

Gutes Klima

Die Innatex schärft weiter ihr Profil – Schritt für Schritt Richtung Nachhaltigkeit

Früher stand der Begriff Innatex für Internationale Naturtextilmesse. Doch ein Produkt, das aus Naturfasern gefertigt ist, muss nicht zwangsläufig nach ökologisch-sozialen Kriterien produziert sein. Inzwischen positioniert sich die Veranstaltung in Hofheim-Wallau als Internationale Fachmesse für nachhaltige Textilien. Im Frühjahr waren die Zulassungs-Kriterien im Hinblick auf Umwelt- und Sozialstandards verschärft worden, ein Weg, der in Etappen weiter beschränkt werden soll. Geringfügig führte dies zu Verschiebungen auf Seiten des Marken-Angebots, keineswegs aber zu weniger Vielfalt: Vom 6. bis 8. August zeigten 238 Aussteller ihre Kollektionen, acht Prozent mehr als im letzten Sommer. Ein Grund: Immer mehr neue Label drängen auf den Markt.

Die Innatex fördert bereits seit mehreren Jahren junge Green-Fashion-Designer mit günstigen Konditionen und gezielter Öffentlichkeitsarbeit. Als 'DesignDiscoveries' werden diese auf der Messe herausgestellt. Dieses Mal gingen derart viele Bewerbungen ein, dass der Veranstalter Muveo beschloss, zwölf statt der üblichen acht Labels zuzulassen. So verströmte die 29. Innatex besonders viel frischen Wind. Mit dabei: das Hamburger Streetfashion-Label Recolution. Schwerpunkt der Damen- und Herrenkollektion sind Pull-over, Hoodies und Zipper-Jacken. Vom Anbau der Bio-Baumwolle über die Stoffproduktion und die Fertigung findet die gesamte Produktion in der Türkei statt und ist GOTS-zertifiziert. Über Facebook-Umfragen kann die Fangemeinde über Motive mit abstimmen. Weiteres Highlight: Als Hangtags an der Kleidung dienen Tüten mit Bio-Sonnenblumensamen.

Tgkp Kids, die Kindermode-Marke aus Berlin, hatte sich bis dato ausschließlich auf konventionellen Messen wie der Bread & Butter präsentiert. „Wir sind super zufrieden hier“, freute sich Diana Ernemann nun über ihren ersten Auftritt in Wallau. Neuer, erfolgreicher Bestandteil ihrer Kollektion sind Outdoor-jacken. „Damit besetzen wir eine Nische im Eco-Fashion-Markt.“

„Ich bin positiv überrascht von der Innatex, die Resonanz war noch besser als auf der Berliner Premium“, zog auch Selma Yasdut vom Damenjeans-Label Sey, Hainburg, ein positives Premieren-Fazit. „Mach' dich auf etwas gefasst, es ist sehr ökig dort“, hatten Kollegen die Jung-Unternehmerin im Vorfeld gewarnt und auf das Angebotsumfeld angespielt, zu dem durchaus auch Schaffelle und farblose Wickelsysteme gehören. „Aber hier sind auch richtig stylische Leute unterwegs“, erkannte Yasdut. Darunter „immer mehr Einkäufer aus

dem konventionellen Handel“, bemerkte R. Schauwecker von Naturwäsche-Spezialist Cosilana, Geislingen. Ulrike Losereit, die in Mainz das Modegeschäft Laufsteg 11, treibt, besuchte die Innatex bereits zum dritten Mal und wurde u.a. beim Lila Milch (siehe S. 23) fündig. Unumwunden sagte sie zu: „Der Öko-Aspekt interessiert mich eigentlich nicht, aber hier finde ich wieder ausgefallene Produkte.“ Vielleicht nicht als Kompliment, das die Innatex-Verantwortlichen hören möchten, aber eines das zu hören. Ein Großteil der Eco-Fashion-Szene wird als immer modischer und konkurrenzfähiger. Claas Lanius zählt seit kurzem sogar die Exklusiv-Abteilung des P&C-Hauses in ihrer Heimatstadt Köln zum Kundenkreis. Die diesmalige Innatex fand die DOB-Designerin „bombig“. „Viele bestehende Handelspartner hätten ihre Verkaufsfläche erhöht. Kein Wunder: Die noch mal tiefere Lanius-Kollektion liegt mit farbigen Jeans und Chinos voll im Trend. SH



Erstmals konnten die Messebesucher die CO₂-Bilanz ihrer Anreise ermitteln und per Spende kompensieren – die Innatex rundete die Summe auf



Das Streetfashion-Label Recolution feierte im Bereich 'DesignDiscoveries' Innatex-Premiere. Fotos: Innatex / Peter Porst