

> wie *Mandala*, *The Baand*, *Pearls of Laya*, oder *Julia Starp*. Der stets charmante Ecoshowroom in Berlin-Mitte präsentiert neben *Dr. Hauschka*-Kosmetik und ökologisch korrekten Teppichen von *Lyk Carpet Mode* von *Milde*, *KSIA*, *Ansoho* oder *Grüne Erde*. Zahlreiche kleine Läden und Ateliers, die anlässlich der Fashion Week für neugierige Besucher zum Öko-Modeshowroom umfunktioniert wurden, kommen dazu – experimentierfreudig, ernsthaft, ambitioniert – und es werden in der Zukunft gewiss nicht weniger, weil sich immer mehr junge Modedesigner dafür interessieren, wie sie die Welt schöner und besser zugleich machen können.

Anita Tillmann, die quirlige Networkerin hinter der etablierten „Premium“, hat vor ein paar Jahren mit der Einrichtung einer „Green Area“ auf ihrer Modemesse ein wichtiges Zeichen gesetzt. Sie wollte demonstrieren, dass die ökologisch inspirierte Mode einen Generations- und Ideenwechsel erlebt, bei der die Traditionalisten mit ihren giftfreien, betont zeitlos gestalteten Naturtextilgewändern Zuwachs aus der Jungdesignerecke bekamen, für die gut sein eben auch gut aussehen bedeutet. Die „Green

Area“ gibt es auf der „Premium“ nicht mehr. Die junge grüne Mode ist – wenn es dessen überhaupt bedurfte – dem Wellenschutzstadium entwachsen. Lediglich eine kleine grüne Krone unter dem Ausstellernamen verweist an den Ständen darauf, dass die Kollektion einen grundsätzlich anderen Herstellungsprozess durchlaufen hat.

Eco Fashion inkognito

Inka Koffke, Halle 7, Stand D 76, verzichtet inzwischen sogar auf die kleine grüne Krone. „Ich möchte mich nicht abgrenzen“, erklärt die vielfach ausgezeichnete Designerin, die schon auf der „Prêt à Porter“ in Paris präsentierte. Der „urbane,

diskrete Luxus“ ihrer in Deutschland gefertigten Kollektion findet längst den Weg in edle Boutiquen und Concept Stores, die sonst mit grünen Ideen so viel gemein haben wie die FDP mit Robin Wood. Das GOTS-Zertifikat für die verwendeten Materialien ist für Inka Koffke dabei so selbstverständlich wie der korrekt vernähte Saum.

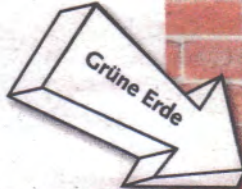
„Viele meiner Einkäufer wissen gar nicht, dass wir ökologisch und fair produzieren lassen“, ergänzt Selma Yasdut, Halle 7, D 66. „Bio gibt es sozusagen on top!“ Die Diplomingenieurin für Bekleidungstechnik gründete ihr „Organic Jeans Label“ Sey vor drei Jahren. Die Jeans von Sey zelebrieren die natürlichen Rundungen der Frau und bestechen

Eco Fashion studieren

Ab Oktober 2011 kann man an der Esmod Berlin, „International University of Fashion“, einen Masterstudiengang in nachhaltiger Mode belegen. Infos unter: www.esmod.de/berlin



... Inka Koffke, Julia Starp, Käthe März, Studiojux ...



➤ durch Passform und Qualität. Sexy statt skinny lautet das Erfolgsmodell. Seit 2009 ist Selma auf der „Premium“ vertreten. Zuvor sammelte sie 15 Jahre lang Erfahrung bei der Produktionsüberwachung für große Hersteller.

Jeans mit Wow-Effekt

Selma Yasdut weiß, wie es zugeht in chinesischen Textilfabriken, in denen sich manchmal 30 Arbeiterinnen in enge, stickige Räume quetschen müssen und chemische Färbemittel die Flüsse vergiften. Man kann das alles auch anders machen, dachte Selma, die bei ausgesuchten, konsequent zertifizierten Herstellern in der Türkei produzieren lässt. „Die Mehrkosten sind gar nicht mal so hoch“. Und weil ihre Mode nun einmal einen ziemlich guten Hintern macht, erscheint es durchaus passend, dass die Macher der eher voyeuristisch angelegten Pro Sieben-Show „Sommermädchen“ anfragten, ob sie ihren Kandidatinnen die Jeans von Sey anziehen dürften. Mittlerweile hat sich – laut Selma Yasdut – sogar ihr ehemaliger Chef überzeugen lassen, dass „Bio und Mode eben doch zusammengeht“.



... Grüne Erde (Herbst 2011), Mandala und Sey.



Bernd Hausmann, 39, Gründer der Green Concept Stores Glöre, seit Kurzem Blogger auf gruenemode.de

INTERVIEW

„Grüne Mode ist keine Trendblase“

Seit drei Jahren ist grüne Mode ein Thema auf der Berliner Fashion Week. Was hat sich seit den Anfängen getan?

Die Spreu trennt sich vom Weizen. Professionell geführte Marken haben die für sie passenden Messen gefunden und etablieren sich. Ein Vorreiter wie *Armedangels* ist mittlerweile in 140 Läden erhältlich. Die Ausdifferenzierung in einzelne Segmente wie High Fashion oder Streetwear nimmt zu. Grüne Mode ist keine Trendblase, sondern steht inzwischen auf einem festen Fundament.

Welche Trends sind Ihnen aufgefallen? Immer mehr Hersteller produzieren in Europa statt Asien. Die Qualität und die Kommunikation sind besser, die Wege kürzer, die Preisunterschiede nicht mehr so hoch. Und bei den Materialien werden „men-made-fibers“ wie Tencel, Modal oder auch Recyclingstoffe häufiger verwendet. Das ist eine spannende Entwicklung.

Irgendwelche Neuheiten?

Ich fange an, die Sneakers der holländischen Mark OAT zu mögen. Das sind vollständig kompostierbare Schuhe aus Hanf mit einem Saatkorn drinnen. Wenn die Teile mal auf dem Müll landen, wachsen später Blumen daraus, eine schöne Vorstellung.

Eignet sich die Fashion Week eigentlich als Schauplatz für grüne Mode?

Sey gehört zu den jungen Marken, um die sich die 1997 etablierte Naturtextilfachmesse „Innatex“ seit Kurzem besonders bemüht. Als sogenannte „Design Discovery“ erhält Sey bei der nächsten großen „Innatex“ einen besonders günstigen Stand. Weil in der Vergangenheit die jungen Trendsetter im Bereich Eco Fashion die „Innatex“ nicht gerade gestürmt haben, dachten sich die Macher: Wenn die nicht zu uns kommen, kommen wir eben zu denen.

Umstritten: Recyclingfaser

Die rührig organisierte Innatex Lounge anlässlich der Fashion Week ist ein sichtbarer Ausdruck der Neuorientierung. In der angesagten Kreuzberger Bar „Das Hotel“ trifft sich ein buntes Völkchen aus Modemachern, Öko-Bloggern, grünen Jungunternehmern mit Veteranen wie Rolf Heimann, Leiter des Bereichs Innovation und Ökologie beim Branchenriesen Hess Natur, oder dem Innatex-Geschäftsführer Heinrich Freitag. Es ist ein lauer Sommerabend. Man sitzt und steht draußen, fachsimpelt über neue Recyclingfasern mit bester Energiebilanz, mit deren Anerkennung sich die Naturtextil-

Nach dem Wegfall der Öko-Modemesse „The Key“ gibt es sehr viele Veranstaltungen an unterschiedlichen Orten. Für die Einkäufer ist das kaum zu schaffen. Außerdem nähern viele Marken ihre Siegel von GOTS oder Fairwear nicht mehr in die Kleidung. Vielleicht fürchten sie den Bio-Mode-Stempel. Künftig dürften viele Menschen Öko-Mode kaufen, ohne das zu wissen. Die Marktanteile entwickeln sich jedenfalls sehr positiv, auch wenn immer noch ein großer Mangel an geeigneten Handelsflächen herrscht. Fehlt Ihnen noch etwas?

Der klassische Männerbereich mit gut geschnittenen Anzügen und Hemden sowie hochwertige Businessmode für erfolgreiche Frauen. Es wundert mich, dass sich die Marken da nicht drauf einstellen – der Bedarf jedenfalls ist riesig.



Wir gratulieren

„Die Biene Maja“ und ihren Freunden



Gratis! Stundenplan zum Schubstart

STUDIO 100

Nach Waldemar Bonsels „Die Biene Maja und ihre Abenteuer“ und „Himmelsvölk“
©2011 STUDIO100MEDIA - www.studio100.de

Feiern Sie mit!

- Bundesweite Kinotour von „Die Biene Maja“ und ihren Freunden ab Oktober
- Leckere Kinder-Produkte von Evers mit abenteuerlustigen „Die Biene Maja“ Figuren
- Mit 100% vollwertigen Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau
- Das lieben Kinder!



Evers Naturkost GmbH • Alpenstr. 15
87751 Heimertingen
www.evers-naturkost.de