naturparfums im Bioladen bestehen deswegen meist aus nur 5 Komponenten. Damit kann man nicht die Vielfalt eines Parfums erreichen, das auch mithilfe von Synthetik entsteht. Viele der Klassiker wie Chanel No.5 basieren sogar auf Duftstoffen, die in der Natur nicht vorkommen, wie zum Beispiel die Aldehyde. Die erste komplett neu erfundene Dufttrichtung, etwas, was es einfach so nicht zu riechen gab, ein Duft, völlig aus der Phantasie, entstanden in den 1910er Jahren.

Amber und Moschus, beides tierischen Ursprungs und beides aus Artenschutzgründen in der natürlichen Form teils verboten, sind fast immer synthetisch. Das Moschustier steht unter Artenschutz, die gewilderten Analdrüsen dürfen in die EU nicht eingeführt werden. Es gibt Züchter, die die Tiere 'melken', manch traditioneller Hersteller leistet sich diesen Luxus. Oder weicht auf die Drüsensekrete von anderen Tieren oder einigen Pflanzen aus. So etwas wie 'weissen Moschus', der für den sauberen, pudrigen Duft sorgt gibt es in der Natur aber nicht. Und selbst ein Maiglöckchen kann man nicht extrahieren. Also, können schon, aber es stinkt und lässt sich leider nicht als Maiglöckchenduft einsetzen. Denn die einzige Methode, den authentischen Blütenduft zu bekommen ist die Enfleurage, das Einlegen in Fett. Das wird heutzutage aus Kostengründen fast nicht mehr gemacht. Mit der Kombination aus anderen Rohstoffen wird die Duftempfindung 'Moschus'



oder 'Maiglöckchen' nachgebaut. Dazu kommt, dass viele natürliche Rohstoffe verboten wurden, weil sie Allergien auslösen können. Etlich klassische Parfums mussten in den letzten Jahren reformuliert werden.

So. Nun also riecht Kundin am Bioduft. Und stellt fest: Anders. Sehr anders. Ungewohnt. Weicher? Sanfter? Es fehlen Spielarten wie Salz, tiefe gebender Amber, selbst Sandelholz ist als Naturrohstoff inzwischen knapp und teuer, also hat man viel Blüten und Blätter in

diesen Düften. Ys-Uzac, eine Schweizer Parfum-

marke mit 4 wunderbaren Düften, gibt bis zu 97% natürliche Inhaltsstoffe an.

Und das merkt man auch, die Düfte sind sehr angenehm zurückhaltend, entfalten sich zart auf der Haut und nicht laut und vordergründig.

Aber auch hier wird mit Moschus und Amber gearbeitet.

Dafür setzt Vincent Minotti seinen eigenen Eichenmoosextrakt an, aus selbst im Wald gesammelten Moos.

Wenn er anfängt zu erzählen, wird klar, wieviel Leidenschaft in einem guten Duft steckt. Völlig verrückt sind die zertifizierten Düfte von Honoré

des prés. Modern, jung, coole Verpackung und einen Kokosduft zum Dahinschmelzen. Aber auch eine traumhafte Mandarine - die leider sofort wieder von der Haut verschwunden war. Biodüfte haften nur so gut, wie sie schwer sind. Leichte zarte Zitrusnoten sind schnell verflogen.

Es muss auch nicht heißen, das synthetische Inhaltsstoffe per se schlecht sind. Auch nicht billiger, manch Molekül kostet soviel wie guter Rosenextrakt. Was in der Massenmarktparfümerie allerdings zum Einsatz kommt ist Synthetik als billiger Ersatz für gute Rohstoffe und der oft sehr niedrige Parfümölannteil wird durch Geschmacksverstärker wie Phtalate schlicht vertuscht. Dazu kommen dann noch künstliche Fixateure, auch einige Moschusverbindungen fallen in diese Kategorie, und fertig ist ein Cocktail, den man besser nicht auf die Haut, sondern nur auf die Kleidung geben sollte. Was auch nicht weiter tragisch ist. Was passiert, ist das sogenannte 'Kippen'. Der Duft ist weg und zurück bleibt ein klebriger, süßlich ranziger Rückstand. Bei Designerdüften deswegen immer das Eau de Parfum kaufen, damit wenigstens ein guter Anteil echter Parfumöle enthalten ist.

Und was immer gern vergessen wird: Nicht nur darauf achten, was in den Parfums enthalten ist. Wir sind um-



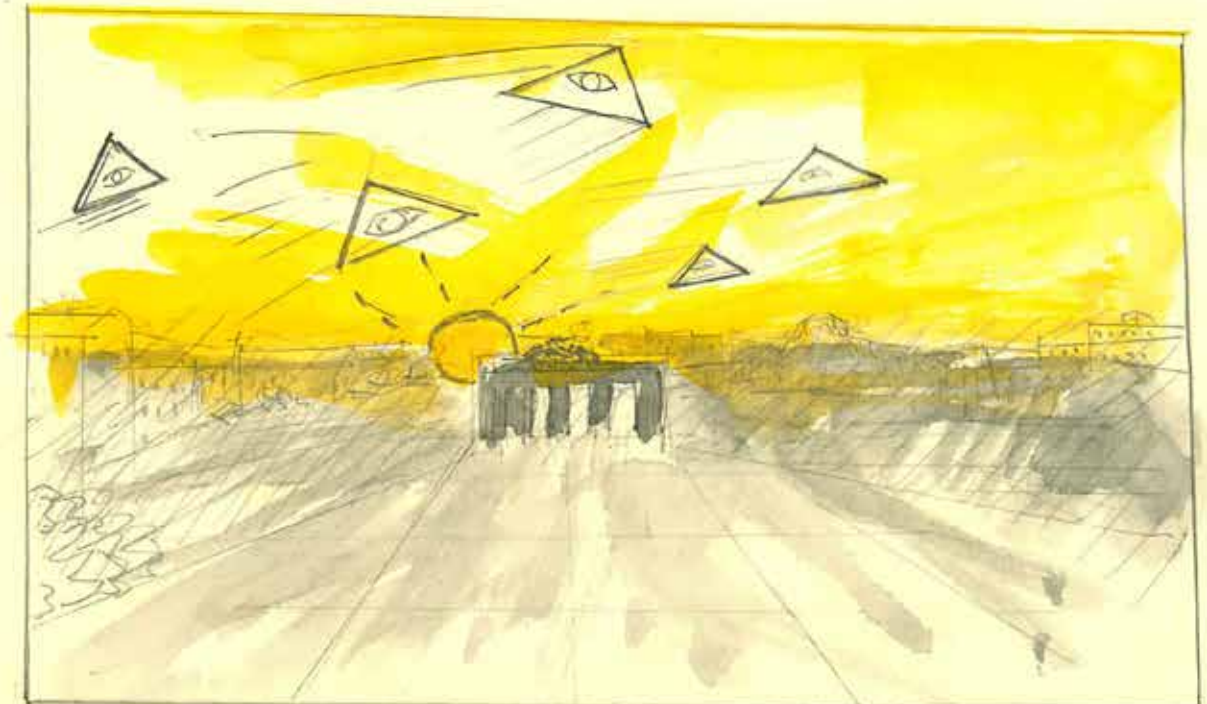
geben von Duftchemie, angefangen bei Duschgel, Reinigern, Spülmittel usw. Dazu die massive Vermarktung von Lufterfrischern, die Allergien und Chemiehypersensibilität Tür und Tor öffnen. Wenn man anfängt, Düfte bewußter wahrzunehmen merkt man schnell, wie groß die Geruchsbelästigung um uns herum bereits ist. Hotels versprühen in den Gängen Raumduft, im Supermarkt wird schon getestet, uns mit künstlichen Gerüchen zu verführen. Und ich will gar nicht anfangen von den Menschen, die ihr Parfüm gefährlich überdosieren und die man auf 100 Metern schon riecht. Es gibt einen ehemaligen New Yorker Taxifahrer, der aus den traumatischen Erlebnissen mit seinen Fahrgästen in den 80er Jahren eine Duftlinie kreiert hat. CB I hate perfumes...Die nur nach Wald, Regen und Wiese riechen.

Geputzt und gespült wird bei mir ausschließlich mit Bio, auf Raumdüfte und verzichte ich komplett und die polizyklischen Moschusverbindungen in Waschmitteln mit dem typischen ‚Sauberduft‘ sind aus meinem Bad verbannt. Einige der verdächtigen Moschusarten sind bereits verboten, andere können in Verbindung mit Sonne

Allergien auslösen. Aber auch eine Bergamotte verursacht in der Sonne Pigmentstörungen, Düfte sollten im Sommer unter oder auf der Kleidung getragen werden, um keine Reaktionen zu verursachen.

Also alles Natur? Ja, wenn man bereit ist, neu riechen zu lernen, sich zu verabschieden von knalligen Designerparfüms, sich einzulassen auf die andere Welt, in der es ganz wunderbar riecht und mit der man viel Spaß haben kann. Geht also meine Kundin, mein Kunde mit einem Naturduft nach Hause? Die meisten suchen doch erst noch das Vertraute. Das Dufterlebnis, das sie gewohnt sind. Aber wenn sie einmal mit den richtig guten Parfüms angefangen haben, sind sie schon auf dem Weg zu noch mehr Natur, zu einer feineren Nase und zu einem Bewußtsein, was Parfümeurskunst wirklich kann.

Text von Angela Aicher



**mondblond ging über berlin die sonne auf, als plötzlich seltsame flieger über die berliner luft, luft, luft zur landung ansetzten. die medien schwiegen, ob aus angst oder ob sie selber nicht glaubten was sie sahen, war nicht auszumachen. fumetta begriff sofort. du musst dich augenblicklich verstecken, rief sie. ufos ! sie suchen dich. um himmelswillen, nein, fluchte der m.i.m. aber wohin in der not ? fumetta drängte ihn hinter die realität. wumm ! jetzt war er unsichtbar aber fest in der wirklichkeit und ein wenig daneben. pause ! jetzt brauch ich nen bioschnaps und dann ne dritte tasse tee, denkt fumetta. . . fortsetzung folgt**





# eine gewaltige

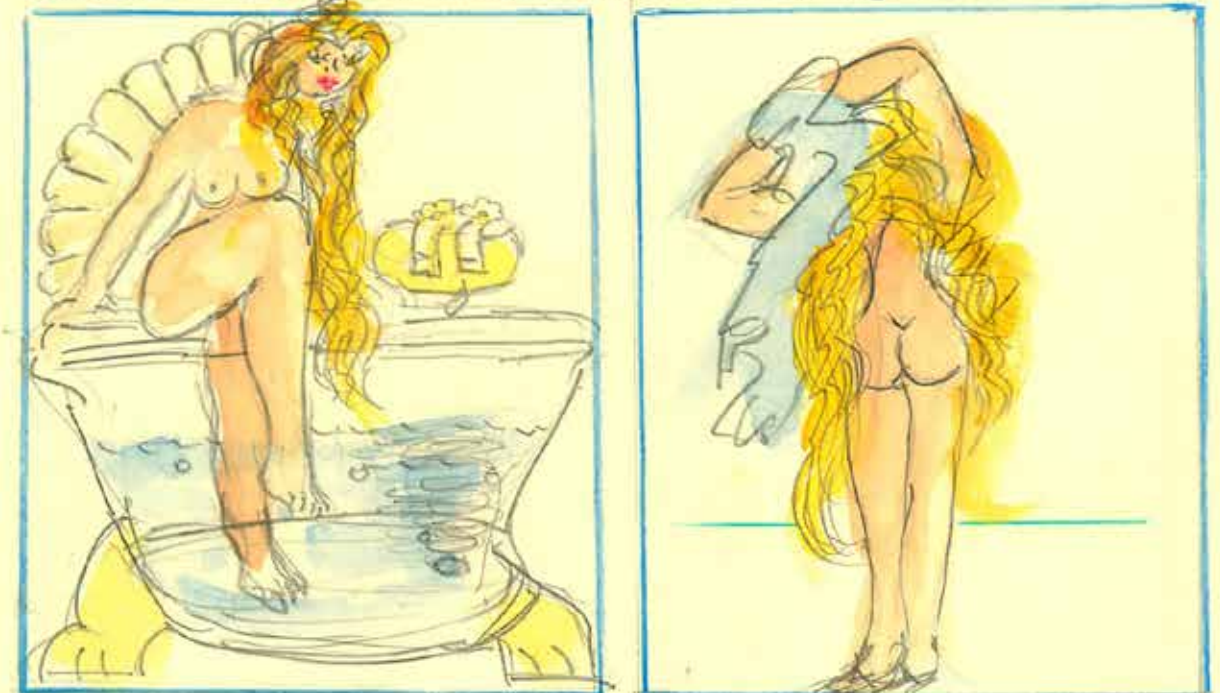
## moderinsternis

war vorüber als der mann im mond / m.i.m. / plötzlich aus der märchenhaft befreit, sich in der realität verliebte. Frisch mit bio-schaum rasiert betrat er fumettas badezimmer. Er zog den stöpsel aus ihrer gläsernen badewanne.



# fumetta entstieg ihrer gläsernen wanne

wie die venus aus einem bild von botticelli. mit farngewebe rubbelte sie sich gründlich ab. schneesturm war gestern.



als tochter von schneewittchen schaute sie in den spiegel. huch, erschrak sie: sieben verschiedene väter grinsten sie an. echt krass, einer blöder als der andere, dazu noch synthetisch, ärgerte sie sich.



fast wie im märchen bemerkte der m.i.m. ( mann im mond ). er schließt die augen für den durchblick. und was sieht er ? 5 tibeter und nichts weiter - denkste !



# Schweisssss...

...ist das Thema Deo für viele. Unangenehm zu riechen und dadurch vielleicht aufzufallen ist uns peinlich. Eine riesige Industrie versucht uns das Schwitzen abzugewöhnen. Dabei stinkt Schweiß nicht. Frischer Schweiß ist völlig geruchsneutral. Erst mit der Zersetzung durch unsere hauteigenen Bakterien beginnt es zu riechen. Jeder entwickelt hier seinen ganz eigenen Duft. Und der ist auch davon abhängig, wie wir gerade leben. Denn auf Streß, hohen Fleischkonsum, viel Kaffee und Alkohol zum Beispiel bilden sich im Körper vermehrt Säuren, die den pH-Wert der Haut verändern. In diesem sauren

Milieu vermehren sich die Bakterien verstärkt und der Schweiß fängt an zu riechen.

Hier setzen die konventionellen Deos an. Es wird nicht mehr geschwitzt! Mit Aluminiumsalzen werden die Schweißdrüsen verengt und die Achselhöhlen trockengelegt. Sogenannte Antitranspirantien sind also Schweißhemmer. Ein Deodorant dagegen hindert lediglich die Bakterien an ihrer Arbeit. Und mit Alkohol oder Pflanzenauszügen werden die Drüsen ein wenig verkleinert, die adstringierende Wirkung von Hamamelis oder auch Alaun kommt zum Tragen. Aber hier geht es in der Sache um eine antibakterielle Funktion, Alkohol desinfiziert, Zinkoxid, Salbei und andere ätherische Öle verhindern die Geruchsbildung.

Dabei darf man den Alaunstein, der stark zusammenziehend wirkt und der als Blutstillstift nach dem Rasieren bekannt ist, nicht aufgrund des enthaltenen Aluminiums mit den Aluminiumsalzen wie Chlorhydrat in einen Topf werfen. Ammonium-Alaun und Kalium-Alaun sind hier die natürlichen Formen, die auch aus Tonerde hergestellt werden können. Die billigen Deosteine aus der normalen Drogerie sind Massenproduktion aus chinesischen Fabriken und in der Bioszene gehen auch die Gerüchte, dass diese lange nicht so gut wirken wie die natürlichen. Kaliumalaun hat offenbar eine noch stärkere Wirkung und wird bei starker Schweißbildung empfohlen. Aus diesen natürlichen Verbindungen lösen sich keine Salze, die durch die Haut dringen können und die Schweißbildung wird auch nicht gehemmt.

Einen anderen Ansatz gehen Firmen, die z.B. kolloidales Silber verwenden. Ich habe hier noch nichts Zer-



tifiziertes gefunden, aber die antibiotische und zellregenerierende Wirkung von Silberionen ist bekannt. Auch Basenprodukte gibt es, die den Säureschutzmantel der Haut so weit ins Gleichgewicht bringen sollen, dass die Schweißzersetzung geruchsfrei ablaufen kann. Die klassische Möglichkeit sind Körperpuder. Sie saugen den Schweiß auf, die Achseln bleiben trocken.

Aber nicht nur das verwendete Deo kann helfen, unseren Geruch zu in den Griff zu bekommen. Auch durch die richtige Reinigung und vor allem die Ernährung kann

man viel dazu tun, weniger Deo zu benötigen. Eben einmal durch basischeres Essen, basische Reinigung, Reinigung ganz ohne Tenside, also ohne Schaumbildner. Dadurch kann sich wieder ein gesundes Klima auf der Haut einstellen und wir riechen auch ohne Deo nicht mehr. Ich beobachte das bei mir seit langem, bin ich negativ gestreßt bin, rieche ich stechend, beissend. Bin ich entspannt, duftet es angenehm moschusartig. Waschen mit Aleppo- oder Vulkanerdeprodukten, übrigens auch für die Kopfhaut geeignet, die auch gerne schwitzt und riecht, ist die andere Möglichkeit. Hier gibt es im Bioladen eine große Auswahl. Ich liebe z.B. die schwarze Seife mit Asche.

Wie immer hilft hier der ganzheitliche Ansatz auf Dauer besser als mit aggressiver Vorgehensweise einen schnellen Effekt zu erzielen. Man muss ein bisschen mehr tun und mehr auf sich achten, dann ist das etwas anrühige Thema kein Problem mehr.

Text von Angela Aicher





# Ärmellose Frische für den Sommer. Raffinierte Westen bei **Queen and Princess**

Ob als Business-Klassiker im Büro oder als frische Ergänzung zum legeren Freizeitlook – die aktuellen Westen von Queen and Princess sind wahre Verwandlungskünstler und verleihen der luftigen Sommergarderobe eine geschmackvolle Note. Dabei zeichnen sie sich durch ein weiteres Detail aus: Alle verwendeten Stoffe sind GOTS-zertifiziert. Die Westen Sémillon und Samsó wirken durch ihren sachlich geraden Schnitt, der jedem Ensemble selbstbewussten Chic verleiht. Besondere Raffinesse: Das Revers endet in der vorgelegten Schulternaht. Durch die geschintzte Oberfläche schimmert der Stoff mit leichtem Glanz und sorgt für einen femininen Business-Look. In gleichem Maß machen raffinierte und liebevolle Details sie zu einem lockeren Begleiter im Feierabend. Mit dezent glänzenden Knöpfen lassen sich beide Modelle vorne schließen. In



der weißen Variante Sémillon untermalen die zwei Knöpfe die edle Ausführung, wodurch sich die Weste als perfekte Ergänzung zu kräftigen, frischen Farben eignet. Samsó in hellblau wird

durch die weiß abgesetzten Knöpfe leger aufgefrischt – für den sportiven Freizeitlook. Ärmellose Frische kombiniert mit schicker Raffinesse – das ist die warme Jahreszeit bei Queen and Princess.

Nähere Infos zum exklusiven Modelabel Queen and Princess finden Sie unter

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

# Stilbewusst ins Büro. Natürliche Businesslooks bei **Queen and Princess**

Klare Linien kombiniert mit edler Raffinesse zeichnen die aktuellen Businessblusen von Queen and Princess aus. Chefdesignerin Jessica Reyes

Rodriguez versteht es, klassische Designs mit stilvollen, neuen Spielarten zu verbinden. Die Blusenmodelle Fiano und Duras werben den Büroalltag optisch auf und leisten zudem noch

etwas für die persönliche Ökobilanz: Alle Stoffe sind aus 100 Prozent Biobaumwolle und GOTS-zertifiziert. Duras, in strahlendem Weiß gehalten, trägt als schlichtes Highlight eine schimmernde Strass-Libelle von Queen and Princess auf dem rechten Oberarm. Geschickt nach außen geknickt sind der Doppelkragen und die Manschetten. Kombiniert mit ausgewählten Accessoires ist nicht nur im Büro volle Aufmerksamkeit garantiert. Die Bluse Fiano ist eine legere Schlupfbluse mit extravaganter Plastoneinsatz. Als schönes Detail sind die grau-weißen Streifen am Einsatz, Innensteg und Ärmelschlitz schmaler gestaltet und werden damit zum echten Blickfang. Das Modell sitzt leicht tailliert und hat eine angenehme Passform. Auch hier flattert die Libelle



– den zweiten Knopf zierte sie in funkelndem Lila. Nähere Infos zum exklusiven Modelabel Queen and Princess finden Sie unter

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





# Der Duftstoff war der Auslöser

Der Besuch eines Aromatherapieseminars im Allgäu gab den entscheidenden Anstoß für ihre verstärkte Arbeit mit ätherischen Ölen. „Ich war völlig fasziniert von den hochwirksamen pflanzlichen Duftstoffen, wollte mehr über sie wissen und machte mich auf die Suche nach dem „ultimativen Duft“ und Wirkstoffen höchster Qualität“, so Ute Leube. Nach der Geburt ihres Sohnes und ihrer Tochter legten sie und ihre Partnerin mit minimalem Startkapital den Grundstein für Primavera Life. Sie kauften naturreine ätherische Öle ein und starteten eine erste Verkaufsaktion auf einer Edelsteinmesse in Ida-Oberstein. Die selbst abgefüllten und etikettierten Fläschchen auf dem Tapeziertisch fanden

reißenden Absatz und waren schon nach kurzer Zeit ausverkauft. Auf einer weiteren Messe entdeckte Biogarten-Gründerin Rosi Weber die Primavera-Öle und ersetzte damit ihr bisheriges Angebot an ätherischen Ölen. Primavera Life wuchs kräftig. Ende 1986 wurde die erste Mitarbeiterin eingestellt, heute sind über 150 Personen in der neuen, nach ökologischen Gesichtspunkten konzipierten Firmenzentrale in Oy-Mittelberg im Allgäu beschäftigt. Neben naturreinen aromatherapeutischen Produkten und klassischer Naturkosmetik werden hier nun auch die luxuriösen Amala-Produkte hergestellt. Darüber hinaus nehmen jährlich rund 6000 Fachleute am großen Seminar- und Ausbildungsangebot der Primave-

# amala

ra Akademie zu den Themen Aromatherapie und Naturkosmetik, sowie an Duftreisen zu den Anbauprojekten teil. Durch verschiedene Großprojekte wie die Beduftung eines Business-Tunnels der Deutschen Lufthansa und der Swarovski Kristallwelten in Wattens, Tirol haben sich für die Primavera Öle weitere innovative Anwendungsmöglichkeiten erschlossen.

Heute wird das Unternehmen gemeinsam von Ute Leube und Kurt L. Nübling geführt, der die Firma von Anfang an begleitet hat und 1991 als Teilhaber eingestiegen ist. Amala - Das Wort aus dem Sanskrit bedeutet frei übersetzt „höchste Reinheit“. Die luxuriöse Spa-Marke arbeitet mit 100 Prozent natürlichen Inhaltsstoffen. Alle stam-

men ausschließlich aus kontrolliert biologischem Anbau und zertifizierten Wildsammlungen. Bei der Extraktion werden keinerlei Wirkstoffe isoliert, sondern immer die Stoffe der gesamten Pflanze verwendet, um deren volle Wirksamkeit zu erhalten. Darüber hinaus kommen keinerlei synthetische oder gentechnisch veränderte Substanzen, chemischen Konservierungsstoffe und am Tier getesteten Inhaltsstoffe zum Einsatz. Selbst auf synthetische Emulgatoren wurde verzichtet. Zu haben im Kaufhaus der Sinne bei LUDWIG BECK in Deutschland.

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





# 3D-Zeitung und ECOenVIE

Wie erscheint ECOenVIE? Das ist eine immer wieder gestellte Frage.

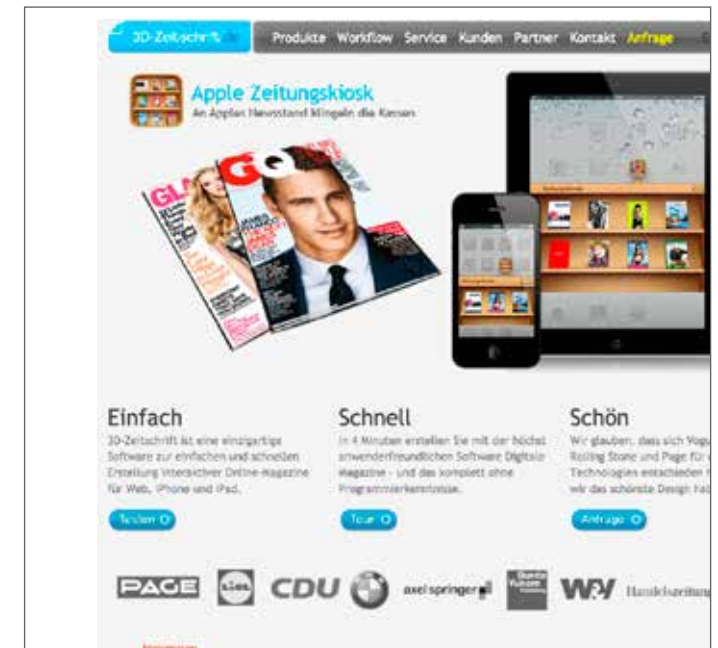
Dafür haben wir einen guten Partner, die Firma „3D-Zeitschrift GmbH“. Das Unternehmen entwickelt Software für die Erstellung von digitalen Magazinen und ist heute eine der erfolgreichsten Anbieter digitaler Publikationen. Über 7 Jahre Entwicklung stecken in der Technologie. Heute arbeiten 35 Mitarbeiter am weiteren Erfolg.

Aber warum haben wir uns für 3D Zeitschrift entschieden? Wir suchten eine Möglichkeit mit einer Zeitschrift, ebenso wie im Internet, auch auf den mobilen Endgeräten von Apple, dem iPhone und iPad, präsent zu sein. All das konnten in unseren Augen 3D-Zeitschrift am besten darstellen. Wir freuen uns sehr, dass in absehbarer Zukunft auch die

Publikation für Android-Endgeräte möglich sein wird. Zudem ist die redaktionelle Tätigkeit ein ressourcen-fressendes Geschäft, so dass wir auch hier nach neuen Wegen gesucht und sie mit 3D-Zeitschrift gefunden haben. Wir wollen unsere Zeitung nicht mehr auf dem Papier herausbringen, das dann früher oder später nur im Altpapier landet. Wir wollen keine Farbe, keine großen Versandkosten und möglichst keine Umweltbelastung durch den Transport verursachen; somit stand fest: Wir wollen digital erscheinen und auch so konsumiert und gesammelt werden. [www.3D-Zeitschrift.de](http://www.3D-Zeitschrift.de) stellt uns dabei eine Plattform für die digitale Publikation zur Verfügung, auf der wir unsere Zeitung veröffentlichen: den digitalen Zeitungskiosk: [www.KEOSK.de](http://www.KEOSK.de). Über die Keosk-App in iTunes kann unsere

Zeitung auch von der Apple-Community konsumiert werden. Wenn Sie also unsere Zeitschrift auf dem iPhone oder iPad mit dabei haben wollen, laden Sie sich über iTunes das Keosk-App auf Ihr Gerät und dann können Sie in der Rubrik Magazin/Lifestyle/Alternativ ECOenVIE downloaden und auch offline anschauen. Des Weiteren können Sie über [www.keosk.de](http://www.keosk.de) auch mit jedem Browser unsere ECOenVIE in der Rubrik Magazin/Lifestyle/Alternativ betrachten.

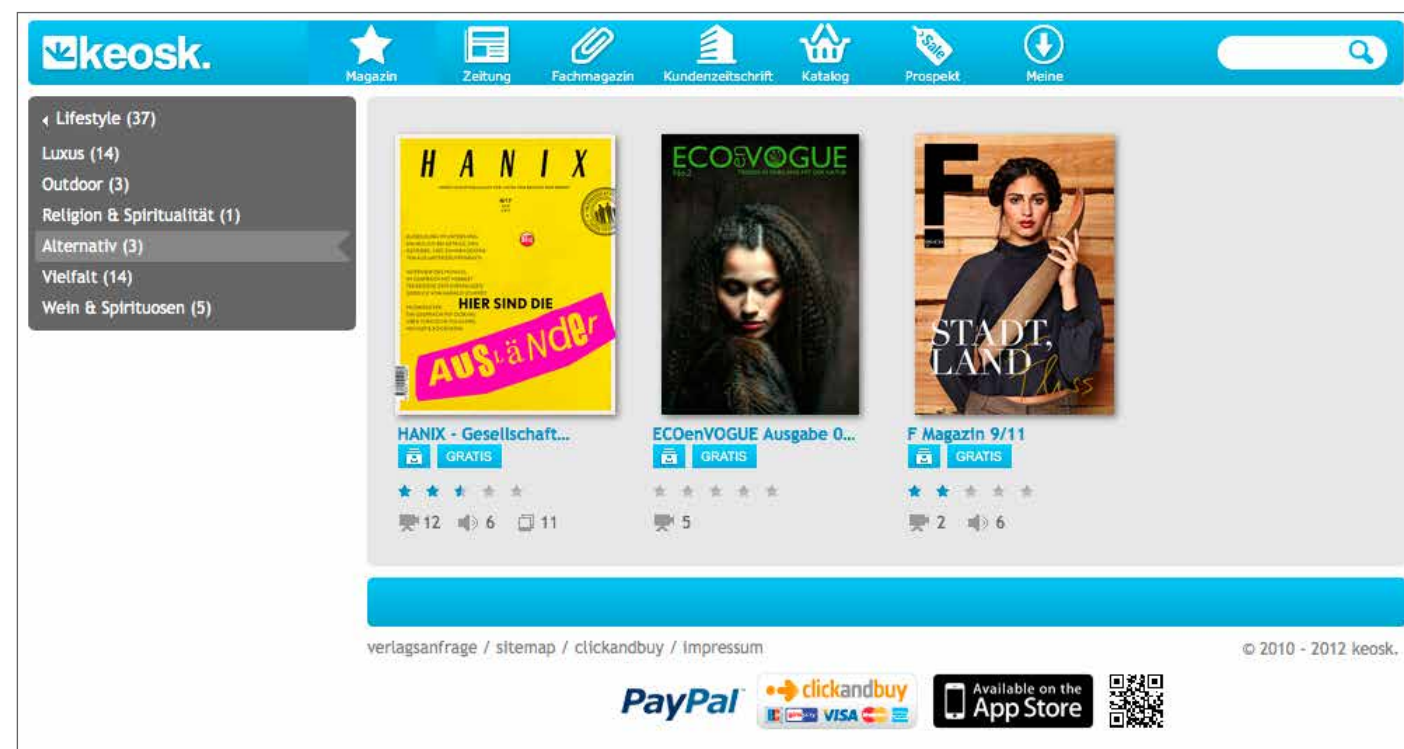
Zudem bietet 3D-Zeitschrift zahlreiche weitere Module zur Auswahl an. So ist das Modul 3DZ.web für die Publikation von Online Zeitschriften im Internet und auf anderen Plattformen relevant. Das Modul 3DZ.web & app beinhaltet eine native App im Newsstand oder im App-Store. Darüber hinaus gibt es wie oben erwähnt die Möglichkeit der Publikation auf [www.Keosk.de](http://www.Keosk.de) Modu-



le wie das Statistik-Tool das Archiv-Tool und viele andere sind revolutionär einfach zu bedienen und runden das Angebotsspektrum ab.

Wir produzieren heute ein fertiges PDF auf unserem Redaktions-System und übertragen dieses dann an [www.3D-Zeitschrift.de](http://www.3D-Zeitschrift.de). Nur wenige Minuten später erscheint ECOenVIE im Internet, mit der Keosk-App auf dem iPhone und dem iPad und bald auch auf Android-Geräten.

Mehr als 600 Kunden hat 3D-Zeitschrift heute - einer davon sind wir mit ECOenVIE. Werfen Sie doch mal einen Blick auf [www.keosk.de](http://www.keosk.de). Hier finden Sie bereits heute viele interessante Magazine. Was wir uns vom Team von [www.3D-Zeitschrift.de](http://www.3D-Zeitschrift.de) noch wünschen würden, ist der Umstieg auf Öko-Strom, um auch hier noch einen Punkt zu setzen. Ansonsten sagen wir DANKE! für die gute Unterstützung und freuen uns auf die nächsten Ausgaben von ECOenVIE auf [www.3d-zeitschrift.de](http://www.3d-zeitschrift.de)





Herausgeber & Chefredakteur Boris Bärmichl baermichl.de Herausgeber,

Kolumne Angela Aicher angela-aicher.blogspot.com

Redaktion Dr. Andrea Alverdes, Bob Snob, Christopher Nordhoff, Joerg Siever warpsite.de, Marina Lommel, Max

Alverdes, Nina Alverdes, Yves Eschke,

Grafik Design Michael Alverdes

.Team ECOenVIE Dr. Andrea Alverdes frauenheilkunde-ffb.de, Christopher Nordhoff, Grèta Istvándi face-line.info,

Janusch Alverdes, Laurence von Kessel laurence-photography.com, Marieke Schöning, Max Baermichl baermichl.

com,Valantina Finger, Wanja Alverdes.

Besten Dank allen Modemachern, 3D-Zeitschrift PS Wolfgang Süssenberger, Model Management Munich

GmbH Kati Zarnitz, Andrea Frahm in fashion munich, Oliver Rose 8sense.de, Braun Production PR&Event Ga-

briele Braun, THEKEY.TO Gereon Pilz van der Grinten, Seet Communication Julia Schütz, Catwalk Enterprises

Berlin UG Karl-Rainer von der Ahé, MUEVO GmbH Laura Heitmann, Living Nature Maria Maier, SYMBIOSE EINS\*

Greta Kathrin Krieg und Sabine Lydia Müller, Greenside PR Danielle Parmentler, Blackbird Berlin Nina Sued-

kamp, kernkommunikation Alex Vogt, PRmanent Gregor Nebel, Silk Relations GmbH Sinah Pohlmann, UMASAN

Sandra Umann, uniwearsal Roland Günther, Ludwig Beck AG Nadja Mahmoud, Zhenobya Aleppo&Naturseifen

Tina Otte, Linda Mohrmann, Ina Graf, Julia Starp, ECOLANDS Partner Europe GbR Susanne Bähr, Bodywise Anna

Wetherill, Studio Lichtschmieden München e.V., Leon & Nino, MAYER PEACE COLLECTION Christine Mayer, Len-

zing AG Christina Kreuzwieser und den vielen anderen Menschen, die uns bei dieser Ausgabe geholfen und uns

unterstützt haben.

Fotograf: Boris Bärmichl, Model: Anika Scheibe, hair & make-up: Ivanka Ana Radan, Stylist: Ann-Kristin Wriedt ,

PS Model Management Munich GmbH

Adresse:

ECOenVIE

Nettstraße 4 | D-82296 Schöngeising

Tel.+ 49 (0) 8141 357 32 17 | Fax +49 (0) 8141 537 32 13

Email redaktion@ECOenVIE.de | Web www.ECOenVIE.de

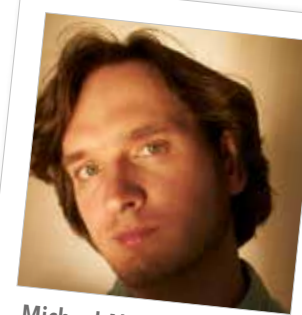
Ust. IdNr. DE 130 68 41 10

Wir sind auch bei Facebook  
<https://www.facebook.com/ECOenVIE>

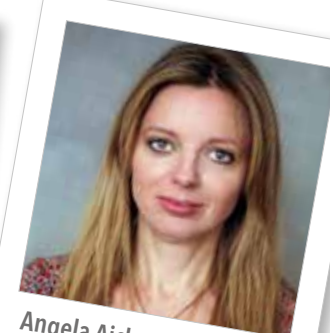
# Das Team von ECOenVIE



**Boris Bärmichl**  
Chief Editor - Fotograf



**Michael Alverdes**  
Art Director



**Angela Aicher**  
Redation



**Grèta Istvándi**  
Visagisin - Friseurmeisterin



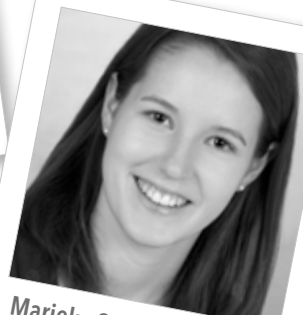
**Joerg Sievers**  
Journalist



**Bob Snob**  
Kolumnist



**Laurence-von-Kessel**  
Fotograf



**Marieke Schöning**  
Journalistin



**Dr. Andrea Alverdes**  
Redaktion Gesundheit



**Yves Eschke**  
Journalistin



**Valentina Finger**  
Journalistin



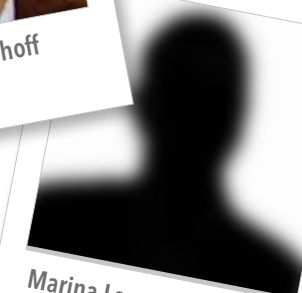
**Christopher Nordhoff**  
Journalist



**Max Bärmichl**  
Redaktion



**Wanja Alverdes**  
Mode - Design



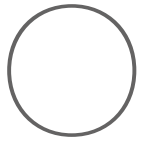
**Marina Lommel**  
Journalistin



**Janusch Alverdes**  
Koch - Ernährungsberater



# Muss nicht das Letzte sein – was ist das SEIN ?



der andersherum, das Letzte kann auch eine große Chance sein. Da war es wieder das SEIN. Wer bin ich, wenn ich bin? Ein

Mensch. Darüber gibt es ganze Abhandlungen. Doch was ist das SEIN ? Das SEIN in der Philosophie: Dasein, gegeben sein, in-der-Welt-sein, etwas Allgemeines, allem Zugrundeliegendes, aber auch das alles umfassende Höchste – Gott. SEIN bedeutet für mich, an der Stelle mit allen Sinnen zu sein, wo frau/man(n) gerade ist. Doch Hand aufs Herz: Wer von uns ist denn noch da wo er ist? Die meisten haben ihr SEIN aufgegeben, sich entreißen lassen und sind zu all dem geworden, was man SEIN muss. Es sind dann die Gedanken in Ihrem, ja in Ihrem Kopf, die immer schon zwei Schritte weiter sind als unsere Sinne. Versuchen Sie mal 30 Minuten nicht zu denken, keine Gedanken zu haben. Das ist für uns SEIENDE fast nicht mehr möglich. Doch nur wenn ich da bin, wo ich gerade bin, bin ich auch in der Lage, alles was ich tue, bewusst zu tun. Aus diesem Grund boomen seit Jahren Yoga, Meditation, Entspannung und vieles mehr - weil wir wohl alle wieder gerne mehr SIND als wir sind. In 5 Minuten bei sich SEIN, das geht durch Meditation. Wenn Sie wollen, versuchen Sie es einfach einmal: Sie setzen sich am besten mit geschlossenen Augen bequem aber aufrecht hin. Die Hände mit den Handflächen nach oben gerichtet ruhen auf ihren Oberschenkeln. Dann spüren Sie Ihre Füße, wie sie mit dem Boden verwachsen, spüren Sie genau hin, dann stellen Sie sich vor, Sie wären ein hohler Körper, der langsam mit Wasser voll läuft. Erst läuft das Wasser in die Füße, der Pegel steigt die Waden hoch zu den Knien, über die Oberschenkel bis zum Bauchnabel. Wir haben den ers-

ten Punkt erreicht. Jetzt stellen Sie sich eine kleine blaue leuchtende Kugel vor, die sich immer weiter in den Raum ausbreitet. In alle Richtungen geht das blaue Licht und vertreibt dabei alle Sorgen und Ängste und bringt Ihnen Zuversicht. Das wachsen lassen der blauen Kugel machen Sie jetzt 8 mal, dann lassen Sie das Wasser weiter steigen bis auf Herzhöhe. Hier stellen Sie sich eine rosafarbene Kugel zwischen beiden Brüsten im Körper vor, auch diese Farbe lassen Sie über Ihren Körper hinaus wachsen, füllen den Raum in dem Sie sitzen aus und bei diesen Gedanken umarmen wir uns selbst! Wir geben uns selbst unsere Liebe. Denn wer, wenn nicht ICH sollte mich richtig lieb haben, stellen Sie sich vor wie Sie sich mit beiden Armen umarmen und sagen Sie sich, wie lieb Sie sich haben. Machen Sie das ein paar Mal, dann denken Sie an die Menschen, die Ihnen nahe stehen und lassen die rosa Farbe die ganze Welt mit all den Menschen, die Sie mögen und lieben, erfüllen. Am Schluss auch diejenigen, von denen Sie eine Zeitlang dachten, dass Sie sie nicht mögen.

Das wiederholen Sie wieder 8mal und dann lassen Sie das Wasser weiter steigen in den Kopf und stellen Sie sich nun ein goldgelbes Licht im Kopf vor, das sich auch wieder ausbreitet und immer weiter wird, Sie öffnen sich für alle guten Dinge von oben, vom Universum, von Gott und machen das auch so 8mal. Probieren Sie diese Übung einmal eine Woche lang jeden Morgen nach dem Aufstehen! Das machen Sie eine Woche lang und geben mir gerne ein Feedback.

Sie werden es Überprüfen und ich sagen Ihnen es wird Ihre Welt verändern und Sie werden wieder SEIN. In diesem Sinne – ich hab Sie Lieb! *Text von Bob Snob*