

„Wir sind keine Außenseiter“

Öko-Mode muss sich nicht mehr verstecken und tat dies während der Berlin Fashion Week auch nicht

Als wolle sie der Stadt (und natürlich der Branche) unübersehbar ihren Stempel aufdrücken, machte die Eco-Fashion-Szene an zahlreichen Standorten auf sich und ihr Thema aufmerksam. Die TheKey.to, internationale Messe für grüne Mode und Lifestyle, rückte ganz nah an das Zugpferd der Berlin Fashion Week, die Bread & Butter, heran. In der neuen Location, der Columbia Halle in direkter Nachbarschaft des Flughafens Tempelhof, präsentierten mehr als 50 Label ihre

Herbst-Winter-Kollektionen. „Es war unsere erfolgreichste Veranstaltung bisher“, freute sich Mitgründer Gereon Pilz van der Grinten. „Wir sind glücklich mit dem neuen Standort“, zeigte sich auch Jessica Reyes Rodriguez, Geschäftsführerin und Head of Design der Marke Queen and Princess, Meppen, zufrieden. Denn: „Wir sind keine Außenseiter.“

„Mittendrin statt nur dabei“ lautete daher auch das Motto auf der Premium, auf der grüne Label seit mehreren Saisons fester Bestandteil sind. Darunter die Highfashion-Jeanskollektion Sey, Hainburg, „Spezialisierte Händler suchen und finden uns überall, aber wir möchten auch den konventionellen Markt erreichen“, erläutert die Marken-Verantwortliche Selma Yasdut, warum sie auf der Premium vertreten ist.

Dass sie reif sind für die 'ersten Adressen' verdeutlichten die 28 Aussteller des Green Showrooms auf ihre Weise. Sie stellten ihre hochwertigen Öko-Produkte erneut in mehreren Suiten des Fünf-Sterne-Hotels Adlon vor. „Man fühlt sich ... zurückversetzt in eine Zeit, in der die großen Couturiers ihre Kundinnen noch exklusiv in einem Boudoir empfangen“, schrieb die 'Zeit' treffend über die letzte Veranstaltung im Juli 2010. Ursprünglich nur einmal jährlich stattfindend und im Sommer terminiert, reagierten die Organisatorinnen Magdalena Schaffrin und Jana Keller nunmehr auf die „hohe Nachfrage seitens der Aussteller“. Die nunmehr dritte Auflage fand erstmals im Winter statt. Der GreenShowroom folgt damit jetzt dem üblichen saisonalen Messe-Rhythmus.

Als alternativer Catwalk hat sich seit vier Saisons der Lavera Showfloor positioniert. Zwölf Schauen mit vorrangig ökologisch produzierter Mode der Green Avantgarde gingen dieses Mal im Umspannwerk Kreuzberg über die Bühne. Rund 6.000 Zuschauer bedeuteten laut Veranstalter Catwalk Enterprises einen neuen Besucherrekord. Premiere auf diesem Laufsteg feierte Lana natural wear, seit vielen Jahren etablierter Ökomode-Pionier. Das Fazit von Geschäftsführerin Anne Claßen-Köhnen: „Eine Modenschau in solch großem Rahmen zu machen, war für uns eine neue Erfahrung. Sie hat sich gelohnt: Wir werden spürbar anders wahrgenommen.“ Um diesen positiven Effekt mitzunehmen, zeigte das Aachener Unternehmen in Berlin gleich mehrfach Präsenz und stellte auch auf der Messe TheKey.to sowie im GreenShowroom aus.

Der EcoShowroom war eine weitere Berliner Anlaufstelle. Die Vertriebsagentur Sieben Siebzig hat ihn kürzlich in einen Öko-Concept-Store, also ein Fachhandelsgeschäft, verwandelt. Während der Fashion Week fungierte dieser jedoch vorübergehend wieder als Showroom (u.a. für die Marken Ansoho, Reflection, Rianne de Witt, Rooters, Wilde Swaner). Und noch ein Event gilt es zu erwähnen: Der Naturmodehändler Hessnatur verließ in der Bundeshauptstadt erstmals den mit 25.000 Euro dotierten 'Humanity in Fashion Award' an einen nachhaltig arbeitenden Jung-Designer. Aus den drei Finalisten, die ihre Entwürfe im Palazzo Italiano präsentierten, ging Janosch Mallwitz (Label: Last) als Sieger hervor. Es war mächtig was los im 'grünen Berlin'. sh



Die Berlin Fashion Week – das sind längst auch Eco Fashion Days: Blick auf die Messe TheKey.to.



M.ésis, die junge Linie von Lana natural wear, auf dem 'alternativen' Catwalk des Lavera Showfloor Berlin. Bild: G.U. Hauth