

Das grüne Jeans-Label Sey präsentierte sich stilgerecht auf der Premium.



Die Salonshow, hier Mode von Leibsneider, bildete den Höhepunkt des diesmaligen GreenShowroom.



Grün gedeiht

Gut frequentierte Eco Fashion Days in Berlin an alten und neuen Standorten

Von Saison zu Saison zieht die Berlin Fashion Week mehr Besucher an. Auch die Eco Fashion Days – unter diesem 'Sublabel' präsentieren sich die 'grünen' Plattformen – fanden Anfang Juli regen Zuspruch. Und das, obwohl die Messe The.key.to, die gemessen an der Ausstellerzahl bis dato größte Veranstaltung, abgesagt worden war. Die Gesellschafter hatten sich getrennt. Zwar plante Gereon Pilz van der Grinten im Alleingang die Fortführung, die Stornierung mehrerer Label, die ihre Kollektionen zum sehr frühen Termin nicht fertig bekamen, bedeuteten dann aber das (vorläufige) Aus.

Die Macher der The.key.to hatten zudem auf einen Einstieg der Messe Frankfurt gehofft. Diese übernahm jedoch den GreenShowroom im Hotel Adlon (siehe auch rechte Seite), der spürbar an Zugkraft gewann. Unterstützt durch die Messekompetenz der Frankfurter führten die Gründerinnen, Magdalena Schaffrin und Jana Keller, ihr bewährtes Konzept fort. Über mehrere Suiten des Edel-Hotels verteilt, stellten rund 30 Aussteller ihre High-End-Fashion-, Accessoires- und Lifestyle-Kollektionen vor. Die ebenfalls zum Portfolio der Messe Frankfurt gehörende Ethical Fashion Show feierte derweil in zwei Konferenzräumen der Adlon-Beletage Deutschland-Premiere. Die in Paris beheimatete Messe rückte grüne Casual-Label in den Mittelpunkt.

Das erste Mal zeigte überdies die In Fashion in Berlin Präsenz – inklusive des Segments Green Glamour. Die Fachmesse für exklusive, individuelle Mode und Accessoires ist seit 2006 in München etabliert und möchte nun zusätzlich in Berlin Terrain erobern. Als Ort wählten Veranstalterin Andrea Frahm und ihr Team das normalerweise für Kulturveranstaltungen genutzte Gebäude Radialsystem V direkt an der Spree. Ein viel versprechender Premieren-Auftritt, fand nicht nur das Fachhändler-Ehepaar Ott von Marlowe nature aus Hamburg: „Die In Fashion könnte ein neuer Schwerpunkt für grüne Mode werden.“ Vielstimmig gelobt wurden das liebevoll gestaltete Ambiente und die entspannte Atmosphäre. Ausstellerin Jessica Reyes Rodriguez von der Marke Queen and Princess schwärmte: „So stelle ich mir eine funktionierende Messe vor.“

Kaum ein Durchkommen gab es auf der Premium, auf der sich seit Jahren nachhaltig ausgerichtete Brands neben 'konventionellen' präsentieren. „Noch nie, seit wir hier ausstellen, war so viel los“, freute sich Selma Yasdut vom Jeans-Label Sey bereits nach dem ersten Messtag. Die Unternehmerin bemerkte zudem: „Immer mehr Einkäufer sind speziell auf der Suche nach Green Fashion.“ Diese hatten viel zu tun. Denn außer auf den genannten Messen war grüne Mode in zahlreichen

Schauräumen, darunter dem EcoShowroom, zu finden. Ein weiteres Highlight stellte der Lavera Showfloor dar, unter dessen Dach an drei Abenden insgesamt 13 Modenschauen gezeigt wurden. Für Entspannung sorgte die Innatex Lounge: Die in Wallau stattfindende Messe lud am 7. Juli schon fast traditionsgemäß zum abendlichen Get-together ein und hielt damit auch ihre Flagge in der Bundeshauptstadt hoch.

So inspirierend das Location-Hopping und die damit verbundenen 'Stadtrundfahrten' in Berlin auch sind, so wurde doch die Frage nach einer großen, gemeinsamen Plattform laut. Gereon Pilz van der Grinten hat diesen Traum noch nicht aufgegeben, In Fashion-Chefin Andrea Frahm möchte das Segment Green Glamour ausbauen, und auch Olaf Schmidt von der Messe Frankfurt signalisiert Bereitschaft: „Wenn der Bedarf da ist, werden wir versuchen, ihn zu decken.“ Es bleibt also spannend in Berlin, wo grüne Mode auf jeden Fall nicht mehr wegzudenken ist. SH



Hybridfahrzeuge sorgten für nachhaltigen Shuttle-Service zwischen den Plattformen der Eco Fashion Days.

„Das ist die Zukunft“

Die Messe Frankfurt hat den GreenShowroom in Berlin übernommen, der Anfang Juli zum vierten Mal im Hotel Adlon stattfand. Der mb sprach mit Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies, über das Engagement.



Olaf Schmidt, Vice President Textiles & Textile Technologies bei der Messe Frankfurt, die in den Sektor Eco Fashion investiert.

mb: Was hat die Messe Frankfurt zum Einstieg beim GreenShowroom bewogen?

Olaf Schmidt: Wir forcieren das Thema Nachhaltigkeit seit längerem. Seit 2006 haben wir das Segment auf unseren Textilmessen hervor. Im letzten Jahr haben wir die Ethical Fashion Show in Paris übernommen, jetzt den GreenShowroom in Berlin, den wir seit seiner Gründung beobachtet haben. Wir waren angetan von dem Konzept und den dahinter stehenden Persönlichkeiten. Deutschland ist zudem einer der wichtigsten Märkte für nachhaltige Mode in Europa. Wir möchten hier präsent sein.

mb: Die Messe Frankfurt gilt als Deutschlands umsatzstärkstes Messeunternehmen. Wirklich rechnen können sich die vergleichsweise kleinen Green-Fashion-Veranstaltungen für sie aber noch nicht ...

Olaf Schmidt: Es sind langfristig angelegte Projekte. Wir sind überzeugt, dass Eco Fashion die Zukunft gehört, und ich bin froh, dass wir bei der Messe Frankfurt den Spielraum haben, dieses Feld frühzeitig zu besetzen.

mb: Grüne Mode ist in vieler Munde, aber noch nicht in vielen Kleiderschränken. Was fehlt zum durchschlagenden Erfolg?

Olaf Schmidt: Die Schwierigkeit sehe ich nicht auf Seiten der Konsumenten. Wir hoffen, dass sich noch mehr 'konventionelle' Einzelhändler für das Thema begeistern. Es wäre eine große Hilfe für die noch kleinen Öko- und Fair-Fashion-Label, wenn sie vom Einzelhandel gefördert würden. SH

Nachhaltige News

Weltneuheit: Das amerikanische Yoga- und Lifestyle-Label Prancing Leopard Organics (Deutschland-Vertrieb über Trade Agency S.A.S., Bad Münstereifel) bringt als erste Marke Artikel aus Zeugma Baumwolle auf den Markt. Dank eines rein mechanischen Ausrüstungsverfahrens ohne chemische Zusätze weisen das Material Eigenschaften auf, die sonst nur synthetischen Stoffen zugeschrieben werden: Es transportiert Feuchtigkeit vom Körper ab, sei schnell trocknend und robust. Gleichzeitig bleiben, so heißt es, die positiven Effekte der Biobaumwolle – Atmungsaktivität, Weichheit und Komfort – erhalten. „Unser Traum von High-Performance-Biobaumwolle ist wahr geworden“, freut sich Gründerin Sevda Holland. Zehn Modelle, darunter Hosen, Capris, Shorts, Jumpsuits, Tops und Tuniken, werden aus dem neuen Material angeboten.



Prancing Leopard Organics

TV-Präsenz: Dem Hainburger Label Sey ist es gelungen, den TV-Sender ProSieben von seinen Damenjeans aus zertifizierter Biobaumwolle zu überzeugen und Ausstatter der Sendung 'Sommermädchen 2011' (seit 7. Juli donnerstags 20:15 Uhr) zu werden. Kollektionsnews zum Frühjahr/Sommer 2012: Weite Hosenformen wie Flared-Leg und Boot-Cut erweitern das Angebot ebenso wie neue Waschungen.

Recycling 2.0: Die Berliner Modemacherinnen Schmidttakahashi kreieren Unikate aus gebrauchten Kleidungsstücken, die in speziellen Containern – z.B. in der Berliner Boutique Trüffel-schwein – gesammelt werden. Der Clou: Spender und Käufer können sich auf der Online-Plattform des Labels über die Kleidung austauschen. Darüber hinaus gibt es eine Replika-Kollektion, die die Unikate nachahmt und in breitem Größenspektrum anbietet. SH



Schmidttakahashi