



BUY

FAIR FASHION

GOOD

GUIDE MÜNCHEN

STUFF

Labels & Stores von A - Z

Labels

Akjumii	58
Ayzit Bostan	60
Casa Nata	62
Fitbuddha	64
Form of Interest	66
French Kiss Studio	68
Gottseidank	76
Günstling	78
Haltbar	80
Karin Fraidenraij	102
Khala	104
Letztes Hemd	110
Lieblingsteil	112
Liv a like	114
Mandala Fashion	126
Me & May	128
Monaco Duck	130
Mykke Hofmann	132
Nat-2	138
Studio Munique	140
The Colorful Crew	146
Vanook	148
WE.RE	150

Stores

A Better Story	16	Damenabteilung	
About Given	23	Hier Studio	19
Alexa's	46	Iki M.	21
Alva Morgaine	45	Jutelaune	29
Auryn	18	Kleiderpracht	48
Avantgardress	18	Liebschaften	20
Bella Natura	21	LouLoute	19
Blaugold	47	MA:1	22
Boudi Soul Store	20	Macy	48
Boutique Brigitte Lubini	49	Marie Morenz	23
Capricorn Store	46	Organic Luxury	28
Clara Dorothea	31	Pearl	17
Coco Vero	30	Phasenreich	16
DK Stil	18	ReSales	45
Dear Goods	21	Second Hand Agentur	48
Deine Schätze	47	Seestraße 7	23
Designer Taschen&Mode	46	The Second Gerdismann	45
Diskosirup Fashion	20	Veganista	22
EM Change	49	Vintage Love	44
Freitag Store	29	Zirbenfux	31
Fräulein Spitzbarth	49		
Gabin	47		
Geweidah	31		
Green Glam	29		
Heimlich Laut	22		
Herrenabteilung/	48		

Editorial

LIEBE LESER*INNEN,

die Bussi-Bussi-Schickeria wurde in München quasi erfunden. Und auch Laptop & Lederhose sowie das ewige Oktoberfest gehören zu den erstbesten Gedanken, die beim Namen des Millionen-Dorfes fallen. Aber nicht nur Tradition, auch Modernität macht dieses Millionen-Dorf aus. München ist inzwischen nicht nur wegen des Englischen Gartens — GRÜN! Auch hier wächst das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und bietet mit der GreenStyle sogar eine entsprechende (Mode-)Messe an. Aus den hippesten Vierteln der Stadt sprießen Shop-Konzepte, Labels und Vintage-Wunderkammern — und zwar gerade für Mode, die unter fairen, umweltfreundlichen Bedingungen hergestellt wurde. Doch wo gibt es Fair Fashion, Green Fashion oder Sustainability Fashion in München?

Die Antwort liefert dieses Magazin. Um der nachhaltigen Mode in München ein Gesicht zu geben, haben die 10 Studentinnen des 4. Semesters von Modejournalismus/Medienkommunikation der AMD Akademie Mode & Design München BUY GOOD STUFF produziert. BUY GOOD STUFF wurde 2014 als Fair Fashion Guide an der AMD Düsseldorf konzipiert und ist mittlerweile in Düsseldorf, Köln, Bonn, Berlin und dem Ruhrgebiet erschienen. BUY GOOD STUFF München ist Guide und Magazin in einem: Neben rund 20 Labels und über 40 Stores für nachhaltige Mode, die wir vorstellen, haben wir Modestrecken produziert, klären über Siegel auf, liefern ein Nachhaltigkeits-ABC und vieles mehr.

All dies wäre nicht realisierbar ohne unsere Sponsoren: Kreativwirtschaft München, Stadt München, Hessnatur, Fairtrade, Bürgerstiftung München und unsere Partner GreenStyle, Umweltakademie, Munich Creative Business Week und Mediencampus Bayern. Durch das überaus große Engagement aller Dozierenden und Fotograf*innen, Models, Hair & Make Up-Artists und Illustratorinnen haben wir in nur drei Monaten diese Ausgabe von BUY GOOD STUFF entwickelt und produziert. Herzlichen Dank an alle!

Viel Spaß beim Lesen wünscht die Redaktion der 10 Modejournalistinnen aus Kurs MM19 von der AMD Akademie Mode & Design, München! ●

CONTENT

4 Fair Favorites
Münchner Lieblings-Spots, die jedes nachhaltige Herz erfreuen

**8 Natur pur?
Oder doch nicht?**
Outdoor-Enthusiasten auf dem Pfad der Nachhaltigkeit

14 Fair Fashion Stores
Die besten Shop-Konzepte Münchens

24 Inside Fast Fashion
Praktikum in einer Textilfabrik in Vietnam

28 Kleine Schönmacher
Nachhaltig geht auch bei Beauty und Accessoires

30 Trachtenschätze
Dirndl, Janker und Co. mit Charme und Stil

32 Editorial: Millennial Man
Die neue Männlichkeit interpretiert mit Vintage-Mode

44 **Vintage Dreams**
Die besten Vintage-Shops
der Stadt

50 **Mama, so geht das nicht!**
Ein Tag, zwei Generationen -
Wer erzieht wen?

56 **Fair Fashion Labels**
Wir stellen vor: Nachhaltige
Münchner Labels im Portrait

70 **0 % Müll, 100 % Freiheit**
Ein Lifestyle, der es
in sich hat.

82 **A Hosn fürs Leben**
Eine Geschichte über
Tradition & Handwerkskunst

88 **Editorial: Auf den
zweiten Blick**
Trachtenmode mit
urbanem Twist

98 **Die meisten Wege zu Fuß**
Der Versuch, Modeproduktionen
nachhaltig zu gestalten

106 **„Ästhetik macht den
Unterschied“**
Interview mit The Wearness-
Gründerin Julia Zirpel

116 **Das Tier an mir**
Die Pelz-Debatte – eine
haarige Angelegenheit

120 **Bildschön**
Vier Künstler, die Müll
neuen Wert verleihen

134 **Willkommen im
Siegeldschungel!**
Orientierung im Siegel-
Wirr-Warr: Eine Typisierung

142 **Darüber muss ich erst
mal nachdenken...**
Über die Vereinbarkeit
von Mode und Konsum

152 **Fair Fashion Alphabet**
Nachhaltigkeitslexikon -
das Wichtigste von A bis Z

156 **Impressum
und Dank**

FAIR

Bio-Kaffee schlürfen, frisches Fruchteis genießen oder eigenes Gemüse anbauen — das Leben ist schön und geht auch in Einklang mit der Natur. Wir präsentieren unser Münchner Best-of.

FAVORITES



HADERNER BRÄU

Bayern und Bier? Das gehört einfach zusammen. Die erste Bio-zertifizierte Brauerei Münchens, traditionelle Braukunst gepaart mit innovativen und ausgefallenen Biersorten von bitter bis fruchtig.

haderner.de

4



RECUP

Das kleine Münchner Start-up ReCup hat längst Deutschlands Café-Szene erobert. Die Becher aus 100 % recyclebarem Kunststoff funktionieren nach einem simplen Pfandsystem für den beliebten Coffee-to-go.

recup.de

KRÄUTERGARTEN

Unverpackte Naturheilmittel aus fairem Handel finden Kräuterhexen im Münchner Lehel. Das Sortiment reicht von Gewürzen und Tee bis zu Naturkosmetik. Das kleine Team bietet zudem fachkundige Beratung.

kraeutergarten-muenchen.de

Fotos: v.l. Haderner Bräu: Anja Weber; Unsplash; Pixels; Bartu

KARTOFFEL-KOMBINAT

Gemüse selber anbauen macht Spaß! Rund 1.500 Münchner Haushalte haben sich im Kartoffelkombinat bereits genossenschaftlich organisiert und lassen auch andere an ihren Radieserl und Schwammerl teilhaben.

kartoffelkombinat.de/blog



BARTU

Eisgenuss in Bioqualität gibt's in der Bartu Eis-Manufaktur mitten in Schwabing. Ohne Eier, kaum Zucker, dafür Agave und sämtliche Zutaten aus biologischem Anbau. Hier schmeckt Himbeer wie Himbeer und Pistazie wie Pistazie.

bartu-bioeismanufaktur.de



5



EMILO

Unter selbst ernannten Experten wird der Kaffee der Münchner Rösterei als Bester der Stadt gehandelt. Genießen kann man ihn zu einem Stück Kuchen im Glockenbach oder auf der Schwanthalerhöhe. Hier bekommt man auch die gewünschte Ration für zu Hause.

emilo.com



KUCHENTRATSCH

„Ich liebe Kuchen! Ich esse ihn als Betthupferl auf d’Nacht und gleich in der Früh!“, Kuchenliebhabern wie Oma Paula geht in dieser Backstube das Herz auf. Bei Kuchentratsch backen Rentner*innen alles, von Apfelkuchen bis Zupfkuchen. Opa Bert liefert ihn.

kuchentratsch.com

SOULMADE HOTEL

Das 2016 eröffnete Gar-chinger Hotel ist komplett aus Holz gebaut, die Tapeten aus Stroh und die Teppiche aus Schaf- und Ziegenhaaren. Hier stehen Nachhaltigkeit und Sinnlichkeit im Vordergrund.

soulmadehotels.com



Fotos: v.l. Annie Spratt Unsplash; Kuchentratsch; Soulmade Hotels; Vrei d’Angelo; Turtlebox



ANNIKA SCHÜLER PORZELLAN

Mit Leidenschaft und Liebe zum Detail widmet sich Annika Schüler dem Thema Keramik und Porzellan. Den Tellern, Tassen, Vasen und mehr darf man den besonderen Handmade-Charakter gern ansehen.

annikaschueler.de

TURTLEBOX

Kartons nerven! Die wiederverwendbaren Klappboxen von Turtlebox sind preiswerter, komfortabler und umweltfreundlicher. Sie werden bequem vor die Tür geliefert und auch wieder abgeholt.

turtle-box.de/ueber-uns



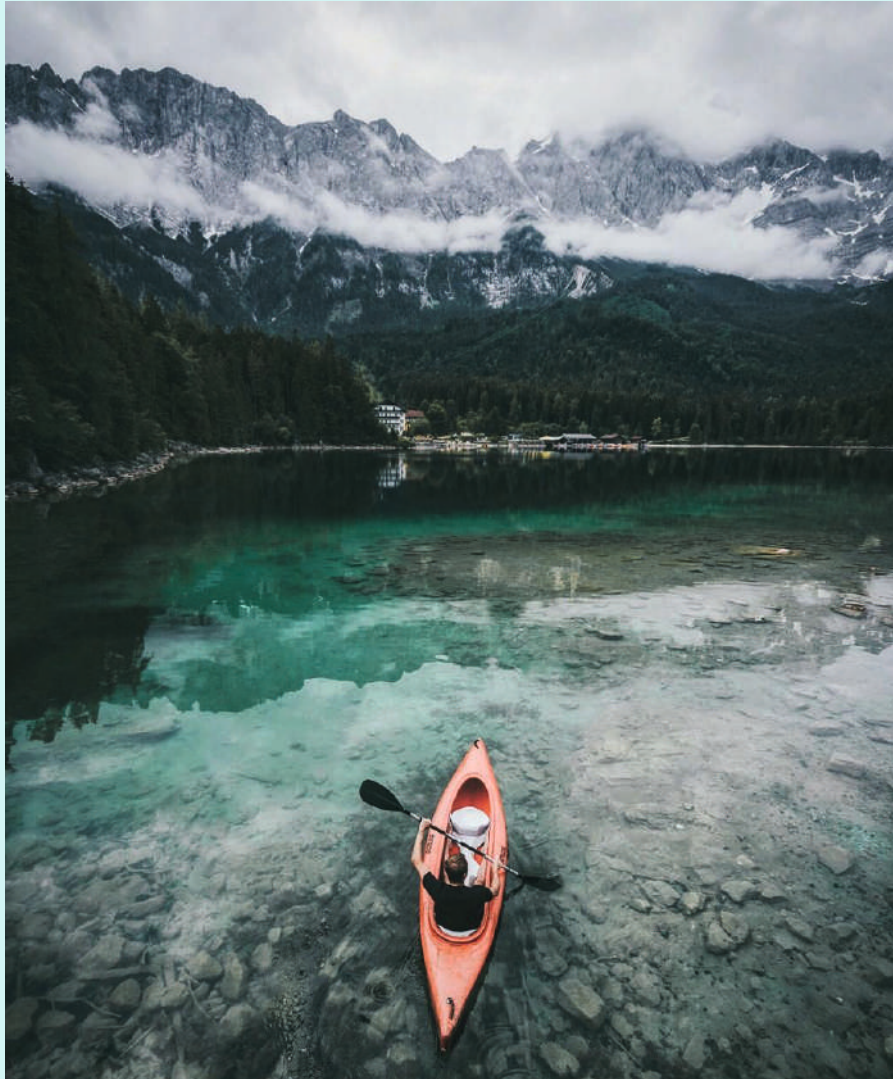


Foto: Patrick Monasberger @moners

Der Alpenraum rund um München mit all seinen Bergen und Seen bietet Outdoorfans die perfekte Kulisse für jegliche Sportaktivitäten.

NATUR PUR? ODER DOCH NICHT?

Outdoor-Enthusiasten und das Grüne, in München eine immerwährende Liebesgeschichte. Doch gerade bei Sportmode prallt Chemie auf Sustainability. Verbraucher fordern Lösungen.

TEXT Ornella Sonderegger

Wer als Sportbegeisterter in Deutschland immer noch auf der Suche nach einer idealen Heimat ist: Das wäre dann wohl München. In unmittelbarer Nähe zum bayerischen und österreichischen Alpenland lässt es sich besonders gut leben. Ob Wettersteingebirge, Ammergauer Alpen oder Karwendel – die Münchner Hausberge setzen den Outdoor-Aktivitäten kaum Grenzen: Klettern, Skitouren, Bergsteigen, Mountain Biking, Wassersport – diese unterschiedlichen Disziplinen verbindet dieselbe Basis: die Liebe zur Natur.

Was wäre eine Bergtour im Hochgebirge ohne die letzten Meter über einen mächtigen Gletscher? Und was die letzte Skiabfahrt des Tages, die nicht in der Talstation beendet werden kann? Klimawandel und Umweltverschmutzung drohen auch den Natursport zu verändern. Bewusster werdende Verbraucher verlangen ein Umdenken der Branche. Das zeigt eine Ende 2018 durchgeführte Studie der Fashion Revolution Organisation: Von 5.000 Befragten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien fordern 88 % von Mode-Unternehmen ein, dass Sustainability-Strategien implementiert werden, um bleibende Umweltschäden zu reduzieren. „Für den Sport ist die Erhaltung der Umwelt sehr wichtig, weil er ganz einfach irgendwo stattfinden muss“, sagt Steve Richardson, Gründer des ökologischen Start-Ups Material Steps. „Wir brauchen Orte, um Spaß zu haben. Ohne die Umwelt? Was haben wir dann noch?“ Die Idee des gebürtigen Amerikaners ist es, mit Sportartikelherstellern daran zu arbeiten, mehr Materialbewusstsein zu schaffen und Produktionsketten nachhaltiger zu gestalten.

Immer mehr Unternehmen erkennen, wie wichtig eine nachhaltige Produktion ist, und versuchen, naturbewahrende Konzepte umzusetzen. So auch der Outdoor-Ausrüster Patagonia. Bio-Baumwolle und 100 % recyceltes Nylon sind fester Bestandteil der Kollektionen. Patagonia-Chefin Rose Marcario: „Wir sind zwar nicht perfekt, aber wir

Sportmode sollte so lange wie möglich im Einsatz sein, bevor sie im Kleidermüll landet und Neues angeschafft wird.

versuchen, mit gutem Beispiel voranzugehen, um dadurch auch auf unsere Mitbewerber Druck auszuüben.“ Schon 2011 machte das US-Unternehmen aus Kalifornien mit seiner Kampagne *Don't buy this jacket* auf den Konsumwahn aufmerksam. Patagonias Philosophie zufolge sollte Sportmode so lange wie möglich im Einsatz sein, bevor sie im Kleidermüll landet und Neues angeschafft wird. Ein ähnliches Reuse & Recycle-Prinzip steckt hinter der *Worn Wear Tour*. Konsumenten können an verschiedensten Stationen quer durch Europa ihre kaputte Kleidung aller Marken kostenlos reparieren lassen. Auch in München legt das Worn Wear-Mobil einen Stopp ein. Schließlich hat Patagonia hier in der Leopoldstraße einen seiner ersten Stores in Europa eröffnet. Mittlerweile gibt es europaweit acht davon, unter anderem auch in Innsbruck.

Foto: Patrick Monasberger @moners

Die ISPO München wird zur Nachhaltigkeitsplattform

Dass der Sportsektor immer umweltbewusster wird, zeigt sich auch auf der ISPO München. „Nachhaltigkeit ist zu einem absoluten Muss für die Outdoor-Hersteller geworden. Auch, oder gerade weil die Branche so sehr mit dem Planeten und der Umwelt verbunden ist, sind die globalen Herausforderungen wie Klimawandel, Plastikmüll und Artensterben zentrale Themen“, so Markus Hefter, Exhibition Group Director der ISPO München. Die weltweit größte B2B-Messe im Sport-Business stellt Fachbesuchern jährlich die neuesten Entwicklungen der Branche vor. Auf dem Messegelände München-Riem werden in acht Hallen Artikel und Mode aus Bereichen wie Health&Fitness, Snowsports oder Outdoor präsentiert. Auch dem Thema Nachhaltigkeit wird eine eigene Fläche gewidmet: Beim sogenannten CSR Hub & Sustainability Kiosk legen Firmen wie Vaude und Icebug unter dem Motto *Gutes tun und darüber reden* offen, wie Outdoor-Unternehmen ökologisch und nachhaltig wirtschaften können. Zusätzlich gibt es Führungen, bei denen die neuesten Produkte rund um Biodegradability und bio-based materials vorgestellt werden.

Auch auf der Sondermesse Outdoor by ISPO, die Anfang Juli erstmals für vier Tage in München stattfand, zeigten sich klare Bestrebungen für ein ökologischeres Handeln. „In den vergangenen

Outdoor-Sport und Umwelt gehen Hand in Hand: Umdenken ist gefragt.



Jahren haben recycelte Materialien als umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Nylonfasern bereits ihren festen Platz in den Outdoor-Bekleidungskollektionen gefunden. Doch nicht nur in puncto Materialien ist ein generelles Umdenken erkennbar: Nachhaltigkeit findet mehr und mehr ihren Platz in den kompletten Arbeitsabläufen und Unternehmensphilosophien“, resümiert Markus Hefter. Ihm ist es ein besonderes Anliegen, Menschen für Outdoor zu begeistern, sie zu vernetzen und für die Umwelt-Thematik zu sensibilisieren. Jährlich verleiht eine Expertenjury den ISPO Sustainability Award. Dabei ist ökologische Nachhaltigkeit neben Innovation, Design und Funktionalität eines der Hauptbewertungskriterien. 2019 erhielt das niederländische Label Cortazu im Bereich Outdoor Apparel einen der Gold-Awards. Die beiden Gründer Wouter de

Roy van Zuidewijn und Wiebe Poelmann setzen auf umweltfreundliche Produktionsbedingungen und Erschwinglichkeit. Sie verkaufen direkt an Konsumenten, um lange Transportwege zu vermeiden und gleichzeitig ein faires Preislevel für ihre Ware zu schaffen. „Als wir vor zwei Jahren unser Label gründeten, hatten wir die Vision, eine Brand zu kreieren, die die Leute inspiriert, nach draußen zu gehen und dabei gleichzeitig die Welt ein wenig zu verbessern“, so Wiebe Poelmann. Die Recycled Nylon 3-layer-Jacke von Cortazu konnte die Jury schlussendlich überzeugen. Für Cathy O’Dowd, Jurymitglied und erste Frau, die den Mount Everest von der Nord- und Südseite bestieg, ist das neue Materialbewusstsein entscheidend: „Zu den wichtigsten Entscheidungskriterien zählen wiederverwertbare Materialien. Wir haben viele innovative Alternativen gesehen, die uns im Kampf gegen Plastikmüll voranbringen können.“

Die große Materialfrage

Denn ausgerechnet Plastik ist in der Domäne der Naturliebhaber ein Riesensproblem, was zum Paradoxon führt: Ein und dieselbe Branche engagiert sich intensiv beim Thema Nachhaltigkeit – und bringt gleichzeitig fragwürdige Textilausrüstungen auf den Markt. Erdöl-basierte Synthetikfasern wie Polyester bieten Wärmeisolation, sind leicht, knittern kaum und werden deshalb als Funktionswunder angepriesen. Offenbar mit Erfolg: Laut der European Outdoor Group wird sich der Umsatz der Sport- und Out-

door-Branche 2019 auf etwa 12,8 Milliarden € belaufen, der durchschnittliche Erlös pro Kunde kommt dabei auf circa 113 €. Das ergibt ein Plus von sieben % im Vergleich zum Vorjahr.



Cortazu schafft mit der Recycled Nylon Jacke Innovation und gewinnt den ISPO Gold Award.

Foto: cortazu.com @cortazu

Dass viele dieser Sportartikel aus Textilfasern bestehen, die sich aus umweltgefährdenden und gesundheitsschädlichen Stoffen zusammensetzen, wird noch viel zu selten thematisiert. Die beispielsweise in Gore-Tex versteckten per- und polyfluorierten Carbone (PFCs) werden wegen ihrer wasser- und schmutzabweisenden Funktion oft eingesetzt, sind jedoch kaum abbaubar und zudem krebserregend. Werden feine Fasern zum Beispiel beim Waschen freigesetzt, gelangen PFCs ins Wasser und somit in die Umwelt. Heute lassen sich PFC-Verbindungen an kuriosen Orten nachweisen, zum Beispiel in Lebensmitteln, der Leber von Eisbären oder den Naturschutzgebieten Patagoniens. Kein Wunder, denn rund 10.000 Tonnen davon werden jährlich zur Beschichtung von Funktionskleidung eingesetzt.

Kurz vor zwölf: Höchste Zeit für Lösungen

Ökologischere Alternativen sind längst bekannt, aber auch kostspieliger. Lyocell, auch Tencel genannt, ist eine aus Eukalyptusholz industriell hergestellte Faser und somit biologisch abbaubar. Gutes Feuchtigkeitsmanagement und Geruchsneutralität zeichnen die atmungsaktive Öko-Faser aus, die sich dadurch perfekt für die Herstellung von Wanderjacken, Laufshirts oder Kletterhosen eignet. Nachhaltige Materialien wie dieses sind für die Hersteller mit all den notwendigen Zertifizierungen zehn bis 15 % teurer als bisher verwendete. Verkraftbar, der Natur zuliebe. Was den plötzlichen Paradigmenwechsel in der Branche aber tatsächlich vorantreibt, sind die Kunden. Journalistische Aufklärungsarbeit, Negativschlagzeilen und erste sich bemerkbar machende Klimafolgen haben die Verbraucher aufgerüttelt, mehr Transparenz von den Sporttextilherstellern zu fordern. Unternehmen mussten dringend reagieren. Dies zeigt sich schon jetzt beim diesjährigen Fashion Transparency Index: Adidas, Reebok und Patagonia führen die Liste mit über 60 % der erreichbaren Punktzahl an. 2017 konnte keine der knapp 150 analysierten Marken überhaupt die 50 %-Grenze knacken – also ist das aktuelle Ergebnis ein bedeutender Schritt.

Viele Outdoor-Unternehmen haben gemerkt, dass die Anforderungen an Kleidung komplexer werden und ihr bisheriges Geschäftsmodell so nicht weiter

bestehen bleiben kann. Ein Pionier im Sustainability-Denken ist der deutsche Sportartikelhersteller Vaude. 2015 wurde das Familienunternehmen beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis zur nachhaltigsten Marke Deutschlands ausgezeichnet, 2019 erreichte es beim bundesweiten Ranking der Nachhaltigkeitsberichte Platz 1 für beste Transparenz. Ausruhen will sich Chefin Antje von Dewitz aber trotzdem nicht: Bis 2020 sollen alle Vaude-Kollektionen PFC-frei sein. Auch der Münchner Funktionsspezialist Sympatex ist mit seinem nachhaltigen Unternehmensfahrplan Vorreiter. Schon 2017 präsentierte die Marke eine klimaneutrale Funktionsjacke, die gleichzeitig recycled und recycelbar ist. Bis 2030 sollen all ihre Lamine einem komplett recycelbaren Kreislaufsystem entstammen, heißt: Ihre Rohmaterialien sollen in Zukunft zu 100 % aus zirkulär gewonnenen Alttextilien hervorgehen.

Die Herausforderung, vor der die Sportausstatter nun stehen, gleicht der Besteigung der Zugspitze durch die Höllentalklamm. Tragekomfort und ansprechendes Design müssen neben ökologischem Materialeinsatz gewährleistet bleiben, Produktionsketten müssen zu Kreislaufsystemen umfunktioniert werden und die Ware muss fair und transparent zum Kunden gelangen. Wer schon einmal einen solchen Berg bestiegen hat, weiß eines ganz genau: Es kostet zwar einiges an Kraft, lohnt sich aber am Ende umso mehr. ●

FAIR FA- SHION



14

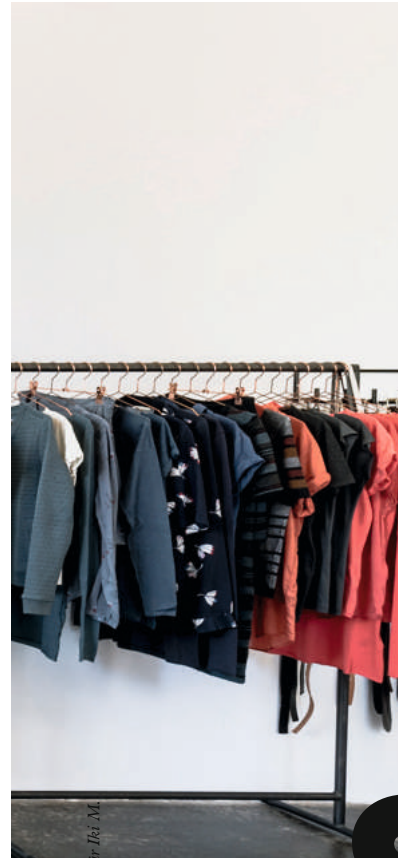


Foto: Benjamin Morn für Iki M.

STORES

Die Modestadt München bietet freilich viele gute Läden mit schönen Kollektionen. In welchen Stores tatsächlich faire Looks an der Kleiderstange hängen, erfährst Du hier.

15

A Better Story

*Frauenstr. 2a
80469 Altstadt-Lehel*

Heldengeschichten tragen schon seit unserer Kindheit zu einer besseren Welt bei. Bei A better story werden Geschichten mutiger und visionärer Designer erzählt. Nicht das reine Produkt, sondern die Story dahinter, sorgt für den besonderen Flair. In diesem Concept-Store wird viel mehr geboten als der Eco-Mainstream: Fair-Fashion, Schuhe, Accessoires, Interieur und Vintage Möbel mit Hintergrund. Diversität und Zukunftsgedanken für eine bessere Welt und eine bessere Story. **N.U.**



In der Auenstraße
finden sich coole
Eco-Streetwear
Labels.

Phasenreich

*Reichenbachstr. 23
80469 Glockenbachviertel*

Ob für Kaffee-Liebhaber, Fashion-Ikonen oder Schatzsucher, der nachhaltige Concept-Store Phasenreich bietet für jeden Geschmack etwas an. Der Laden ist gleichzeitig ein Bio-Café, Fair Fashion Store und Ort für außergewöhnliche Geschenkideen. Die Gründer von Phasenreich wählen Hersteller und Lieferanten aus, die garantieren, dass beim Anbau der Rohstoffe und der Herstellung die Umweltbelastung so gering wie möglich gehalten wird. Die Kleidung im Phasenreich ist alles andere als „typisch Öko“, sie vereint faire Herstellungsbedingungen mit Stil. **E.B.**

Foto: A Better Story

Modische Hotspots

Shoppen in München und Umgebung macht Spaß — und wird noch besser, wenn wir uns danach guten Gewissens im Spiegel betrachten können. Auf den folgenden Seiten haben wir jede Menge Stores gelistet, die faire und nachhaltige Produkte anbieten.

Pearl

*Reichenbachstr. 35
80469 Glockenbachviertel*

Die Perlentaucherin. Seit 1997 gibt es mitten im Glockenbachviertel die Schatzgrube Pearl. Ladeninhaberin Christa Kararis Herz gehört kleinen, wenig bekannten JungdesignerInnen, deren Kleidung sie handverlesen in ihrem Laden verkauft. Neben echten Münchner Labels wie Too Hot to hide und Me&May finden sich hier auch Marken wie IchJane aus Berlin und Gy'Bell aus Köln. **E.B.**

Avantgardress

Schornstr. 8
81669 Au-Haidhausen

„Less is More“ ist das Motto, nach dem der Onlineshop Avantgardress nachhaltig strebt. Zwischen etablierten und neuen Labels finden Frauen hier handmade Mode für jeden Geschmack. Das Angebot von Farben und Mustern ist breit gefächert, genau so die Preise. Obwohl es ein Online-Shop ist, gestaltet Avantgardress ihren Versand klimafreundlich und nachhaltig. Ein zusätzlicher Showroom ermöglicht den Online-Einkäufern die Kleidung vor Ort anzuprobieren. **A.E.**

Auryn

Reichenbachstr. 35
80469 Glockenbachviertel

Früh übt sich : Mit schadstofffreien Materialien und fairen Herstellungsbedingungen verkauft Christine Frehe- Reynartz seit über 23 Jahren Kindermode und Spielzeug. Neben zahlreichen Lieblingslabels ist auch eine eigene Kollektion AURYN ORGANIC in ihrem Laden im Gärtnerplatzviertel zu finden. Originelle und farbenfrohe Bodys sowie Shirts lassen Kinderherzen höher schlagen, ebenso die süßen Kuschtiere der Eigenmarke *Auryn Baby*, mit der sich die Besitzerin sozial engagiert. Aber auch Mama's kommen hier nicht zu kurz: von Basics über Unterwäsche bis hin zu Pflegeartikel werden auch sie auf ihre Kosten kommen. **F.v.O.**

DK Stil

Siegfriedstr. 11
80803 Schwabing West

Besondere Münchner Labels und Schätze aus der ganzen Welt: Bei DK Stil finden sich liebevoll zusammengestellte Produkte, ob Schmuck, Accessoires Bekleidung oder sogar Interieur. Fair produzierte Produkte, von kleinen unbekannt Labels, die nicht an jeder Ecke zu finden sind. Wer sich entscheidet, hier einzukaufen, bekommt besondere Teile, mit Qualität zu fairen Preisen. **E.B.**

Foto: Stephanie Kahnau

Lokale Design-
Fundstücke
sammeln sich
im Hier Studio.



LouLoute

Gollierstr. 33
80339 Schwanthalerhöhe

Nähatelier und Kreativ-Location verbindet Selfmade und Design. Die beiden Gründerinnen Claire & Monika wollen ein Zeichen gegen den Massenkonsum setzen und damit Aufklärungsarbeit leisten. Mit ihrer eignen Modelinie „Claire Massieu“ designen sie zeitlose, elegante Kleidung, welche es auch als Schnittmuster zu kaufen gibt. Das Nähatelier lädt dazu ein, selbst tätig zu werden für einen unverwechselbaren Touch. Denn nur wer selbst einmal hinter einer Nähmaschine gesessen hat, geht bewusster mit Textilien um, sind die Inhaberinnen überzeugt. **F.v.O.**

Hier Studio

Innere Wiener Str. 24
81667 Au-Haidhausen

Textildesignerin Stephanie Kahnau designt nicht nur selbst Damenmode und Accessoires, sondern bietet in ihrem *Hier Store* lokales Design für Männer, Frauen und Kinder. Sie vereint knapp 20 bayerische Labels aus den Bereichen Mode, Produktdesign, Kosmetik, Papeterie, Bücher, Pflanzen und Heimtextilien. Im dazugehörigen Studio finden regelmäßig Handlettering Workshops statt. **M.S.**

Boudi Soul Store

*Clemensstr. 15
80803 Schwabing-West*

„Boudi. Become who you are.“ Das 2018 gegründete Label bietet einen schönen Mix aus Kleidung, Schmuck, Essen und Do it Yourself (DIY) Workshops. Alles mit Liebe zur Natur und Handarbeit kreiert, dient es als Raum zur Selbstverwirklichung, Inspiration und zum kreativen Austausch. Ob Groß oder Klein - es soll die Lust erwecken, man selbst zu sein. „Let every day be a boudiful day“. **F.v.O.**



Liebevoll eingerichtet ist der dreigeschossige Bella Natura Store in der Herzogstraße.

Liebschaften

*Herzogstr. 84
80796 Schwabing*

„Mix and Match“ bekommt hier eine völlig neue Bedeutung: Mit über 40 verschiedenen Marken aus der ganzen Welt und einem Sortiment, das vom Regenmantel über den Anzug bis hin zum Armbändchen reicht, wird die Entscheidung schwer fallen, sich bei den vielen Matches auf nur eine neue Liebschaft einzulassen. Circa alle zwei Monate gibt es die Möglichkeit, Schnäppchen zu ergattern, wenn beim Lagerverkauf das Feuer alter Kollektionen wieder entfacht. **A.P.**

Diskosirup Fashion

*Wörthstr. 13
81667 Haidhausen*

Ein Herz für Extravaganz: Im Concept Store Diskosirup findet man Schmuck, Keramik, Papeterie und Naturkosmetik, vornehmlich von Münchner und kleinen deutschen Manufakturen. Neben der Diskosirup-Hausmarke mit veganen Taschen, Kissen und Mode werden auch skandinavische Labels angeboten. Viele Produkte sind handgemacht und haben einen gewissen Twist, die das Leben bunter machen - nach dem Motto „disko up your life“. **M.S.**

Foto: Kyle Heinze

Dear Goods

*Baaderstr. 65
80469 Glockenbachviertel*

Zwischen Vintage-Holzkommoden und frisch gepflückten Wiesenblumen hängen an vergoldeten Rohrkleiderstangen allerlei Schmuckstücke. Liebevoll präsentiert und nach Farben sortiert, werden in diesem Store nur Marken angeboten, die den strengen Kriterien voll entsprechen: fair, vegan und möglichst ökologisch. Dear Goods steht für faire Herstellung, fairen Handel sowie Tier- und Umweltschutz. Drei Herzen im Logo repräsentieren genau diese Werte - eine Herzensangelegenheit. **N.U.**

Bella Natura

*Haimhauserstr. 6
80802 Schwabing*

Drei Etagen Öko - klingt lame, ist es aber nicht! Seit Mai 2018 befindet sich der „New Concept Store“ in der Herzogstraße, der unter anderem mit Labels wie People Tree und Armedangels eine junge Zielgruppe anlockt. Die warmherzige Art der Besitzerin Kayla überträgt sich auf den Store und erzeugt eine Wohlfühlatmosphäre. Den Standort in der Haimhauserstraße gibt es schon seit über 15 Jahren. Mit der langjährigen Expertise über Labels, Hersteller und Lieferanten wird die Ware für beide Läden sorgfältig ausgewählt. **A.P.**

Iki M.

*Adalbertstr. 45
80799 Maxvorstadt*

Iki M. ist ein kleines, aber feines Münchner Modelabel mit großer Vision: Nachhaltigkeit und Fairness stärken. Alle T-Shirts und Sweatshirts bestehen zu 100 % aus Eco-Baumwolle, und als Mitglied der „Fair Wear Foundation“ tragen sie auch zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen für viele Tausende ArbeiterInnen bei. Die eigene Kollektion ist chic, aber gleichzeitig auch lässig. Wenn man weiße Sommerkleider im Ethno-Stil sucht, wird man hier garantiert fündig: ganz nach dem Motto „Vive la Biohème“! **A.L.R.**

Veganista

Barer Straße 36
80333 Maxvorstadt

„Klein, aber oho!“ So bezeichnen Rahel und Bettina ihre feine Boutique in der Nähe der Pinakotheken. Ob Fashion, Schuhe oder Accessoires, hier wird das Veganista-Herz höher schlagen. Unter den Prämissen hergestellt: vegan – ohne Tierleid, ökologisch – ohne Schaden für die Natur und fair – unter sicheren und existenzsichernden Arbeitsbedingungen. So werden die Artikel sorgfältig ausgewählt. **A.P.**

MA:1

Rothmundstr. 6
80337 Ludwigsvorstadt

Im Atelierladen in der Ludwigsvorstadt finden sich handgemachte Einzelstücke und Klassiker der Modewelt. Klare Linien, zeitlose Schnitte und qualitative Materialien. In Kleinserie fertigt Angela Martens direkt in München individuelle Modelle. Von Alltagskleidern über Kommunionkleider bis hin zu individuellen, maßgefertigten Brautkleidern. Ein Blick in ihre sorgfältig dekorierten Schaufenster bestätigt: Hier wird mit viel Liebe genäht. **N.U.**

Heimlich Laut

Theresienstr. 63
80333 Maxvorstadt

Lässige Wohnzimmer-Atmosphäre, old-school Musik, die aus Plattenspielern dringt – so sind die Vibes im „heimlich laut – organisch anders“ Concept Store. Angefangen beim Licht über Mode- und Lifestyleprodukte bis hin zur individuellen Einrichtung folgt alles einem nachhaltigen System. Dem Betreiber-Duo Christoph Bauer und Nepomuck Distl ist es wichtig, dass alle Produkte von jungen Marken oder Start-Ups stammen, die umweltverträgliche Ideen mit Qualität vereinen. Labels wie Bleed Clothing, Dedicated oder Mud Jeans garantieren eine ökologische und faire Produktion. **A.L.R.**

Fotos: Sascha Klentzsch

About Given

Baaderstr. 55
80469 Gärtnerplatzviertel

„We believe in the good(s) of given“ – unter diesem Motto wandelte sich das frühere „glore München“ zum „About Given“ Store. Der Name ist Programm und fordert dazu auf, das Gegebene zu schätzen und daraus etwas Neues, Besseres zu machen. Seit zehn Jahren steht die Werthaltigkeit der Produkte im Vordergrund. Für Frauen, Männer und Kinder gibt es ein breites Sortiment an zeitlosen Lieblingsteilen und Basic-Stücken. Sie sollen Freude machen und gleichzeitig Ressourcen schonen. Are you a believer too? **A.L.R.**

Seestraße 7

Seestraße 7
83254 Breitbrunn

Ein antiker Nähmaschinentisch neben weitläufigen Fenstern mit Blick auf den Chiemsee und rundherum Natur pur. Einfach ist hier lediglich der Name. Im Seestraße 7 wird Konfektion für Männer angeboten, die Wert auf Qualität, Passform und Handwerk legen. Dieser Herrenausstatter hat den Massenprodukten abgeschworen und bezieht lediglich von wenigen, anspruchsvollen Labels. Hier wird einzigartigen Produkten ein Forum geboten, dessen handwerkliche Kunst heutzutage mangelnde Aufmerksamkeit erfährt. **N.U.**

Marie Morenz

Reichenbachstr. 2
80469 Glockenbachviertel

Generation Greta zeigt, Nachhaltigkeit ist längst kein Erwachsenen-Thema mehr. Linda Tippner bietet mit ihrem Store und dem gleichnamigen Label hochwertige und individuelle Kindermode. Vom ersten Sakko über das gepunktete Rüschenkleid bis hin zur hippen Haarspange mit rosa Tüll können selbst die Jüngsten modebewusst im Kindergarten oder auf dem Pausenhof punkten. Die Praktikabilität lässt die Designerin dabei nicht außer Acht, schließlich sollen die Teile die eine oder andere Qualitätsprobe ihrer Träger überstehen. **S.C.B.**



Das Sortiment von About Given ist auf Groß und Klein sorgfältig abgestimmt.

INSIDE FAST FASHION

Thi Nyguen nähte bei 40 Grad im Schatten in einer vietnamesischen Textilfabrik. Was nicht gerade nach einem Traumpraktikum klingt, sieht sie als Erfahrung — sie erlebte hautnah, wovon die meisten Konsumenten nicht mal etwas hören wollen.

TEXT Meryem Sener

Spätestens seit 2013 die Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch einstürzte und mehr als 1.100 Menschen unter sich begrub, ist klar: Unsere Kleidung wird von Menschen hergestellt, die unter problematischen, oftmals lebensgefährlichen Bedingungen arbeiten. Das Bewusstsein über diese Umstände mag zwar gestiegen

sein, doch ein richtiges Umdenken hat in den meisten Köpfen noch nicht stattgefunden. Dafür sind diese Textilfabriken wohl zu weit weg von unserem Alltag.

„Ich finde, es ist wichtig zu wissen, woher die Kleidung kommt, die man trägt.“ Thi Nyguen, 23 Jahre alt,

studiert Mode Design an der AMD Akademie Mode & Design in München. Sie beschäftigt sich täglich mit Stoffen, Schnitten und Nähten. Als das Praktikumsemester näher rückte, entschieden sich ihre Mitstudentinnen für angesagte und bekannte Labels. Thi bewarb sich bei einer Textilfabrik in der vietnamesischen Stadt Haiphong an der Nordküste des Landes. Auch die Marke Seidensticker hat eine Produktionsstätte in der drittgrößten Stadt Vietnams.

Foto: Meryem Sener

„Ich dachte mir, ich bin noch nicht so gut im Nähen, ich brauche das Handwerkliche. Deswegen wollte ich sehen, wie die das machen. Einerseits machte ich das also für mich, andererseits habe ich mir gedacht: Wo fängt alles an?“ Ihre Cousine half bei der Bewerbung und stellte sie vor. Sie ist selbst Näherin in der Fabrik. Sogar hochschwanger kam sie bis zum 8. Monat jeden Tag in die Arbeit. Thi, die selbst vietnamesische Wurzeln hat, tauchte so für drei Monate in die asiatische Fast Fashion-Produktion ein.



Thi Nyguen arbeitete in Vietnam im Akkord. In der Nähwerkstatt der AMD Akademie Mode & Design fühlt sie sich wohler.

„In den ersten zwei Wochen hab ich mich jeden Abend erstmal aufs Bett gesetzt und geweint. Es war körperlich anstrengend und es ist eine ganz andere Arbeitsatmosphäre, als ich es vom Nähunterricht an der Uni gewohnt bin.“ Thi war in allen Bereichen der Firma beschäftigt. Anfangs arbeitete sie in der Nähfabrik, bis sie genauso schnell wie ihre Kolleginnen war. „Ich habe am ersten Tag über 200 Bündchen genäht, doch selbst das war für die dortigen Vorgaben zu langsam.“ Dann übernahm sie andere Aufgaben, wie die Schnitte und Nähproben. Die Studentin arbeitete

60% der Arbeiter in Dhaka, Bangladesch, leisten regelmäßig illegale Überstunden. (Quelle: *Fashion Revolution*, „*Garment Worker Diaries*“)

57% der weiblichen Textilarbeiterinnen in Bangalore, Indien, berichten, verbal misshandelt worden zu sein. (Quelle: *Fashion Revolution*, „*Garment Worker Diaries*“)

80% der 15 Millionen in der asiatischen Textilindustrie Beschäftigten sind Frauen. (Quelle: *Kampagne für Saubere Kleidung*)

mehr als zehn Stunden am Tag. Da die Mitarbeiter nach Produktzahlen bezahlt werden, kamen auch viele schon um 6.00 Uhr und machten Überstunden. „Weil im Sommer die Kollektionen für den Winter produziert werden, habe ich teilweise bei 40 Grad genäht, man sitzt da unter Bergen von Jacken.“ Das Arbeitsumfeld belastet die Näherinnen nicht nur körperlich. Auch psychisch ist der Druck enorm.

Laut Berndt Hinzmann von der Organisation *Kampagne für Saubere Kleidung*, die sich für bessere Bedingungen der Arbeiter in der Textilindustrie einsetzt, sind die Zulieferer und Fabriken der Modehäuser verstärkt aggressiven Einkaufspraktiken ausgesetzt. Die Brands drohen damit, Aufträge zurückzuziehen, wenn Preis und Liefertermin nicht ihren Vorstellungen entsprechen. Dieser Druck wird wiederum an die Näherinnen und Näher weitergegeben, die Zwangsüberstunden leisten müssen oder keinen Lohn bekommen.

In This Fabrik wurden die verschiedenen Arbeitsschritte auf Gruppen verteilt, die jeweils einen Gruppenleiter hatten, wie zum Beispiel das Anfertigen der Schnitte. Eine Liste informierte am Anfang des Monats darüber, welche Stückzahl erreicht werden muss – egal, wie viele Stunden dafür nötig sind. Doch nicht nur strenge Gruppenleiter, sondern auch die Mitarbeiter übten untereinander

Druck aus. „Wenn sie schneller nähen als du, machst du ja ihren Schnitt kaputt. Deshalb pushen sie dich auch und fragen, wieso du so langsam arbeitest oder wo ihre Ware ist, weil sie ja auch weiternähen müssen“, erinnert sich Thi. „Es kann auch sein, dass die Geschäftsführung den Gruppenleitern sagt, dass sie einen Mitarbeiter unter Druck setzen sollen, damit der dann von alleine kündigt. Das wird nicht laut kommuniziert, aber das bekommt man mit.“ In anderen Fabriken, zum Beispiel in Bangladesch, herrschen sogar lebensgefährliche Arbeitsbedingungen. Hier sind die Arbeiter schutzlos Färbemitteln und Chemikalien ausgesetzt, die sich in die Haut und die darunter liegenden Gewebe fressen. Eine anlässlich der Olympischen Spiele 2008 in Peking durchgeführte Studie der *Kampagne für Saubere Kleidung* legte die katastrophalen Sicherheits- und Gesundheitsvorkehrungen in den untersuchten Betrieben in China, Indien, Indonesien und Thailand offen.

Thi verdiente im Monat 50 Euro. Wie ist das heute noch möglich?

Doch auch die Näherinnen an This Arbeitsplatz erzählten ihr, dass in einer lokalen Schuhfabrik teils giftige Kleber benutzt wurden, mit der Folge, dass die Arbeiterinnen unfruchtbar wurden. „Dagegen war meine Firma nicht ganz so schlimm.“ Laut Fashion Revolution (ein global vernetzter Zusammenschluss von Menschen, die in der Modebranche arbeiten und sich für Fair Fashion engagieren) ist Transparenz in der Fast Fashion gar nicht so einfach zu realisieren. Der Großteil der Modemarken und -händler lagert die Produktion auf hunderte, manchmal sogar tausend externe Manufakturen und Lieferanten aus, die wiederum eigene Verträge mit kleineren Fabriken schließen. Diese globalisierte Lieferkette kann deswegen nicht so einfach kontrolliert werden. Das nutzen einige Marken allerdings auch als Vorwand, um sich vor der Verantwortung für die Art und Weise, wie ihre Produkte hergestellt werden, zu drücken.

Thi wusste nicht, für welche Marken sie in der Fabrik in Haiphong nähte; die Belegschaft wird darüber nicht informiert. Auch über die Etiketten lässt sich nichts herausfinden. „Den Näherinnen ist auch nicht bewusst, dass die Produkte für viel Geld verkauft werden und ihnen viel zu wenig bezahlt wird.“ Für einen Monat bekam Thi umgerechnet 50 Euro. Ihren Lohn verteilte sie an die anderen Näherinnen. „Sie haben mir viel gehol-

fen, und es ging mir nicht um das Geld.“ Ab umgerechnet ca. 500 Euro kann ein Arbeiter in Vietnam eine kleine Familie ernähren. Dieser Lohn ist also auch im lokalen Vergleich sehr gering – und vor allem unfair. Denn der Anteil des Lohns einer Näherin am Produkt-Verkaufspreis liegt laut Berndt Hinzmann nur zwischen 0,4 bis ein Prozent. Laut der Studie von Clean Clothes Campaign verdienen auch die Textilarbeiter in anderen asiatischen Ländern bis zu 50 Prozent weniger als der gesetzlich festgelegte Mindestlohn.

„Ich finde es sehr wertvoll, als Modestudentin dort gewesen zu sein. Auch wenn ich später nicht direkt Kleider herstelle, sondern entwerfe, ist es ja dieselbe Branche“, resümiert Thi. Trotz der harten Zeit ist sie froh, diese Erfahrung gemacht zu haben. „Ich habe davor sehr unbewusst Mode konsumiert, mir waren die Hintergründe nicht so wichtig. Erst als ich alles gesehen und erlebt habe, bin ich aufmerksamer geworden und gehe jetzt auch verantwortungsvoller in meinen Beruf. Ich achte zum Beispiel auf die Stoffmengen und versuche, so wenig wie möglich zu verschwenden.“ Eine Erfahrung, von der sicher nicht nur Modestudenten profitieren würden. Denn neben den Herstellern sind es die Konsumenten, die den nötigen Druck ausüben können, damit mit der Nachfrage auch das Angebot an fair produzierter Mode steigt. ●

Kleine Schön- macher

Nachhaltigkeit geht auch bei Accessoires und Beauty. Wo die kleinen Glücksmacher zu finden sind? Na hier!

Organic Luxury
Residenzstr. 23
80333 Maxvorstadt

Direkt in der Innenstadt zwischen Odeonplatz und Maximilianstraße befindet sich diese kleine Oase des Glücks. Im Organic Luxury findet man ausschließlich Naturkosmetik, ausgewählt nach strengen Kriterien in Bezug auf Qualität, Nachhaltigkeit und Wirksamkeit. Die Produktpalette reicht dabei von Anti Aging Produkten über Haarpflege bis hin zu exklusiven Düften. Je nach Stresslevel kann man sich im hausinternen Day Spa Gesichtsmassagen oder Ganzkörper-Peelings gönnen. **S.C.B.**

Fotos: L'Atelier, Menorca

Green Glam
Apothekergäßchen 3
86150 Augsburg

Die gebürtige Schwedin Christina Kraus hatte eine Vision: Auch der Beauty-Markt muss nachhaltig werden. Heute ist sie Ladenbesitzerin von Green Glam. Im Apothekergässchen in Augsburg präsentiert sie ein Sortiment von über 100 Natural-Beauty-Marken, darunter große Namen wie Dr. Hauschka, aber auch kleine Nischenprodukte. Mit ca. 300 Quadratmetern ist Green Glam einer der größten Naturkosmetikvertrieber in ganz Europa. Das Tolle daran: Den Shop gibt's auch online! **O.S.**

Freitag Store
Am Einlaß 1
80469 Altstadt-Lehel

Bei den Zürcher Grafikdesignern Markus und Daniel Freitag ist Truckspotting angesagt. Stets auf der Suche nach neuen Mustern und seltenen Farben. Inspiriert vom bunten Fernverkehr, entwickelten sie 1993 Taschenunikate aus ausgedienten Lastwagenplanen. Im Münchner Store, ganz im Industrial-Style, finden sich einzigartige Exemplare in postfachartigen Wandschubladen. Dazwischen platziert weit gereiste Unikate, Fahrbahnstreifen auf dem Boden. Ein Traum für Individualisten und abgefahrene Einzelstücke. **N.U.**

Jutelaune
Herzogstr. 79
80796 Schwabing

Wer sich nach Urlaub, Sonne und Meer sehnt, sollte dem Store von Julia einen Besuch abstatten. Die traditionellen spanischen Schuhe – Avarcas aus Menorca und Espadrilles aus La Rioja – werden handgefertigt und verleihen jedem Outfit ein Stück Sommerbrise. Seit Juli 2018 gibt es den Laden in Schwabing, in dem man Schuhen und (Wohn-) Accessoires, wie Taschen, Kissenbezügen, Vasen oder Blumentöpfen finden kann. Ihre Produkte findet Julia auf ihren Reisen. Mit vielen Herstellern verbindet sie inzwischen eine enge Freundschaft. **A.P.**

Weißes
Espadrilles
aus Napaleder
mit geflochtener
Jute und
Gummi-
sohle.



Trachten- schätze

Trachtenfummel gibt es in
München an jeder Ecke.
Wo Du aber handgefertigte
Dirndl und faire Lederhosen
findest, zeigen wir Dir hier.

Coco Vero
Adalbertstr. 35
80799 Maxvorstadt

Fashion-Zeitgeist trifft auf bayerische Dirndl-Tradition. Die beiden Gründerinnen des Münchner Trachtenlabels Coco Vero lassen sich für ihre Kreationen von Vintage-Stücken inspirieren. Ihr Repertoire reicht vom neu interpretierten Wasch-Dirndl (Cotton-Dirndl) über die Spitzen- und Baumwollbluse bis hin zum maßgeschneiderten Hochzeitsdirndl. Verziert mit Silberknöpfen und großen Schleifen entsteht eine Schnittstelle zwischen traditionsreichem Design und modischem Geschmack. Mit dem Hashtag #coco verogirl hat das Label auch schon Instagram erobert – der ultimative Beweis dafür, dass Brauch auch heute noch Bestand hat. O.S.

Tradition schließt
Fashion-Zeitgeist
nicht aus.



Foto: @CocoVero Trachten München

Bei Coco Vero finden
sowohl Mann als auch
Frau coole
Trachtenmode.

Clara Dorothea
Adalbertstr. 43
80799 Maxvorstadt

Neben Handwerk und Tradition ist das Kennzeichen des Trachtenlabels aus der Maxvorstadt vor allem Individualität. Die einzelnen Teile der Kollektion können nach Farbe, Muster und Material ausgewählt und beliebig kombiniert werden. Somit kann jeder Kunde seinen persönlichen Touch in die klaren Designs von Clara Dorothea mit einfließen lassen. S.B.

Zirbenfux
Renatastr. 83
80634 Neuhausen-Nymphenburg

Liebingsstücke, aus denen Erbstücke werden – das ist das Motto, auf dessen Fundament das Trachtenlabel Zirbenfux seine Firmenphilosophie stützt. Klares Design ohne viel Schnickschnack, liebevoll in Bayern produziert: eine Tracht für die Ewigkeit. Die Materialien dafür kommen fast ausschließlich aus dem deutsch-österreichischen Alpenland und werden in Handarbeit in Dirndl-Unikate verwandelt. Wer Tradition auf die moderne Art liebt, ist hier definitiv an der richtigen Adresse. O.S.



Geweiha
Aufkirchnerstr. 5
82216 Maisach

Viel Rosa, viel Romantik, viel Extravaganz. Dennoch klassisch. Das sind die charakteristischen Merkmale für Geweiha's Tracht. Seit 2007 entwirft Petra Schmidt-Grabsch ihre Dirndl und Lederhosen und verarbeitet sie von Hand. Ihre Kollektionen spielen jedes Jahr mit individuellen Silhouetten, ausgefallenen Farb-, Muster- und Materialkombinationen und erinnern an Märchenprinzessinnen. Neben einer eigenen Schmuck-Kollektion werden für die Herren Hüte und Socken angeboten. A.E.



Vintage-Mantel aus
Wolle: Herrenab-
teilung/Damenab-
teilung; T-Shirt: The
Second Gerdismann;
Perlenkette: Vintage
Love

Mi lle nni al Me n

Perlen, Blumen und Brokat — Nichts, was der männlichen Norm entspricht. Die neue Generation Mann trägt nicht nur Schmuck, sondern achtet auch auf nachhaltiges Konsumverhalten. Moritz und Flo zeigen in einem Mix aus Vintage- und Jungdesigner-Stücken eine moderne Interpretation von Sustainability.

FOTOS Julia Sang Nguyen



Links:
Vintage-Mantel
aus Wolle; Herren-
abteilung/Damen-
abteilung; T-Shirt
und Levis-Jeans:
The Second
Gerdismann;
Perlenkette:
Vintage Love

Rechts:
Vintage-Mantel mit
Streifenfutter: Boutique
Brigitte Lubini; T-Shirt:
Privat; Jeans: The Second
Gerdismann; Strassgürtel:
Second Hand Agentur





Links: Sakko: Marie Fee;
Smoking-Hemd: The
Second Gerdismann
Rechts: Sakko: Alva
Morgaine; Smoking-
Hemd: The Second
Gerdismann; Hose:
Silvio Agueci



Links & rechts:
Komplettlook:
Silvio Agueci;
Kette links:
Deine Schätze





Links: Creme-
farbenes Sakko:
Alva Morgaine;
Seidentuch: Gabin
Rechts: Sakko:
Capricorn Store;
Pailletenweste:
Kleiderpracht;
Seidentuch: Alexa's;
T-Shirt: Privat



Vintage-Lederwesten:
ReSales; Jeansshorts:
Fräulein Spitzbarth;
Cowboystiefel: The
Second Gerdismann



Transparentes Shirt:
Gabin

CONTRIBUTORS:

FOTOGRAFIN Julia Sang Nguyen

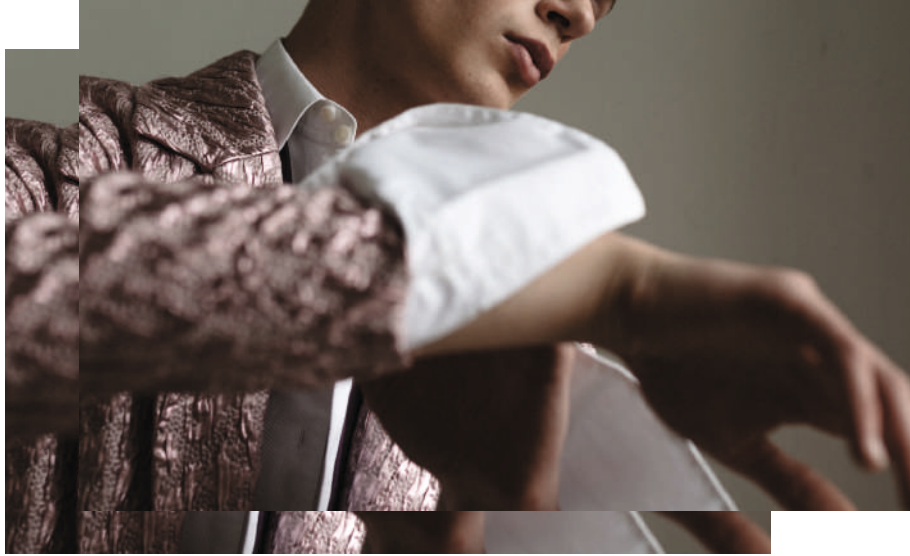
MODELS Moritz Emmenlauer & Florian Schwab

HAIR & MAKE-UP Ghalia Ebentheuer

STYLING Sophia Bilz, Ella Buß, Franziska von Oppenheim

ASSISTENZ Sintia Blakaj, Meryem Sener, Nadja Unterberger

LOCATION Akademie der Bildenden Künste München



Vintage Dreams

Vintage Love

*Frauenstr. 22
80469 Glockenbachviertel*

Auf 160 Quadratmetern entdeckt man im Vintage Love Pelz, Perlen und Pailletten der letzten fünf Jahrzehnte. Retro Glamour wird hier großgeschrieben, so groß, dass sie schon Hochglanzmagazine wie Vogue und Elle für ihre Mode-Shootings erlesene Vintage-Stücke ausgeliehen haben. Neben extravaganten Showlooks wird man auch für die nächste Wiesn in der Trachtenabteilung fündig. **S.B.**

**Wer nach besonderen
Second Hand-Shops in
München sucht, ist hier
genau richtig. Kleine,
mit viel Herzblut gestaltete
Stores stehen ganz im
Zeichen der Fairness.**

Foto: Julia Sang Nguyen

Auch bei unserem Shooting trugen die Models Vintage. Sakko von Marie Fee, Hemd von The Second Gerdisman.

Alva Morgaine

*Hans-Sachs-Str. 9
80469 Glockenbachviertel*

Mit ihrer „Wunderkammer für Vintage, Unikate und Kostbarkeiten“ erfüllte sich Alva Morgaine einen Lebenstraum. Und der kleine Laden im Glockenbach hält, was er verspricht. Zwischen Original-Mode von 1880 bis in die 1970er, lebensgroßen Wildkatzen aus Porzellan und viel Plüsch, taucht man in die fantasievolle und teils kuriose Welt der Münchnerin ein und vergisst für kurze Zeit den Alltagsstress außerhalb ihres Kabinetts. Tipp: viel Zeit mitbringen. **S.C.B.**

ReSales

*Lindwurmstr. 82
80337 Ludwigsvorstadt*

Mit fünf Filialen in München ist ReSales eine beliebte Anlaufstelle für Second Hand-Mode. Wer hier etwas finden will, muss Zeit mitbringen. Über Designermode, Alltagsoutfits und Haushaltstextilien ist von A bis Z alles dabei. Egal, ob für Mann, Frau, Kind oder Haustier. Das Unternehmen legt großen Wert auf ein Sortiment, das nur aus Second Hand-Artikeln besteht. Ihre Konsumenten lassen sie somit bewusst nachhaltig einkaufen. Die Preisspanne gleicht sich der vielfältigen Auswahl an, sie reicht von 50 Cent bis 400 Euro. **A.E.**

The Second Gerdismann

*Barerstr. 74
80799 Maxvorstadt*

„Gentleman first!“ heißt es bei The Second Gerdismann. Egal, ob Kleidung, Schuhe oder Accessoires, hier in der Maxvorstadt findet jeder-Mann ein neues Second Hand-Schmuckstück. Designerkleidung zum Beispiel von Acne, Dior, Marc Jacobs, YSL, Jil Sander, Segne, Martin Margiela, Etro, Dsquared oder Prada für Männer mit Stil. Nicht verkaufte Ware muss nach drei Monaten wieder abgeholt werden. So ist Abwechslung im Sortiment garantiert. **A.P.**



Neue Männlichkeit:
Perlen trägt
der Mann.

Designer Taschen & Mode

*Belgradstraße 3
80796 Schwabing*

„George, Gina & Lucy müssen leider draußen bleiben“, lautet die Maxime der Second Hand-Oase in der Belgradstraße. Dafür aber Chanel, Etro, Gucci und Dior. Vor allem Designer-Handtaschen warten hier auf einen neuen Zuhause. Da schlägt jedes Designerherz Saltos. Aber auch jede Menge Designer-Klamotten und Accessoires machen einen hier arm – und glücklich. **F.v.O.**

Alexa's

*Utzschneiderstr. 10
80469 München Altstadt*

Den ersten Vintagestore Alexa's gibt es schon seit 1985. Die heutige „Vintagequeen“ Alexa Schab gründete damals den Laden mit 34 Jahren und ist bis heute noch im Geschäft. Mit ihrem außergewöhnlich großen Sortiment, welches speziell für die Mode ab den 1950er Jahren ist, bedient sie hier Männer und Frauen mit „vergessenen“ Petticoat-Kleidern und Schlaghosen. **A.E.**

Capricorn Store

*Reichenbachstr. 30
80469 Glockenbachviertel*

Ein Mix aus modernen Pre-loved Designer-Stücken und neuen Lifestyle-Produkten bietet der kleine Store CAPRICORN inmitten des Glockenbachviertels. Sorgfältig ausgewählte Mode von Brands wie Céline, Balenciaga bis hin zu IRO und &Other Stories warten auf ihre neuen Besitzer. In der Einrichtung des Geschäfts liegt das Augenmerk auf verspielten, femininen Details, die sich in den Produkten und den Einzelstücken wiederfinden. **S.B.**

Gabin

*Georgenstr. 46
80799 Maxvorstadt*

Louis Vuitton, Prada, Fendi, Chanel. Der Second Hand-Store Gabin in der Maxvorstadt ist etwas für Design-LiebhaberInnen. Wer ein echtes Vintage Designer-Stück abstauben möchte, ist hier an der richtigen Adresse. Unter ausgewählten Teilen der bekanntesten Marken dieser Welt lassen sich echte Schätze entdecken. Schon allein wegen der aufwändigen Schaufenster-Inszenierungen ist der Store in der Georgenstraße einen Besuch wert. **E.B.**

Deine Schätze

*Reichenbachstr. 2
80469 München Ludwigsvorstadt*

Fendi, Louis Vuitton, Balenciaga – im Schaufenster des Second Hand-Shops am Viktualienmarkt treffen die großen Namen der High-Fashion-Branche aufeinander. Das Sortiment von exklusiver Markenbekleidung, Schuhen, Taschen und Accessoires lässt Vintage-Herzen höher schlagen. Qualität und Zustand der Luxusteile werden vor dem Verkauf von einem Team aus routinierten Einkäufern geprüft. Ihr Motto „aus zweiter Hand, aber keine zweite Wahl“ ist hier definitiv angebracht. **S.C.B.**

Blaugold

*Metzstraße 15
81667 Au-Haidhausen*

Blaugold ist ein waschechter Second-hand-Laden, in dem neben Kleidern auch Accessoires und Schuhe auf einen neuen Besitzer warten. Der Schatz des Stores ist aber die kleine Bücherabteilung mit vielen vergessenen Lektüren, deren Erlös zu 100 % Projekten in Afrika zu Gute kommt. Die Gründerin Sandra Ohler ist auch eine Verfechterin des „Buy Local“-Konzeptes, in dem es darum geht, die lokalen Händler der Region zu unterstützen. Das ist vor allem auch eine Frage der Leidenschaft. **A.L.R.**

Foto: Julia Sang Nguyen

Second Hand Agentur

Siegesstraße 20
80802 Schwabing-West

Eine wahre Schatzkammer, zu der Sie am besten direkt zum Monatsanfang kommen sollten, denn mit einem schmalen Portemonnaie kommt man nicht weit. Luxus, Luxus und nochmal Luxus. Verschlössen hinter Vitrinen reicht die Sammlung hier von Louis Vuitton- Koffern bis zum Chanel-Twin Set. Die extravaganten Teile bezieht Inhaberin Monica Arens von Münchens gut betuchten Kundinnen und Prominenten, die vom uralt Stück bis zur neuesten Kollektion alles in Zahlung geben. **F.V.O.**

Kleiderpracht

Kurfürstentr. 149
80801 Schwabing-West

Weg vom Mainstream, hin zur Individualität: Annette von Puttkamer ist der Meinung, dass guter Stil nicht teuer sein muss. Der Schlüssel ist ein Mix aus Designer- und Highstreetlabels. Deswegen gibt es in ihrem Second Hand-Store Kleiderpracht viele Designerstücke, zum Beispiel von Fendi oder Giorgio Armani, die mit der bestehenden Garderobe gemixt werden können. **M.S.**

Macy

Johannisplatz 20
81667 Au-Haidhausen

Ein großes Dankeschön geht an alle Modeliebhaber, die sich dazu entschließen, ihre Designer-Teile an einen weiteren Besitzer zu vererben, indem die Stücke bei Macy landen. Schon seit über 20 Jahren erfreut Barbara Dockhorn mit ihrem Laden, der Marken von MiuMiu über Chanel bis hin zu Dolce & Gabbana führt, Sammlerherzen und solche, die es noch werden wollen. Das Motto: *1st class, 2nd hand* – und das zu erschwinglichen Preisen! **O.S.**

**Herrenabteilung/
Damenabteilung**

Schwanthalerstr. 156
80339 Schwanthalerhöhe

Das Westend erlebt in den letzten Jahren einen Hype, der sonst eher in der Hauptstadt bei Bezirken wie Kreuzberg und Neukölln zu beobachten ist. Da passt es gut, dass Inhaber Stefan Daubenschütz mit seinem Second Hand-Laden in der Schwanthalerstraße ein „bisschen Berlin spielen“ will. Auf meterlangen Kleiderstangen an den Wänden hängt vor allem Kleidung aus zweiter Hand. Das Angebot ist groß und reicht vom H&M-Kleid bis zur Designer-Hose. Der Hauch von Berlin Luft tut München sichtlich gut. **S.C.B.**

Fräulein Spitzbarth — Second Hand

Schellingstr. 73
80799 Maxvorstadt

Die Liebe für Vintage liegt in der Familie. Anfangs arbeitete Frauke Spitzbarth im Second Hand Laden ihrer Mutter. Vor ein paar Jahren eröffnete sie dann direkt nebenan ihren eigenen Store mit Vintage Designerstücken, der anfangs nur gebrauchte Mode für Männer führte. Mittlerweile bietet die Inhaberin ausschließlich Second Hand-Designermode für Damen an. Man findet im Fräulein Spitzbarth Store jedoch nicht nur Taschen und Hosen, sondern auch eine Auswahl an Trachten. **M.S.**

EM Change

Blumenstraße 20
80796 Schwabing

Bei EM Change dreht sich alles um das Lieblingsstück Handtasche. Schnäppchenjäger dürfen sich über Designer-Handtaschen aus zweiter Hand freuen. Auch diejenigen, die ihr Lieblingsstück schon gefunden haben, kommen nicht zu kurz: Zusätzlich zum An- und Verkauf von Vintage-Bags bietet Em Change seinen Kunden einen Rundum-Service an: Ihr sogenannter „Taschen-Spa“ beinhaltet Reinigung, Reparatur und Pflege, damit der treue Fashion-Begleiter noch länger seine Dienste leistet. **O. S.**



Sakkos und Halstücher:
Alva Morgaine

Boutique Brigitte Lubini

Nordendstr. 4a
80799 Maxvorstadt

Inhaberin Brigitte Lubini steht immer selbst in ihrem kleinen Laden in der Maxvorstadt. Ganz einfach zu finden ist diese Vintage-Perle allerdings nicht. Lohnen tut es sich aber allemal: Designermäntel und andere Schätze aus unterschiedlichen Jahrzehnten findet man hier für kleines Geld. Die persönliche Beratung von Brigitte Lubini gibt es gratis dazu. Ein ziemlich guter Deal. **S.C.B.**

Foto: Julia Song Nguyen

MAMA, SO GEHT DAS NICHT!

Beim Thema Ökologie ändern sich familiäre Hierarchien zunehmend. Wir denken über das Greta-Phänomen nach — und zeigen Alltagsgegenstände einer 19- und einer 56-Jährigen im Bildervergleich.

TEXT Franziska von Oppenheim

Foto: Franziska von Oppenheim

Eltern in Frage zu stellen, sie zu kritisieren oder ihnen sogar Ratschläge zu geben, wie sie etwas besser machen könnten – das traute sich bewusst die 68er-Generation. Die nachfolgenden Töchter und Söhne blieben eher ruhig – bis jetzt: Die aktuell jüngste Generation, auch genannt Generation Z, hält von stummem Protest nicht viel, sondern fordert lautstark Veränderungen ein. Schülerinnen und Schüler gehen auf die Straße statt in Mathe – und mischen auch zuhause alles auf. „Wieso hast du keinen eigenen Beutel mitgenommen?“, fragt eine ca. 14-Jährige ihre Mutter an der Supermarktkasse, um dann die einzelnen Einkäufe kritisch zu kommentieren: „Der Käse ist ja doppelt in Plastik verpackt. Gab es das nicht anders?“ Mit inquisitorischen Fragen wie diesen sehen sich Eltern und Erwachsene heutzutage konfrontiert. Auch wenn der unerbittliche Tonfall manche schlucken lässt (haben sie nicht mit genau dieser humorlosen Kompromisslosigkeit den Nachwuchs noch vor kurzem aufgefordert, endlich das Licht auszumachen?), müssen sie sich eingestehen: Die Kinder, sie haben recht. Aber man hat eben schon immer so eingekauft. Es sind Gewohnheiten: Die Handgriffe im Supermarkt sind routiniert, im Kopf wird die Einkaufsliste abgearbeitet, ohne zu schauen, ob vielleicht daneben ein ökologisch wertvolleres Produkt steht.



Welches Zahnbürstenmodell mag das nachhaltigere sein? Die elektrische Variante, die Strom benötigt und einen regelmäßigen Zahnkopfwechsel, oder die Zahnbürste aus Plastik?



Veganes Shampoo, dafür aber Einmalrasierer? Ja, manchmal ist unser Nutzerverhalten widersprüchlich. Wichtig ist, erstmal einen Anfang zu finden und den umweltfreundlichen Gedanken zu verankern.

Nachhaltigkeit bedeutet auch, zweimal hinzuschauen, intensiver nachzudenken, bewusst zu handeln, vielleicht sogar einen weiteren Laden mit nachhaltigeren Alternativen aufzusuchen. Nicht leicht für auf *schnell-schnell*-geeichte Multitaskerinnen, in deren Zeitbudget die Rubrik „Einkauf“ bisher bestimmt nicht die größte war – und auch nicht werden kann. Hilft alles nichts, genau diese Mütter wissen ja am besten: Wenn ein Kind etwas will, ist es hartnäckig und gnadenlos ehrlich. Es wird nicht aufgeben, bevor die Eltern es so machen, wie es will.

Jüngstes Extrem-Beispiel: Greta Thunberg. Das Gesicht der heranwachsenden Generation, die aus Teilen der Gesellschaft mittlerweile 'Generation Greta' genannt wird. Sie steht für den Umbruch. Sie ist für die Umwelt ein Segen und ein Dorn im Auge der Großen und Mächtigen – nur eins ist sie nicht mehr: wegzudenken. Die schwedische Klimaschutzaktivistin wurde 2018 bekannt durch Schulstreiks für eine konsequentere Klimapolitik, wodurch sich eine globale Bewegung *Fridays for Future* entwickelte.



Back to the roots: Die gute alte Kernseife gewinnt wieder an Sympathie. Sprühdeo oder Deoroller? Sprühdeos beinhalten Treibgase, die unsere Umwelt ebenso wie unseren Körper belasten können.



Bekannte Kosmetikmarken leiden immer mehr unter einem Imageverlust. Eine große Chance für Nischen-Labels.



Foto: Franziska von Oppenheim



Glasverpackungen sind bei weitem umweltfreundlicher im Abbau als Konservendosen aus Aluminium oder Weißblech.

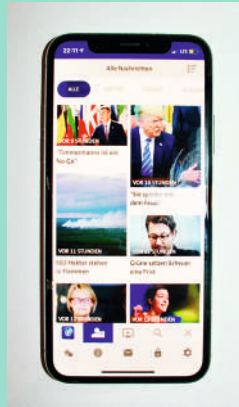


Besonders Obst, Früchte und Gemüse werden häufig importiert, was lange Transportwege bedeutet. Dabei werden fast ebenso viel Produkte lokal angebaut. Auf die Herkunft zu achten, zählt sich aus.

Mittlerweile gehört Greta zu den 100 einflussreichsten Persönlichkeiten des Jahres 2019, trotz ihres Asperger-Syndroms. „Ich sehe die Welt etwas anders, aus einer anderen Perspektive. Es ist sehr üblich, dass Menschen im Autismus-Spektrum ein besonderes Interesse haben.“ Ihr Weg kostete sie und ihre Familie viel Energie und Nerven, denn Greta nötigte die Eltern mit Hilfe von

Videos, Artikeln und endlosen Gesprächen, Verantwortung zu übernehmen: „Ich brachte sie dazu, sich schuldig zu fühlen.“ Harte Worte von einer 16-Jährigen. Familie Thunberg hat nicht nur auf vegane Ernährung umgestellt, sondern verzichtet auch aufs Fliegen, wofür die Mutter, Malena Ernmann, ihre Karriere als Opernsängerin an den Nagel hängen musste.

Aber halbe Sachen gehen für Gre-ta eben nicht: Ein bisschen nachhaltig sein funktioniert nicht. Dass Nachhaltigkeit eine komplette – und komplett neue – Lebenseinstellung ist, die deshalb nicht von heute auf morgen konsequent praktiziert werden kann, muss berücksichtigt werden. Wir sind anders groß geworden als unsere Eltern und Großeltern. Ihre Herausforderungen waren nicht der Klimawandel und Meeresvermüllung, sondern Kriege und Überleben, Hunger und Mangel. Das Thema Klimaschutz bringt derzeit die verschiedenen Generationen in einen enormen Konflikt. Als zu ungebildet, zu unselbstständig, zu unpolitisch werden die Generationen Y und Z immer wieder abgestempelt. Aufgewachsen mit Helikoptermüttern und -vätern, kommen die aktuellen rebellischen Stimmen eher überraschend – zumindest für jene Elterngeneration. Während wir mit unseren Eltern ein eher freundschaftliches Verhältnis pflegen, war deren Jugend noch von einer häuslichen Hierarchie geprägt. Den Eltern Kontra geben? Unmöglich. Junge belehren die Alten? Undenkbar. Doch die Zeiten haben sich geändert – trotz flacheren Rangordnungen zwischen Eltern und Kind. Oder gerade deshalb?



Deutschland verbraucht so viel Papier wie die Kontinente Afrika und Südamerika zusammen. Tägliche Nachrichten lassen sich schneller und einfacher mobil lesen.



Autofahren ist bequem, klar. Aber unsere Erde dankt uns nicht dafür. Öffentliche Verkehrsmittel oder Sharing-Systeme sind dann doch die effizientere Wahl.



Fotos: Franziska von Oppenheim

Probleme zu sichten, Themen offen anzusprechen und zur Diskussion zu stellen, nicht alles der Gewohnheit zu überlassen; das gehört zur DNA der neuen Generation. Früher ging es darum, nicht aufzufallen, keine Probleme zu bereiten, wegzuschauen und einfach zu funktionieren – Tugenden, die einem viel abverlangen, aber sicher keinen Mut. Wird dagegen die Wahrheit aus- oder angesprochen, werden die Dinge transparent, stehen Probleme deutlich im Raum – und es muss Verantwortung übernommen werden. Und dabei darf es nicht mehr um alt oder jung gehen, schließlich wird jeder dringend gebraucht. Wir sollten wegkommen von dem moralischen Totalitarismus. Den Stolz, sein Weg sei der richtige, sollten beide Generationen zurückstellen, sich zusammen setzen und voneinander profitieren. Das wir uns gegenseitig anfeinden und bewerten, ist ein trauriger Faktor, der uns nichts als wertvolle Zeit kostet. ●

Heute darf es nicht mehr um alt oder jung gehen, schließlich wird jeder dringend gebraucht.



Bis 2020 will Nespresso die Rücknahmekapazität für gebrauchte Kapseln auf 100 % steigern. Für den täglichen Gebrauch ist loser Kaffee dennoch die schonendere Umwelt-Variante.

FAIR FA- SHION



56



Foto: Dominik Kraushofer für Casa Nata

Auch für Münchens Modemacher ist Green Fashion auf dem Vormarsch. Wir stellen Dir die coolsten Labels und die Geschichten dahinter vor.

LABELS

57



Atelier-Feeling im Store & Studio von Akjumii und Fotografin Kirsten Becker.

Ak j u m i i

Zwei Münchner Designerinnen schwimmen gegen den Mainstream.

TEXT Sophia Bilz

Akjumii, ein ungewöhnlicher Name für ein Münchner Label. Beim genaueren Nachhaken wird jedoch klar, dass dahinter weder die große Liebe zu asiatischem Essen noch ein prägender Strandurlaub am östlichen Teil der Welt steht. Tatsächlich entstand der Fantasienname aus dem Grundgedanken der Marke, *a you and me*, der das Zusammenspiel von Designer und Kunden ausdrücken soll.

Fotos: Sophia Bilz

und anderen Fast-Fashion-Giganten einen ganz persönlichen Kampf anzusagen. Fair, nachhaltig und zeitlos – das soll ihre Mode sein und zeigt sich in den klaren, minimalistischen Designs für Mann und Frau. Produziert werden die Kleidungsstücke größtenteils *on-demand* in einer kleinen Fabrik in Ungarn mit sehr hohen Qualitäts- und Sozialstandards. Auf diese Weise wollen die beiden Designerinnen die Transportwege verkürzen und Überproduktion vermeiden. Auch bei der Wahl der Materialien und Stoffe wird das Thema Nachhaltigkeit großgeschrieben, statt auf Synthetik setzen die beiden Münchnerinnen auf Naturmaterialien.

„Wir produzieren Teile, die Trends und den Modedesignzyklus überleben sollen – kurz: Teile fürs Leben.“

Zwei Jahre nach der Gründung eröffnete Akjumii im Jahr 2015 einen Store samt Atelier gemeinsam mit dem Fotostudio von Kirsten Becker im Glockenbachviertel. In ihrem kleinen Kreativhaus bereichern sich die drei Frauen seitdem gegenseitig mit ihrem Sinn für Ästhetik und ihren individuellen Vorstellungen von Nachhaltigkeit. „Fotostudio und Laden ist eine schöne Kombination. Hier herrscht ein angenehmes Ateliergefühl“, erklärt Anna Karsch das Konzept.

Neben den regulären Öffnungszeiten können Termine auch nach Vereinbarung stattfinden. So bleibt mehr Zeit für eine individuelle Beratung und Einzelanfertigungen, um so konkreter auf die Wünsche der Kunde einzugehen. Klingt schon fast nach einem modernen Modemärchen. ●

www.akjumii.com

Nach ihrem Modedesign-Studium an der AMD München gingen Anna Karsch und Michaela Wunderl erst einmal getrennte Wege. Aber der Wunsch nach etwas Eigenem blieb. Während Anna wichtige Erfahrungen bei Iris van Herpen in Amsterdam sammelte, blieb Michaela an der Isar. 2012 war es dann soweit und sie gründeten gemeinsam ihr Label, vielleicht um der Welt von Primark



Die Akjumii Credos: transparency, sustainability and customer contact.

A y z i t B o s t a n

Spielerisch und schlicht, kunstvoll und komplex — Ayzit Bostan verbindet scheinbar Gegensätzliches und macht Mode mit Message, die mittlerweile Kultstatus erreicht hat.

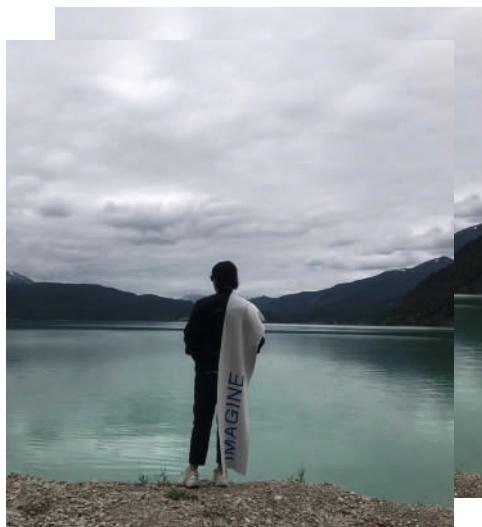
TEXT Franziska von Oppenheim

Die Schnittstelle zwischen Kunst, Design und Fashion besetzt keine so elegant wie Ayzit Bostan. Die gebürtige Türkin designt Mode mit Message und hat definitiv etwas zu sagen. Sie entscheidet frei, auf welche zum Teil provokante Weise sie dies tut und stattet so Bühnenstücke aus, nimmt an Kunstausstellungen teil oder arbeitet mit namhaften Marken zusammen, unter anderem dem Taschenspezialisten Bree. An Kreativität und Mut mangelt es Ayzit Bostan jedenfalls nicht und genau das wünscht sie sich auch von unserer Gesellschaft, deren aktuell nationalistische,

Aussagekräftige Mode, die dazu auffordert, eine bessere Welt anzustreben.

fremdenfeindliche Tendenzen sie ablehnt: „Oft ist es der Mut, der uns fehlt. Ich wünsche mir mehr Zivilcourage; Fehler einzugestehen ist keine Schande, denn sie sind da, um korrigiert zu werden.“

Ayzit Bostan weiß, wovon sie spricht: Die Schulabbrecherin hat über den zweiten Bildungsweg ihren Schulabschluss nachgeholt, eine Schneiderlehre absolviert



Fotos: Ayzit Bostan

Das Herz am rechten Fleck: Das hat die Mode von Ayzit Bostan definitiv.



und an der Münchner Meisterschule für Mode gelernt, wie man Schnitte konstruiert. 1995 hat sie schließlich ihr eigenes Label gegründet. Nur zwei Jahre später wurde sie mit dem Förderpreis für Design der Stadt München ausgezeichnet; mittlerweile lehrt sie außerdem als Professorin an der Kunsthochschule Kassel.

„Oft ist es der Mut, der uns fehlt.“

Ihre Entwürfe sind minimalistisch und gleichzeitig echte Eyecatcher, egal ob es sich um fließende Kleider mit Dreiviertelarm, Shirts mit Statement oder edle Accessoires handelt. Der Clou steckt im Detail, mal ist es der innovative Materialmix aus Naturstoffen und transparentem Ripstop, mal ist es ein provokanter Print in arabischer Schrift, der nichts anderes aussagt als „Imagine Peace“.

Kultstatus haben die Kette mit Wolken-Anhänger oder das Shirt mit Friedensbotschaft längst erreicht. Mit dem üblichen stressgeplagten Kollektionsrhythmus klassischer Fashion Brands hat Ayzit Bostan dennoch nichts am Hut: „Es sollen keine Trendteile entstehen, sondern langlebige, spannende Designs“, betont das Multitalent. „Wir produzieren nur *on demand*, in kleinen Auflagen. Die Materialien sind hochwertig, handmade und die Styles in München hergestellt.“ That’s it!

Ayzit Bostan, die München als Stadt mit höchster Lebensqualität liebt, in der man Natur, Kultur und gutes Essen gleichermaßen genießen kann, macht einfach ihr Ding, setzt ihrer Kreativität keine Grenzen – und zeigt dabei vor allem eins: Haltung! ● www.ayzitbostan.com



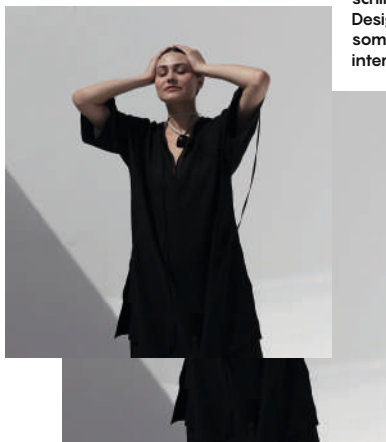
Imagine Peace steht in arabischer Schrift auf diesem Statement-Shirt.

C a s a N a t a

Purismus trifft auf Leichtigkeit — Designerin Carolin Sangha vereint ihre Vorliebe für die warme Jahreszeit mit schlichter Eleganz.

TEXT Sintia Blakaj

Schwarz in
schlichtem
Design,
sommerlich
interpretiert.



Reduziert, pur und zeitlos. Casa Nata steht für leichte Stoffe und klare Linien in Form von Tuniken oder Kleidern. Die Kollektionen sind in Editionen geteilt, meist in einem Farbschema, das sich durch die kompletten Entwürfe zieht. Der Fokus — ganz klar Sommer.

„Casa Nata sitzt zwar in München, ist aber vielmehr ein europäisches Label.“

It's always summer somewhere in the world heißt das Credo von Gründerin und Designerin Carolin Sangha und da bleibt sie sich treu. Fashion für die kalte Jahreszeit? Gibt's bei ihr nicht und das soll so bleiben. Casa Nata hat sich auf luxuriöse unkomplizierte Sommergarderobe spezialisiert und versucht diese auf höchstem Niveau zu kreieren. Ihre starke Verbindung zur wärmsten Zeit des Jahres entstand in ihrer Kindheit in Indien, wo Carolin aufwuchs.

Fotos: Dominik Krauslofer



Hauchdünne
Tuniken
machen das
Endless-Summer-
Flair komplett.

Die ersten Entwürfe des Münchner Womenswear Labels entstanden 2015 gemeinsam mit einer damaligen Geschäftspartnerin. Carolin kennt die Branche gut und hatte bereits während ihrer diversen Jobs in der Mode, unter anderem als Redakteurin bei Burda-Style, das Verlangen ihr eigenes Verständnis von Mode vermitteln zu wollen.

Mit Casa Nata legt sie daher viel Wert auf nachhaltige Stücke, die nicht nur eine Saison getragen werden, sondern langlebig bleiben. Espadrilles werden in einer traditionellen Manufaktur in Spanien handgefertigt, Stoffe kommen ausschließlich aus Italien und Portugal und werden in Bayern zu fertigen Tunika-Kleidern verarbeitet. „Casa Nata sitzt zwar in München, ist aber vielmehr ein europäisches Label, das Tradition und Handwerk sehr wertschätzt“, sagt Designerin Carolin. Faire Arbeitsbedingungen, nachhaltige Produktion und hochwertige Materialien sind neben der klaren Ästhetik ein wichtiger Bestandteil für die Modemarke. ●

www.casa-nata.com

Fitbuddha

„I hate hate“:
Statement-Shirts der
besonderen Art gibt's
bei Fitbuddha.

Bei über-
wiegend
Onesize-
Produkten
spielen
Größe oder
Geschlecht
keine Rolle.



TEXT Franziska von Oppenheim

„Wer Fitbuddha trägt, fällt definitiv durchs Raster“, findet Gründerin Senada Sokollu. Die studierte Politikwissenschaftlerin und Journalistin ist als Tochter zweier Immigranten aus dem früheren Jugoslawien in München aufgewachsen. Ihre Erfahrungen als Krisenberichterstatteerin an der türkisch-syrischen Grenze waren so prägend für Senada, dass sie beschloss, sich für die Menschen dort zu engagieren. „Als Journalistin ist man natürlich das Sprachrohr für Menschen, die viel zu erzählen haben. Ich wollte einfach noch mehr *machen* – im Sinne von helfen. Ein eigener Verdienst und die damit zurückgewonnene Selbstachtung ist gerade für Geflüchtete so wichtig“, sagt Senada.

2017 gründete Senada deshalb das Label Fitbuddha, das sich aus dem englischen *fit* im Sinne von *passen* und Buddha zusammensetzt. Die absichtlich friedliche und menschenliebende Attitude gehörte also von Anfang an zum Programm. Dass der Großteil der Fitbuddha-Kollektion aus Onesize-Produkten besteht, macht ebenfalls Sinn, denn Herkunft, Größe, Aussehen oder Geschlecht spielen für Senada ohnehin keine Rolle. Die ausgefallenen Schnitten und Designs der lässigen Knitwear-Pieces, Kimonos und Accessoires sind definitiv ein Hingucker auf dem sonst eher minimalistischen Fair-Fashion-Himmel. Und wirklich jedes Produkt wird von

Fotos: Senada Sokollu



Liebevoll
handgearbeite-
te Grobstrick-
Pieces sind das
Aushängeschild
von Fitbuddha.

Frauen in Not hergestellt – darunter Witwen und alleinerziehende Frauen, die vorwiegend in türkischen Dörfern leben. Bei den kreativen Prozessen werden sie zudem alle mit eingebunden und spontane Ideen der Strickerinnen werden nicht selten sofort in die Tat umgesetzt.

Grobstrick-Accessoires wie Shoulderbags oder Jumpers werden liebevoll und sorgfältig per Hand gestrickt; recycelte Materialien, wie Eichenholz-Knöpfe, die aus baufälligen Häusern der türkischen Schwarzmeerküste stammen, werden für Wintermäntel verwendet. Besondere Eye-catcher sind die handgewebten Kilims, die zum Beispiel in Form von aufgesetzten Taschen zu neuen Ehren kommen.

„Ich wollte einfach noch mehr machen — im Sinne von helfen.“

Dass sich Fitbuddha in den letzten Jahren so gut entwickelt hat und von modeinteressierten Menschen – auch jenseits von München – so gut aufgenommen wird, freut Senada natürlich sehr. Der soziale und nachhaltige Aspekt wird eben immer wichtiger und bedeutet langfristig, dass Senada Sokollu demnächst wohl noch mehr Frauen in krisengeschüttelten Ländern eine gewisse finanzielle und soziale Unabhängigkeit versichern kann. ●

www.fitbuddhastyle.com

Form of

Ein innovatives Label für außergewöhnliche Unisex-Mode, bei der Altersgruppe und Geschlecht keine Rolle spielen.

TEXT Ella Buß

Übergroße asymmetrische Schnitte, tiefschwarze Hochwasserhosen und aussergewöhnliche Silhouetten für jedes Geschlecht. Aus einer Master Bewerbung für das Royal College of Art in London entstand im Juli 2014 das Label Form of Interest. Die Gründerin Jessica Dettinger, gebürtige Münchenerin und gelernte Designerin, will mit ihrer Kleidung einen Kommentar zum Zeitgeist und eine Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen schaffen. In ihren Kollektionen macht sie keinen Unterschied zwischen Frauen- und Männermode.



Oversized Hosenrock mit Leoparden Print und gleichfarbigem, asymmetrischen Sweater.

Fotos: Sophie Waminger

„Ich habe mich immer gefragt, warum Frauen in ihren Kleidern sexy sein sollen.“ – „Ich fand es immer besser einen Menschen anzuziehen, ob’s ein Mann oder eine Frau ist, war mir dabei relativ egal.“ Sie ist gelangweilt von dem starren System der Mens- und Womenswear. Unisex ist für sie eine Demokratisierung der Mode für die Geschlechter. Auch der Name ihrer Brand beruht darauf, alte Rollenbilder und Vorstellungen zu zerstören.

Ganzkörper Karo- Outfit aus einer oversized Bluse mit Schulterpolstern und der dazu passenden Leggings.



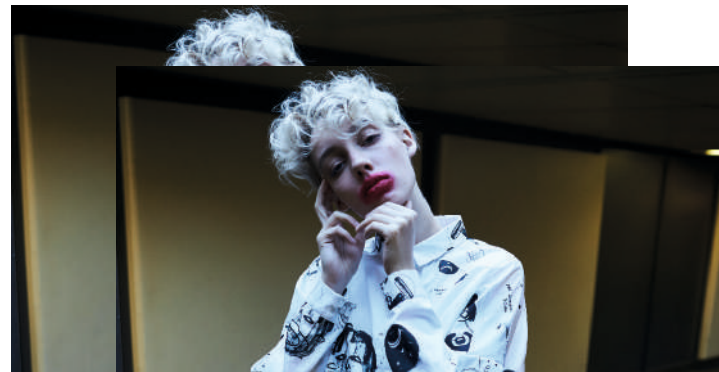
Interest

Während ihres Bachelor Studiengangs, gerade zurück von ihrem Praktikum in Berlin, war sie genervt von der Affektiertheit der Menschen in der Mode und sollte sich einen Namen für ein fiktives Label ausdenken. Anstatt das Studium hinzuschmeißen verband sie ihr persönliches Interesse an der Welt und an den Menschen mit der Mode und konnte so ihren Anspruch an die Mode neu definieren. „Zehn Jahre später beschreibt der Name des Labels immer noch meine persönliche und sehr zuversichtliche Art mit Mode umzugehen.“ Ihre Entwürfe sollen mehr sein als Kleidung – gerade in Zeiten der Fast Fashion. Ihre Kleidung ist für Menschen, die sich ausdrücken wollen, die individuelle Mode mögen und sich darin wohl fühlen, ohne dass Altersgruppe oder Geschlecht eine Rolle spielen.

„Warum müssen Frauen in ihren Kleidern immer sexy sein?“

Die Münchenerin leitet Form of Interest neben ihrem Vollzeit Job als Designerin bei BMW. Für sie ist das im Moment die cleverste Kombination – das Label ihre Hauptberufung und dazu ein Nebenjob, der ihr die Unabhängigkeit ermöglicht. Auch wenn es zeitlich genau andersherum ist. Ein Prinzip ihrer Brand ist es, nur eine Kollektion pro Jahr herauszubringen, ergänzt jedoch ihr Sortiment über das ganze Jahr hinweg. Nachhaltigkeit bedeutet für sie nicht in Übermengen zu produzieren, sondern in Kleinserien. Gerade als Designer, egal in welcher Disziplin, trägt man Verantwortung hier neue Wege zu gehen. Nur so kann sich, laut Jessica, etwas in der großen Modeindustrie ändern. ●

www.formofinterest.com



Shirt und Rock bedruckt mit selbstgemaltem Statement Print. Aus einer Kollaboration mit Designerin Mona Sadari.

French Kiss

Das Geheimnis der Franzosen sich ohne viel TamTam stets stilbewusst durch den Alltag zu bewegen bleibt ungelüftet. Aber es gibt Hoffnung. French Kiss Studio liefert einen Hauch des nonchalanten Lebensgefühls.

TEXT Sophia Bilz

In Paris geboren zu sein, scheint vor allem in Sachen Mode und Design eine Art Bürde mit sich zu bringen. Ausgeprägtes Stilgefühl, guter Geschmack in jeder Hinsicht, Ausstrahlung und die unnachahmbare Lässigkeit, mit der scheinbar jede Pariserin zur Welt kommt. Zum Glück erfüllt Bénédicte de Bellefroid all diese Erwartungen – und das ohne einen Hauch von Arroganz, die den Franzosen ebenfalls oft unterstellt wird.

Seit acht Jahren wohnt Bénédicte in München und auch wenn sie den Umzug in die bayerische Hauptstadt bis heute nicht bereut, ist und bleibt sie im Herzen eine Parisienne. Bevor die Designerin den mutigen Schritt in die Selbstständigkeit wagte, arbeitete sie im Bereich Marketing und

Kommunikation für unterschiedliche Unternehmen, klein, groß, international, lokal, Co-Working-Spaces oder jungen Start-Ups. Nach sechs Jahren Bedenkzeit ließ sich der Wunsch, etwas Eigenes zu schaffen, nicht mehr unterdrücken und so gründete Bénédicte im Herbst 2017 French Kiss Studio.

Schlicht, klassisch, einzigartig und fairtrade – die Unisex-T-Shirts aus Bio-Baumwolle sind das Herz des Labels und dabei Allround-Talente und französische Botschafter zugleich. Liebevoll und individuell zeigen die aufgedruckten Illustrationen alle einen deutlichen Bezug zur Heimatstadt der Designerin. Der French Touch ist teils



Echte Statement-Teile, die Unisex-Shirts von French Kiss Studio.

Fotos: French Kiss Studio

„An einem Tag klassisch, am anderen Tag Lederjacke und zerrissene Jeans: Das ist kein Widerspruch.“

Studio

offensichtlich, in Form eines Croissants mit Café au lait, aber auch subtil als Smocker Tee zu erkennen. Der Gedanke, das Label genderless zu gestalten, spielt ebenfalls eine zentrale Rolle. French Kiss Studio soll wie seine Kunden ticken – und das heißt wandelbar sein. „Weil man an einem Tag klassisch angezogen ist, heißt das nicht, dass man am nächsten Tag keine Lederjacke und zerrissene Jeans tragen kann,“ weiß Bénédicte aus Erfahrung.

Inzwischen hat sich die Produktpalette von den Statement-Shirts, über die ebenso coolen Sweatshirts bis hin zur passenden Postkarte zu seinem Lieblingsteil. Der Grundgedanke, schöne Dinge weniger zu konsumieren, sondern zu sammeln, zu kombinieren, ihnen Einzigartigkeit und einen besonderen Wert zu verleihen, zieht sich durch das gesamte Konzept. Das Glücksgefühl, wenn sie Leute sieht, die ihre Designs mit ihrem individuellen Stil kombinieren, überrascht Bénédicte bis heute. Dies und die Möglichkeit ihr eigenes Ding durchzuziehen, waren die Mühe wert. Bravo! ●

www.frenchkissstudio.com

0% MÜLL 100% FREIHEIT

Nach dem Prinzip Zero Waste leben zu wollen, verändert Dein Leben entscheidend und ist gerade deswegen absolut zu empfehlen. Wir zeigen Dir den Weg dahin.

TEXT Antonia Erdtmann

Foto: Antonia Erdtmann

Zero Waste heißt übersetzt erst einmal, klar, null Müll. Klingt gut, und irgendwie lifestyleig, so wie auch null Nikotin oder ganz ohne tierische Produkte gut klingt. Doch völlige Müllvermeidung – was dieser Begriff zu Ende gedacht bedeutet – beinhaltet viel mehr, nämlich den Ausstieg aus dem alltäglichen Konsumkarussell. Wer sich für einen konsequenten Zero-Waste-Weg entscheidet, wird schnell sehen, dass der eigene Lifestyle inklusive einiger eingefahrener Verhaltensweisen umgekrempelt werden muss, und sich vermutlich fragen, ob das alles wirklich so nötig ist? Ein paar Antworten – und Motivationshilfen.

Ich entsorge ganz brav Plastik, Glas & Co. Reicht das nicht?

Pfandsystem, gelbe, blaue und braune Säcke für den Hausabfall oder, wie in München, spezielle Recycling-Container für Glas, Plastik & Co – das alles macht Deutschland zum Musterland in Sachen Mülltrennung. Leider ist getrennter Müll nicht gleich guter Müll: Wegen fehlerhafter Sortierung, Alu-Plastik-Kombis bei vielen Verpackungen und ungünstiger Materialeigenschaften kann nur ein Bruchteil des Weggeworfenen qualitativ gleichwertig recycelt werden (und auch

das nur unter sehr hohem Energieaufwand). Nach einer Erhebung der Grünen haben die Deutschen mit 17,3 % die schlechteste Recycling-Quote Europas – gleichzeitig produzieren wir mit etwa 220 kg jährlich pro Kopf den meisten Müll auf dem Kontinent. Der größte Teil dieser gewaltigen Menge wird verbrannt. Die Alternative? Erst gar keinen Müll entstehen zu lassen. Das spart Ressourcen und schützt die Umwelt.

Von Hundert auf Null ist schwierig. Ein paar Tipps für den Zero-Waste-Einstieg?

Gerade am Anfang ist tatsächlich ein wenig Aufwand erforderlich: Den Verbrauch von Tüten, Plastik und Alu entschieden zu reduzieren oder sogar zu eliminieren, geht nur, indem man seinen bisherigen Alltag komplett auf den Prüfstand stellt. Schließlich produziert so gut wie alles, was wir tun, Abfall - vom Lunch-Einkauf in der Mittagspause über die normalen Haushalts-Besorgungen bis zur Verpackung eines Geburtstagsgeschenks.

Anstatt überreifes Obst wegzwerfen, Trockenobst daraus machen und in einem Glasbehälter aufbewahren.





Rausgefischt: Etwa 70 Prozent der Erdoberfläche sind von Wasser bedeckt, davon schwimmen in jedem Quadratki-
lometer 100.000 Teile Plastikmüll.

Ein erster Schritt könnte der Beschluss sein, nie – wirklich nie – die Wohnung zu verlassen, ohne eine Papier- und eine Plastiktüte, einen Tragebeutel für etwaige Spontankäufe aller Art, dabei zu haben. Am besten diese Ausrüstung direkt neben die Wohnungstür hängen! Thermobecher für den Coffee to go, Tupperware und Besteck für den Mittags-Imbiss und Transportgefäße fürs Unverpackt-Shopping sind Tools, die man sich im zweiten Step anschaffen sollte. Tipp: Gebrauchte, gereinigte Schraubgläser für Saucen, Gemüse, Aufstriche etc. kosten nichts und sehen meist cooler aus als Plastikbehälter. Und: Bei Eltern, Großeltern oder auf Nachbarschaftsflohmärkten kann man oft stolze Mengen an Tupper-Waren entdecken – im Design vielleicht nicht ganz vorn, aber dafür extrem günstig und nachhaltiger als neu gekauft.

Verdirbt das nicht den Spaß am Einkaufen oder Essen und Trinken unterwegs?

Wie gesagt, eine gewisse Vorarbeit ist nötig. Begibt man sich dann entsprechend ausgerüstet (und mental aufgestellt) auf Zero-Waste-Shopping-Tour, merkt man sofort die Unterschiede – und wie gut sich diese anfühlen. Das fängt schon bei den kleinsten Dingen an, wie zum Beispiel sich an der Supermarktkasse keinen Kassenzettel ausdrucken zu lassen oder beim Bäcker den mitgebrachten Beutel über die Theke zu reichen. Später wird man vielleicht tatsächlich mal versuchen, sein eigenes Brot, Hafermilch, den eigenen Aufstrich herzustellen, und merken, wie befriedigend solche traditionellen Verfahren sind, ob sie nun DIY heißen oder einfach wie bei Großmutter. Positives Feedback erfährt man auch von anderen: Verkäufer/innen sind von den unzähligen Verpackungen, Beuteln und Plastikfolien an ihrem Arbeitsplatz inzwischen so genervt, dass sie individuelles Engagement meist sehr begrüßen.

Lässt sich Zero Waste in einer Großstadt wie München überhaupt umsetzen?

Ja, auch hier gibt es eine – wachsende – Anzahl von Adressen, die diesen Lifestyle unterstützen. Etliche Wochenmärkte, nachhaltige Supermärkte und Second Hand-Shops bereichern unsere Stadt, wir müssen nur genauer hinschauen. BUY GOOD STUFF hat eine Übersicht von Läden erstellt, bei denen Du sicher sein kannst, dass Du müllfrei einkaufst.

Einmal ohne, bitte!

www.einmalohnebitte.de
Diennerstraße 14
80331 Altstadt

Die gleichnamige Kampagne, die mit Aufklebern deutlich macht, dass hier verpackungsfrei eingekauft werden kann. Die Buttons sind von außen sichtbar und zum Beispiel bei den Hofpfistereien, der Metzgerei Vinzenzmurr, dem Tageslokal Kemmlers aber auch Supermärkten wie Basic oder VollCorner Biomarkt vertreten.

Ohne-Laden und Plastik-freie Zone

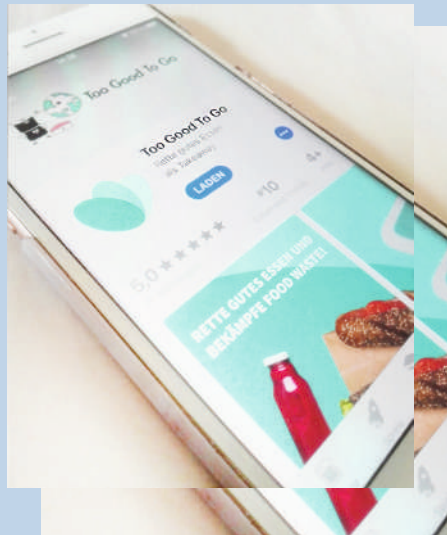
Schellingstraße 42
80798 Maxvorstadt
Schloßstraße 7
81675 Au-Haidhausen

Verpackungsfreies Einkaufen benötigte Vorbereitung und sollte vorab geplant werden. Das Wichtigste zuerst: Ohne bedeutet: hier gibt es keine Verpackungen. Das heißt, man muss seine eigenen Behälter mitbringen (vor Ort werden auch verschiedene Behältnisse zum Kauf und auch Verleih angeboten), wie zum Beispiel Brotzeitdosen, Schraubgläser oder eine Einkaufstasche. Bezahlt wird mit einem Wiege-System, das heißt, man zahlt nur das Gewicht der Ware. Die Ohne-Läden haben ein ausgewähltes Sortiment und vertreiben nicht die klassischen Supermarktwaren. Hier gibt es beispielsweise krummes Obst und Gemüse, trockene Lebensmittel wie Reis, Nudeln, Cerealien, Tee u.v.m., aber auch Essig und Öle sowie Spirituosen. Auch Drogerie-Artikel wie Seifen, Waschmittel, Beauty-Produkte werden hier verpackungslos verkauft.

Too good to go – App

www.toogoodto.go.de
Nymphenburgerstraße 4
80335 Maxvorstadt

Überschüssiges Essen in gastronomischen Betrieben zählt zur Tagesordnung. Über die App erhält man das unverkaufte Essen in einer sogenannten Wundertüte. Too Good To Go ist kein Lieferdienst, die Mahlzeiten müssen selbst abgeholt werden. Die Preise sind dafür stark reduziert, schon für 2 Euro kann man hier eine komplette Mahlzeit bekommen.



Lass dich überraschen: Du kannst zwar nicht aussuchen, was auf den Tisch kommt, aber Du vermeidest, dass Essen weggeworfen wird.

Foodsharing ist eine internationale Initiative, die sich gegen die Lebensmittelverschwendung engagiert, indem sie Einzelpersonen, die unnötiges Wegwerfen vermeiden wollen, miteinander vernetzt. Bei so genannten Fair-Teilern hat man die Möglichkeit, Lebensmittel abzugeben, zu tauschen oder zu holen. In München befinden sich derzeit drei Fair-Teiler.

Foodsharing

Kuglerstraße 2
81675 Haidhausen
Dachauerstraße 114
80636 Neuhausen

Im Siebenmachten-Galerieladen gibt es handgemachten Schnickschnack und Kleidung direkt aus München und Umgebung.



Im Ohne-Laden werden Bohnen und Linsen unverpackt verkauft. Lediglich mitgebrachte Behälter werden gebraucht.

Foto: Ornella Sonderegger, PR Einmal Ohne; PR Siebenmachten Laden

Siebenmachten – Galerieladen

www.siebenmachten.de
St. Bonifaziusstraße 20
81541 Giesing

Die Siebenmachten Galerie ist ein Laden mit regionalen und von Hand hergestellten Produkten wie Kleidung, Schmuck oder auch Honig. Der Vorteil bei lokalem Einkaufen ist die Minimierung des Exports aus anderen Ländern und die Unterstützung der Händler zu Hause.

Hopffisterei – Filialen

Kreittmayrstraße 5
80335 Maxvorstadt

Zur letzten Verkaufsstunde der Hopffisterei, der Happy Hour, werden die tagesfrischen Brot- und Backwaren reduziert verkauft. Mit dem vergünstigten Angebot von Brot- und Backwaren geht das Unternehmen gegen die Lebensmittelverschwendung vor.

Oxfam

Türkenstraße 81
80799 Maxvorstadt

Die Oxfam Deutschland Shops GmbH ist ein Tochterunternehmen des Oxfam Deutschland e.V. und damit Teil einer weltweiten Hilfs- und Entwicklungsorganisation für ärmere Länder. In den Shops gibt es ausschließlich gespendete Second Hand-Ware wie Kleidung, Bücher, Spielzeug, Haushaltsgegenstände und vieles mehr zu kaufen. Betrieben wird das Ganze von ehrenamtlichen Mitarbeitern. Der Gewinn der Produkte kommt der Nothilfe, den Entwicklungsprojekten, sowie der Kampagnenarbeit von Oxfam Deutschland e.V. zugute. ●



Gottseidank

Individuell, einzigartig und authentisch.
So geht moderne Trachtenmode.

TEXT Sophia Bilz

Regeln sind notwendig, auch in der Tracht, das ist klar. Aber bitte nicht zu viele. Das Münchner Label Gottseidank scheint die Goldene Mitte bereits gefunden zu haben.

Wer sich bei Münchens selbsternannten Experten umhört, insbesondere kurz vor Beginn des Wiesn-Wahnsinns im September, kriegt als Neuling erstmal eine ausgedehnte Predigt darüber zu hören, was in Sachen Tracht geht und was nicht. Sneaker, ein absolutes No-go! Auch der falsche Stiefel oder High-Heels – Gott bewahre, entlarven die Trägerin sofort als Outsider und fast schon unwürdig, Tracht zu tragen.

Seit ein paar Saisons zeigt sich diese „Trachtenetikette“ auch in den neuen Designs bekannter Trachtenlabels. Wobei „neu“ hier wohl das falsche Wort ist, schließlich zeichnet sich der neue Look dadurch aus, die traditionellen Entwürfe und Stoffe der alpenländischen Tracht

In der Schleißheimer Straße findet man hinter einer urigen Eingangstür echte Trachtenschätze.



Fotos: Sophia Bilz



Echtes Handwerk. Viele Möbel im Gottseidank Store hat Inhaber Jörg Hittenkofer selbst geschreinert.

wieder aus den Archiven zu kramen und ihnen einen modernen Twist zu verpassen. Im Gegensatz zur diktatorischen Accessoire-Polizei, die extrem nerven kann, empfinden die meisten diesen Wandel vom silber-goldenen Christbaum-Dirndl zum sehr viel schlichteren aber nicht weniger eleganten, traditionellen Dirndl durchaus positiv.

Jörg Hittenkofer, Inhaber und Designer, vereint mit Gottseidank das Beste von allem. Im Gegensatz zu alteingesessenen Kandidaten, sieht er die Sache, wie und was man zu Tracht trägt, entspannter. Ganz egal ist es ihm freilich nicht. In Garmisch-Partenkirchen aufgewachsen, hat er das Dirndl-ABC von klein auf eingetrichtert bekommen und war mit den Entwürfen für seine Kollektionen einer der Ersten, der seine Inspiration größtenteils aus der Vergangenheit holte und ins Hier und Jetzt übertrug.

Das Credo der Marke: Der Tradition und dem Handwerk von Tracht treu bleiben und gleichzeitig den Ansprüchen einer urbanen Gesellschaft Genüge tun. Authentisch, individuell und modern, das sollen die Kleidungsstücke sein. Neben der großen Vielfalt an Dirndl, lassen sich mit Rock und Weste eigene Kombinationen zusammenstellen. Auch die Herren findet hier von der Lederhose bis zum Hemd alles, was es braucht. Die strengen Grenzen zwischen Tracht und Mode, sieht Hittenkofer teilweise überholt. Er beobachtet gerne, wie junge Trachten-Rebellen den Janker der aktuellen Kollektion zu Jeans und T-Shirt kombinieren.

„Vom traditionellen Ansatz würden wir nicht abweichen.“

Aus diesem Grund entwirft er mit seinem Team neben klassischer Tracht inzwischen auch Kleidung, die ihren Tracht-Charakter einzig anhand eines Knopfes oder einer Hornschnalle zeigt. Ein Massenprodukt, das sollen die Designs von Gottseidank auf keinen Fall werden. Und: Schuhe mit Absatz zum Dirndl, das muss sein – ganz egal sind ihm Regeln dann doch nicht. ● www.gottseidank.com

Taschen bis zum Umfallen gibt's bei Günstling in Untergiesing.



Günstling

Leder, Leder, Leder! Individuelle und handgemachte Lederhandtaschen aus einem Münchner Familienbetrieb.

TEXT Antonia Erdtmann

Kleine Giebelhäuschen, lauschige Hinterhöfe, ein Geiger übt für das anstehende Konzert – kaum zu glauben, dass wir uns mitten im angesagten Münchner Viertel Untergiesing befinden. Hier in der Claude-Lorrain-Straße ist Günstling angesiedelt. Mittlerweile haben Enkel Michael Mayr und seine Frau Esra das Zepter übernommen und ausgebaut: aus der alten Werkstatt sowie dem Souterrain wurde ein lichtdurchflutetes Atelier, in dem feinste Lederwaren gefertigt werden. Michaels Großeltern starteten vor fast 100 Jahren mit einer Sattlerei, in der sie neben

dem Sattlerbetrieb auch handgefertigte Ledertaschen verkauften.

Nachdem er den Betrieb von seinen Eltern übernahm, ließ ihn der Wunsch nach einer eigenen Handtaschen-Kollektion nicht los. Motivation und Unterstützung, das Erbe seiner Familie weiterzuführen, fand er in Esra, die ihn in seiner Idee bestärkte. „Unseren Traum von Günstling leben wir nun seit 2014“, schwärmt sie. Enge Freunde und die Familie unterstützen das Unternehmen. Der enge Kreis und der familiäre Zusammen-

halt ist dem Paar sehr wichtig, so soll es auch die Marke Günstling widerspiegeln. Klare Linien, schlichte Schnittführung und Büffel-Leder ist das, wofür ihr Label steht. Aus überwiegend handgefertigten Lederhandtaschen, Accessoires und sogar liebevollen kleine Schühchen für Laufanfänger besteht ihr Sortiment.

„Gut Ding will Weile haben.“

Trotz Werkstatt ist Günstling in erster Linie ein Online-Shop. „Natürlich ist es am schönsten, wenn unsere Kunden die Möglichkeit haben, persönlich vorbeizukommen“, so Esra, „aber leider, oder Gott sei Dank, wohnen nicht alle Menschen in und um München, daher möchten wir diesen auch die Möglichkeit mit einem Online Geschäft geben.“ Erst nach der Bestellung wird jede einzelne Tasche von Michael selbst an die Wünsche des Kunden angepasst. Auf Lager hat das Paar nichts. So nutzen sie ihr Material nur dann, wenn es wirklich gebraucht wird. Ihr Büffel-Leder beziehen sie von einem familiären Fachunternehmen aus Oberschwaben, das rund 200 Jahre Tradition vorweisen kann. Bis heute sind Beide von dem Familienunternehmen überzeugt: „Während unserer Produktentwicklungsphase durften wir uns das Leder und die Werkstätten sogar vor Ort ansehen“.

Fotos: Günstling/Esra Mayr

Die Lieblinge unter den Lederhandtaschen von Günstling glänzen in strahlend braunem und schwarzem Büffelleder.



Es soll nicht mehr lang bei Handtaschen und Accessoires bleiben. Ihr Sortiment vergrößert sich um Kinderbekleidung und auch die Herren dürfen sich über Zuwachs freuen. Ein bisschen Zeit muss noch vergehen, daher gilt hier wohl: „Gut Ding will Weile haben.“ ●

www.guenstling-shop.com

Haltbar

Ein Label, bei dem der Name wirklich Programm ist.

TEXT Ornella Sonderegger



Sorgfältig ausgesuchte Materialien treffen auf zeitloses Design. Wollbouclé, Flanell, Bio-Baumwolle und Seide in natürlichen Farben werden zu Kimono-Blusen, Jacketts, Bomberjacken oder Anzughosen verarbeitet, die ohne viel Chichi auskommen. Mode mit Lieblingsstückgarantie, die eben jenseits des saisonalen Wandels haltbar bleibt.

Die ehemalige Kostümbildnerin Kathleen König ließ sich 2001 bei der Gründung ihres eigenen Modeuniversums von Arbeitskleidung inspirieren. Sie war fasziniert von der Beständigkeit von Funktionskleidung und hat diese in einen neuen modischen Kontext gesetzt. Mittlerweile hat sie ihr Repertoire erweitert. Mit zwei Kollektionen im Jahr findet man bei ihr alles von der schlichten Bluse bis hin zum cleanen Komplett-Outlet. Wichtig ist ihr dabei vor allem eines: Stoffe und Farben müssen Trend-unabhängig ihre TrägerInnen im Alltag begleiten. „Meine Kunden fragen nicht, aus welcher Saison meine Teile sind. Sie tragen sie jahrelang, bis sie auseinanderfallen.“

Auf dem Bügel wirken die Kleider, Hemden und Hosen von Haltbar zuerst einmal puristisch. Die Wertigkeit kommt erst durch den Träger zum Vorschein. „Meine Kleidung ist wie ein weißes Blatt Papier. Der Träger macht die Teile dann lebendig.“ Ihr Bestseller ist der Haltbar-Parka, der dank eines herausnehmbaren Inlays das ganze Jahr über getragen werden kann. Kathleen liebt Kleidungsstücke, die sich wandeln lassen. Der Begriff Veränderung ist fester Bestandteil ihres Grundkonzepts. In ihrem Sortiment befinden sich neben Unisex-Hosen, Kleidern und Blusen auch Modelle, die sich auf verschiedenste Art und Weise wickeln lassen. Dahinter steckt ein nachhaltiger Gedanke: Ein Stück Stoff, verschiedenste Tragemöglichkeiten.

Fotos: Ornella Sonderegger

Nachhaltigkeit durch und durch: Die puristischen Designs von Haltbar werden ausschließlich in Deutschland produziert.

„Das ist einfach eine Lebenshaltung.“

Nachhaltigkeit ist Kathleen auch privat ein Anliegen. Kauft sie sich ein Handy, dann ist das gebraucht. Möchte sie einen neuen Couchtisch, werkelt sie an einem Vintage-Stück. „Das ist einfach eine Lebenshaltung. Das fehlt mir in unserem Breitengrad und da müssten wir im Großen umdenken.“ Bei der Produktion ihrer Kleidung achtet sie besonders auf kurze Wege und faire Arbeitsbedingungen. Sie produziert nur in Deutschland, fast ausschließlich in Bayern. Dass es anderswo günstiger wäre, wurde ihr schon oft nahegelegt, hat sie aber noch nie wirklich interessiert. Auch beim Stoffkauf greift sie auf bereits produzierte Restware zurück, um Verschwendung zu vermeiden. Und so finden auch Nachhaltigkeit und Mode ihren gemeinsamen Nenner. ●

www.haltbar.de

Auch afrikanisch und asiatisch angehauchte Stücke finden einen Platz in Kathleen's Kollektionen.





Trachten-
mode ist
Kulturgut und
Lebensgefühl
in einem.

Illustrationen: Anna-Lena Kutzki

A HOSN FÜRS LEBEN

Traditionelle Hand-
werkskunst erfährt
immer mehr Wert-
schätzung. Daher
können sich kleine
Familienbetriebe
gegen die Industrie
behaupten.

TEXT Nadja Unterberger

Spätestens in den Sommerferien erhöht sich die Dichte an Trachtenläden schlagartig. Sogar am Münchner Hauptbahnhof gibt es Stände wie sonst nur für Souvenirs, reich an Synthetik-Billigangeboten, vom Polyester-Dirndl bis zur Fake-Ledernen - alles weit entfernt von fairer Bekleidung. Vor dem Gang zur Wiesn ist aber der Dirndl- oder Lederhosenkauf obligatorisch. Angebot gibt es ja genug.

Inzwischen scheint eine Art Wiesn-Dresscode zu gelten: Bitte nur in Trachtenmode! Dirndl in sämtlichen Variationen, das Mieder geschnürt mit Satin-Bändern und Spitzen-Blusen. Und

die Männer: Freilich in der Ledernen, wenn der Geldbeutel es zulässt, gern vom Hirsch; dazu Haferlschuhe, ein kariertes Hemd und Weste. Florale Bänder ins geflochtene Haar der Mädels und Filzhut mit Federn für die Jungs. Fertig ist das Trachtenstyling!

Auch auf den anderen Volksfesten, etwa dem Starkbierfest am Nockherberg, ist die Dirndlseligkeit vor allem bei jungen Leuten wieder gefragt. Das Repertoire reicht vom Cinderella-Stil in Pastell mit reichlich Glitzer bis zu den mittlerweile beliebteren hochgeschlossenen Schnitten.

Trachtenmode scheint mittlerweile unverzichtbar geworden zu sein. Wer keine trägt, kassiert schiefe Blicke. Doch das war nicht immer so: Noch vor ein, zwei Generationen bevorzugten gerade jüngere Besucher der Traditionsveranstaltungen – sei es bei den Waldfesten am Tegernsee oder beim Starkbier-Anstich – Jeans und T-Shirt. Die Tracht wurde beinahe beschämt verleugnet, ganz hinten in den Kleiderschrank gehängt oder gleich auf dem Flohmarkt verkauft. Ganz anders heute, denn derzeit erlebt die modische Interpretation von Tracht eine regelrechte Renaissance.

40 Arbeitsstunden für die Hirschlederne

„Tradition wird immer wichtiger“, erklärt Engelbert Aigner, der am liebsten zu jedem Anlass Lederhose trägt. Schon seit knapp 40 Jahren ist er einer der wenigen Säckler, mit eigenem Ladengeschäft, der noch traditionell Lederhosen fertigt. Mit „Säckler“ wurden im 8. Jahrhundert noch Leute bezeichnet, die Säcke aus Leder herstellten, seit der Neuzeit steht jedoch die Produktion lederner Bekleidung im Fokus. Nur noch wenige Menschen beherrschen das Handwerk, darunter Aigner, der in seiner Manufaktur sogar ausbildet. Vor Aufträgen – auch von



jungen Kunden – kann er sich kaum retten. Und das, obwohl für Qualitätsarbeit stolze Preise zu zahlen sind: Bis zu 3.000 Euro kann eine handgefertigte Lederne kosten. Doch das ist es den Kunden wert, denn schließlich ist es eine Anschaffung fürs Leben, oder zumindest für eine lange Zeit. „Tracht ist etwas, das gelebt wird“, so Aigner, „in unserem schnelllebigen Alltag suchen viele Menschen Halt und genau diesen finden sie im traditionellen Handwerk.“ Zwischen 20 bis 40 Arbeitsstunden steckt der Berchtesgadener in eine echte Hirschlederne samt altüberlieferten Stickereien. Es zeigt sich: Handwerk ist Fleißarbeit mit Hingabe.

Vom Bauerngewand zum Welthit

Seit dem 15. Jahrhundert gibt es die Traditionsgewänder bei uns; damals noch von strenger Kleiderordnung reglementiert, denn es war den einfachen Bürgern verboten, bestimmte Materialien, Stücke oder Farben zu tragen. Die Bäuerinnen schneiderten sich ihre eigenen Stücke, die dann immer wieder vererbt wurden: regional und konfessionell geprägt.

Um sich gegen die Vereinnahmung der Tracht durch den Adel zu stellen, gründete 1883 in Bayrischzell der Schullehrer Josef Vogl den ersten Trachtenverein. Das kann man auch den Beginn der Trachtenbewegung nennen. Seither werden die Tracht, die Sitte und Bräuche auf dem Land gehegt und gepflegt. Die Sehnsucht nach dieser Idylle machte die bayerischen Alpen zu dem Traumurlaubsziel schlechthin, wo passend zur Naturlandschaft Trachten getragen wurden. Und auch Heimatfilme wie „Im weißen Rössl“, die Sissi-Triologie und die Olympischen Spiele von 1972 in München machten die alpenländische Tracht in der Welt immer populärer.

Jede Region hat ihre Tracht

Tracht wird heute vorwiegend an Feiertagen, zu Hochzeitsveranstaltungen oder eben auf der Wiesn getragen. Was im Oktober 1810, anlässlich der Hochzeit König Ludwigs mit Prinzessin Therese

von Sachsen-Hildburghausen, mit einem Trachten-Festzug und anschließendem Pferderennen auf einer Wiese vor den Toren Münchens anging, war schon immer auch eine Hommage ans bayerische Nationalgewand. Acht Kinderpaare erwiesen den Brautleuten ihre Ehre, indem sie Tracht trugen, die die verschiedenen Regionen Bayerns symbolisierten. Seither findet jedes Jahr im Spätsommer auf der Theresienwiese das Oktoberfest statt, wo man die Traditionsgewänder in ihrer jeweils neuesten Interpretation sehen, sich daran erfreuen oder verzweifeln kann.

Zu den aktuellen Wiesn-Trends zählt, Altes wieder aufleben zu lassen. Selbstgemachtes wird ebenso geschätzt wie Vintage. Handarbeit rückt in den Vordergrund: Wer hat nicht ein paar handgestrickte Socken der Oma im Schrank? Pezzo aus Unterammergau setzt auf das klassische Handwerk ebenso wie auf familiäre Produktion: Strickbegeisterte Pensionistinnen fertigen in gemütlicher Runde kuschelige, mit traditionellen Mustern bestickte Trachtenwesten,



die an kalten Wiesn-Abenden Wärme schenken. „Ein bewusster und verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen war mir schon immer wichtig“, so Leiterin Petra Zoller über ihr eigenes Label, „zudem freut es mich, dass ich Frauen aus der Region Beschäftigungschancen biete, Transportwege vermeide und Tradition neu interpretiere.“ Von alten Trachten inspiriert und mit hübschen Details aufgewertet, verstricken die netten Damen exklusive und natürliche Garne aus Alpaka-, Merino- oder Schafwolle. Bis eine Trachtenweste in den Versand geht, stecken zwischen 40 und 50 Stunden Arbeitszeit darin. Doch in dieser Zeit entsteht etwas zwischen den Strickerinnen, das in anderen Produktionsprozessen wohl nicht möglich wäre: eine enge Bindung und Freundschaft.



tentrend würde die Gründerin von Lieblingsteil die wieder aufgeblühte Trachtenliebe nicht bezeichnen, denn „ein Trend ist kurzlebig, Tracht ist das nicht“. Sie selbst hält „nichts von einem Dirndl, das dem Farbtrend folgt und nächste Saison aus der Mode ist.“ Ihre Upcycling-Trachtenmode ist zeitlos, klassisch und vor allem hochwertig. „Aus etwas Altem etwas Neues zu machen, ermöglicht es, neue Wege zu gehen“, so Weber, „außerdem ist es heute wichtiger denn je, Ressourcen zu schonen und mit dem zufrieden zu sein, was man hat.“

Upcycling Dirndl: Unikate aus ausgedienten Stoffen

Neben hohem Zeitaufwand und hochwertigen Materialien macht echte Tracht vor allem ihre Individualität zum Qualitätsprodukt. So ist es nicht verwunderlich, dass einige Neuheiten entstehen: Upcycling-Dirndl, ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Gudrun Weber aus Söchtenau (zwischen Chiemsee und Rosenheim) gibt ausgemusterten Kleidungsstücken eine neue Bestimmung und fertigt einzigartige Dirndl mit ausgedienten Stoffen. So wird aus dem Nadelstreifensakko des Vaters ein Dirndl-Mieder und aus alten Boyfriend-Jeans ein Rockteil. Als Trach-

Dirndl à l'Africaine: Exotische Prints, traditionelle Schnitte

Die bayerische Tracht wird immer wieder anders interpretiert. Ein absoluter Exot in der Branche zeigt ausgefallene und trachtenuntypische Muster: Noh Nee kombiniert kontrastreich: Kleider im Dirndl-Stil aus afrikanischen Stoffen. Die Schwestern Marie Darouiche und Rahmée Wetterich gründeten ihr Label mit einem Ziel: Die Zusammenführung verschiedener Kulturen, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Ihre Dirndl à l'Africaine sind mit den aufwendig gewebten Kente-Stoffen, den Wax-Prints und den Stickereien mit Perlen und Muscheln unverwechselbar. „Noh Nee interpretiert Althergebrachtes neu und das alles völlig transparent und fair“, so die Gründe-



rinnen. „Wir lassen die Kleider in einem Ausbildungszentrum für Frauen in Benin fertigen. Dadurch unterstützen wir die regionale Produktion und schaffen neue Perspektiven.“

Ob Dirndl oder Lederhose, Tracht ist immer ein Stück Heimat — und ein Stück für die Ewigkeit.

Regional und international, heimatverbunden und immer wieder neu interpretiert. Tracht kann viel mehr sein als Glitzersatin, Maßkrug-Hut und billig produzierten Folklore-Firlefanz. Aufwendig gefertigte Produkte aus traditionellen Stoffen wie Leder, Filz, Leinen und Strick sowie die zeitaufwändige Produktion machen Tracht wieder zu dem, was sie ursprünglich mal war: Handarbeit mit Wert. ●



Janker: Gottseidank;
Gestreifter Rock:
Armed Angels

Auf den zweiten Blick

Wer bei Trachtenmode nur ans Oktoberfest denkt, liegt falsch. An unserem Model Alisa kombinieren wir Streetwear mit Dirndl & Co. und verpassen ihrem Look einen urbanen Twist. Passend dafür ist das Münchner Label Gottseidank. Dort treffen nämlich Tradition und Modernität aufeinander.

FOTOS Sebastian Hermann



Trachtenhut:
Alva Morgaine;
Schluppenbluse:
Gottseidank; Ohr-
ringe: Meine Schätze



Gestreiftes
Boho-Kleid: Sessùn;
Samt-Jacke: Gottseidank;
Schuhe: Pick & Weight

Rechts: Spitzenbluse: Privat;
Blumenweste: Marie Fee;
Jeans: Kings of Indigo;
Tasche: Vintage



Links: Jeansjacke:
Armed Angels;
Strickkleid:
Gottseidank;
Stiefel: Privat





Kariertes Wollanzug:
Gottseidank;
T-Shirt: Niu; Tasche:
Bridge and Tunnel



Jeans: Armed Angels;
Janker und Bluse:
Gottseidank;
Tasche: Privat;
Schuhe: Converse

CONTRIBUTORS:

FOTOGRAF Sebastian Hermann

MODEL Alisa Winkler

HAIR & MAKE-UP Irina Brickmann

STYLING Sophia Bilz, Ella Buß, Franziska von Oppenheim

ASSISTENZ Antonia Erdtmann, Anna-Lena Reith,
Alexandra Porenta, Ornella Sonderegger

LOCATIONS NS-Dokumentationszentrum, HFF, Haus der Kunst,
Hochschule für Musik und Theater, Hofgarten, Odeonsplatz, Hofbrunnwerk

DIE MEISTEN WEGE ZU FUSS...

... oder, wie wir es geschafft haben, die Modeproduktionen für dieses Heft so nachhaltig wie möglich zu gestalten.

TEXT Ella Buß

In „BUY GOOD STUFF“ wollen wir nachhaltige Mode cool inszenieren, klar. Doch weil nicht nur das Ergebnis, sondern auch der Weg dahin zählt, nahmen wir uns vor, die beiden geplanten Modestrecken so ökologisch wie möglich zu produzieren – also nicht nur bei der Auswahl der Klamotten, sondern auch bei der Arbeit hinter den Kulissen bewusst fair vorzugehen. Das bedeutete: zwei Shootings mit je zwölf Outfits, Fotografen, Models und Make Up-Artisten und unterschiedlichen Locations ökologisch zu organisieren und umzusetzen. Ohne großes Budget, ohne spezifisches „grünes“ Knowhow, dafür mit jeder Menge Energie und dem unbedingten Willen, in diesem Fair Fashion Guide Stylingstrecken der ganz besonderen Art zu präsentieren.

Welche Art von Mode, welche Looks sollten denn überhaupt ins Heft? Nicht bei jedem Stil gelingt die Balance zwischen trendy und nachhaltig, also entschieden wir uns zum einen für ein reines Männermode-Shooting, das wir ausschließlich mit Kleidung aus lokalen Vintage-Läden bestücken wollten. Die zweite Produktion sollte unseren Standort München widerspiegeln – mit nachhaltig produzierten Tracht-Teilen, die mit Street- und anderen Fashion-Elementen kombiniert werden, um zu zeigen, dass Tracht nicht automatisch Oktoberfest bedeutet, sondern auch cool oder elegant im Alltag integriert werden kann.

Fotos: Sebastian Hermann

Make-up Auf-
frischung auf
einer Verkehrs-
insel mitten am
Odeonsplatz.



Ob Männer- oder moderne Trachten-Looks – natürlich mussten sämtliche Kleidungsstücke den Nachhaltigkeits-Anspruch erfüllen. Tagelang recherchierten wir nach Läden und Labels in München, die ökologische Textilien verkaufen, und gingen zusammen von Geschäft zu Geschäft. Wir sprachen mit den Inhabern, schauten das Sortiment an, wählten passende Elemente aus und hätten am liebsten die Hälfte der tollen Klamotten selbst behalten. Da wir beim Männermode-Shooting eine neue, flirtende, mit den Geschlechterrollen spielende Männlichkeit zeigen wollten, tauchten wir tief in die Glitzer- und Glamourwelt der Münchner Second Hand-Läden ein: Silbern schimmernde Paco-Rabanne-Teile, Newspaper-Dresses à la Carrie Bradshaw und funkeln-der Modeschmuck in Eighties-Opulenz machten die Entscheidung wahnsinnig schwer und ließen uns nur widerwillig die Geschäfte wieder verlassen...

Tipps vom Profi

Nächster Schritt: die Location-Suche. Das Trachten-Shooting sollte draußen, an typisch münchenerischen Plätzen stattfinden. Mit unserem Fotografen Seba Hermann liefen wir also mit einem neuen, geschärften Blick durch die Stadt, checkten Locations nach freien Flächen, Verkehrsaufkommen, Erreichbarkeit – und konnten uns schnell auf fünf schöne, geeignete Orte einigen. Die Männermode dagegen sollte vor neutralerer Kulisse inszeniert werden, was das Ganze schon schwieriger machte:

Auch hier wollten wir ausschließlich mit Tageslicht arbeiten, konnten jedoch aus Budgetgründen kein teures Fotostudio mieten. Fündig wurden wir schließlich in der Akademie der Bildenden Künste, die uns netterweise ihre großen, hellen Gewölbegänge zur Verfügung stellte.

Elektrisches Licht hatten wir damit also vermieden – was gehört noch dazu, um Shootings „grüner“ zu gestalten? Das fragten wir einen Profi: die Fotografin Johanna Link, die schon für Magazine wie Bunte, Joy und Shape gearbeitet hat. Sie nennt sich „Fair-Fashion Lover“ und versucht, in ihrem Beruf konsequent nachhaltig zu arbeiten – bislang noch eine Ausnahme in diesem Business. Johannas Erlebnisse als Assistentin bei zahlreichen internationalen Modefotografen hatten sie irgendwann zum Umdenken gebracht: „Man fragt sich schon nach dem Sinn, wenn man ein komplettes Outfit für sechzehn Euro fotografiert – oder einen Haufen Plastik-Kinderspielzeug, das man selbst niemals kaufen würde. Oder wenn das Mittagessen für das zehnköpfige Team in einem Studio in Mailand auf Wegwerf-Geschirr serviert wird, und zwar jeden Tag“. Seitdem versucht sie, bewusst umweltschonender zu arbeiten. „Jeder kann mit kleinen Dingen bei einem Shooting einen Unterschied

machen“, sagt die studierte Fotografin und Medientechnologin und betont, dass sie niemanden missionieren, sondern einfach im Berufsalltag umsetzen möchte, was möglich ist – von der Beschaffung des Equipments über die Organisation des eigenen Büros. Ein paar Beispiele? „Ausrüstung und Deko leihen, anstatt alles selbst zu kaufen. Models, Stylisten und Haar-/Make up-Artisten lokal buchen. Und, ganz einfach: wiederverwendbare Becher für die Getränke am Set besorgen.“

Zu Fuß durch die ganze Stadt

Auch Johannas Tipp, wieder aufladbare Akkus statt Batterien zu verwenden, setzten wir um; außerdem liehen wir uns Reflektoren, Kabel und Akkus von unserer Hochschule, der AMD. Wir besorgten Wasser in Glasflaschen und Recup-Becher für Kaffee und Tee. Tatsächlich gelang es uns auch, die allermeisten Mitwirkenden an den beiden Shootings in München ausfindig zu machen. Nur die Fotografin der Männerstrecke, Julia Nguyen, und unser Trachtenmodel Alisa kamen von außerhalb – um Autofahrten zu vermeiden, kauften wir ihnen Zugtickets für die Anreise aus Stuttgart bzw. Augsburg. Ganz ohne Pkw ging es im Laufe der Produktion zwar nicht, aber wir versuchten, auch da Meilen zu sparen, quetschten die Klamotten bis unters Dach und uns selbst zu fünf in einen Kleinwagen, der eigentlich nur für vier geeignet war. Beim Trachten-Shooting

verzichteten wir auch darauf, wir liefen zu Fuß durch die halbe Stadt, vom Haus der Kunst über den Königsplatz bis zum Deutschen Museum. So kam eine Strecke von über zehn Kilometern zusammen, die wir wohl alle lieber mit dem Auto gefahren wären...

Kleine Dinge, große Unterschiede

Uns ist bewusst geworden, dass wir uns über einige Faktoren bei Modeproduktionen bisher nie zuvor Gedanken gemacht hatten: Wie werden die Magazine, die sich jede von uns wöchentlich kauft, eigentlich hergestellt und gedruckt? Wie viel Abgase, CO2 und andere Umweltsünden hat wohl diese eine tolle Fashion-Strecke, die ich mir gerade anschau, verursacht?

Am Ende wurde uns klar, wie viel weniger Müll wir für diese aktuellen Strecken produziert haben, im Vergleich zu Shootings in vorherigen Semestern. Wir mussten keine großen Abfallsäcke mit Plastikbechern, Wegwerfgeschirr und Einmalbesteck entsorgen. Und auch keine zerknitterten riesigen Papier-Hintergründe, die nach einmaligem Benutzen üblicherweise in der Tonne landen. Es waren nur die von Johanna Link empfohlenen kleine Dinge, auf die wir während unserer Produktionen geachtet haben – eben das, was möglich war. Diese Erfahrung hat uns allen gezeigt, wie schwierig es ist, komplett ökologisch zu arbeiten. Doch auch, wie leicht ein Unterschied gemacht werden kann. ●

Behind the Scenes: Einblicke in die Arbeit von Make-up Artistin Irina Brickmann beim Trachten-shooting.



Karin Fraidenraj

**„Fairtrade made in los Andes“
— bei Karin Fraidenraj findet
man kunstvollen Strick aus
Kamelidenwolle, fair und
nachhaltig produziert in
Lateinamerika.**

TEXT Meryem Sener

Südamerika bietet nicht nur malerische Landschaften, Lamas und den Karneval von Rio. Der südliche Teil des amerikanischen Doppelkontinents hat auch modisches Potenzial.

Karin Fraidenraj hat das erkannt und nutzt die Wolle der Kameliden, also von Lamas, Cashlamas und Alpakas, um daraus hochwertige Strickmode mit avantgardistischem Ansatz herzustellen. Seit 2009 befindet sich ihr Atelier in der Wagnerstraße in München-Altschwabing. Hier entstehen die Designs der gebürtigen Argentinierin mit europäischen und peruanischen Wurzeln, die in München an der AMD Mode Design studiert hat.

Die Produktion ist nicht nur nachhaltig, sondern hilft auch den Arbeitern vor Ort.

Fotos: PR

Die Pullover, Röcke, Ponchos und Hosen zeichnen sich durch klassische Schnitte und simple Silhouetten aus, die durch folkloristische Muster ihrer zweiten Heimat, asiatische Elemente und romantisch verspielte Säume ausgeschmückt werden. Die eigentliche Produktion findet dann in Produktionsstätten in Lateinamerika statt. „Ich arbeite hauptsächlich mit Bolivien und Peru, mit vielen interessanten Leuten“, erzählt die Designerin.

Die Wolle liefern Kleinbauern aus den Anden, die basierend auf traditionellem Wissen Lamas und Alpakas artgerecht züchten. Die Strickerinnen arbeiten unter fairen Bedingungen, bekommen übertarifliche Löhne und haben geregelte Arbeitszeiten. Die Textilindustrie in den Entwicklungsländern Südamerikas kann dabei helfen, Arbeitsplätze zu sichern. Wenn unter fairen Bedingungen produziert wird, so wie bei Karin Fraidenraj, bedeutet das auch eine Verbesserung des Lebensstandards der Familien.

Für den mehrstufigen Waschprozess wird biologisch abbaubare Seife verwendet und das dabei entstehende Abwasser aufbereitet und dem Kreislauf wieder zugeführt, um der zunehmenden Trinkwasserknappheit in den Anden entgegenzuwirken.

„Ich habe das Gefühl, ich mache das Richtige in der richtigen Zeit.“

Zeitgeist und Tradition, Mode und Nachhaltigkeit. „Ich bin begeistert, dass ich das mache, denn ich habe das Gefühl, ich mache das Richtige in der richtigen Zeit, im richtigen Moment, und dass meine Designs sehr gut ankommen.“ ●

www.karinfraidenraj.com

Moderne Designs, traditionelle Herstellung. Karin Fraidenraj vereint zwei Welten.

Model Nymphaea:
Wendejacke in
Stahlgrau aus
Hanf-Baum-
woll-Gemisch mit
buntem Chiten-
je-Stoff.



Khala

Was dieses Label in München anbietet, wurde
in Malawi unter fairen Bedingungen produziert.

TEXT Alexandra Porenta

Seit 2017 gibt es in Lilongwe, der Hauptstadt Malawis, eine Schneiderei, die von der Wahlmünchenerin Melanie Rödel ins Leben gerufen wurde. Eine Werkstatt deren Angestellte durch faire Bezahlung unabhängiger werden und so einen Ausweg aus der Armut finden können. Es ist die Produktionsstätte von Khala, in der hauptsächlich farbige Bomberjacken für Frauen und Männer aus traditionellen afrikanischen Stoffen, sogenannten Chintje-Stoffen, hergestellt und anschließend von München aus vertrieben werden.



Fotos: Hubert Mirfisch

Model Melo-Melo:
Bomberjacke mit
Öko-Jersey-
Futter aus 100 %
Baumwolle.

Model Fragments:
Wendejacke in
Schwarz aus
Hanf-Baum-
woll-Gemisch mit
buntem
Chitenje-Stoff.

„Wir wollen afrikanische Tradition mit europäischem Zeitgeist verbinden.“

Die Idee entstand im Herbst 2015 als die Gründerin Melanie Rödel ehrenamtlich mit „Viva con Agua“, einer Wasserinitiative, zum ersten Mal nach Malawi reiste. Das war Melanies Initialzündung, um vor Ort ein kleines Unternehmen zu gründen, dort nachhaltig und fair zu produzieren und dabei afrikanische Tradition mit europäischem Zeitgeist zu verbinden. Die Handwerkskunst sollte im Vordergrund stehen, die Mode einen modernen Twist bieten.

Heute arbeiten einige festangestellte Schneider, die jeweils zwei bis drei Jacken pro Tag produzieren, in der komplett ausgestatteten Schneiderei in Lilongwe. Seit kurzem ist auch eine deutsche Projektmanagerin vor Ort und regelmäßig werden Praktikanten gesucht, die bei Khala nicht nur Arbeitserfahrung sammeln, sondern auch den Lebensstil der Einwohner vor Ort erleben und sich von ihrer lebensfrohen und positiven Energie anstecken lassen können.



Drei - viermal im Jahr fliegt Melanie selbst von München nach Malawi, um die Stoffbestellungen aufzugeben und am afrikanischen Markt die neuesten Farb- und Mustertrends zu recherchieren. Ihr Geschäftspartner Benedikt „Bene“ Habermann ist vor allem für den Vertrieb verantwortlich, um den er sich von München aus kümmert. Neben Deutschland werden die farbenfrohen Jacken zurzeit auch in Österreich und der Schweiz verkauft.

Melanie und Benedikt planen noch weiter: Künftig werden die Produkte in recycelbarem Material verschickt und zusätzlich ein Reperaturservice in München angeboten. ●

www.khaladesign.com

„ÄSTHETIK MACHT DEN UNTERSCHIED“

Sustainable Fashion muss nicht mehr unsexy sein: Ein Gespräch mit Julia Zirpel, Mitgründerin des nachhaltigen Mode-Online-Shops THE WEARNES S.

TEXT Sintia Blakaj

Vorbei mit der myself-Moderedaktion und ab ins Abenteuer in die eher unsichere Selbstständigkeit — was hat dich dazu gebracht, diesen Schritt zu wagen?

Es gab verschiedene Aspekte, die zusammen gekommen sind. In den letzten 20 Jahren habe ich in unterschiedlichen Redaktionen gearbeitet und in dieser Zeit erlebt, wie stark sich die Modebranche verändert hat. Ich liebe Mode nach wie vor und glaube nicht, dass man sie als unwichtig abtun kann. Dennoch gibt es viele Probleme, etwa die viel zu schnell pro-

duzierten Kollektionen, die wöchentlich komplett neu in den Geschäften erscheinen. Dadurch entsteht ein Wertverlust, der der Qualität und der Langlebigkeit der Kleidungsstücke schadet.

War Nachhaltigkeit für dich da schon ein Thema?

Nein, nicht auf Anhieb. Ich habe, neben meiner Tätigkeit bei myself, ein Innovation Management und Creative Leadership Studium in Amsterdam absolviert. Dabei ging es hauptsächlich um neue strategische Ansätze, die auch soziale Aspekte

berücksichtigen, und wie Unternehmen diese in Zukunft umsetzen müssen. Erst dadurch ist mir bewusst geworden, dass das Thema Nachhaltigkeit wichtig ist, vorher hat es mich gar nicht angesprochen.



Foto: Wolfgang Müller

Wir als Team von The Wearness wollen das Interesse dafür wecken, daher präsentieren wir seit 2017 coole Marken wie Mykke Hofmann oder Pallas Paris und schaffen dadurch ein neues, hochwertiges Umfeld zum Thema Nachhaltigkeit. Vor allem für mich als Modejournalistin war es wichtig, mit unserem Online-Shop nicht nur die Optik im Blick zu haben, sondern auch ein Augenmerk auf die Hintergrundgeschichte zu legen und so dem Kunden mehr Transparenz bieten zu können.

Momentan findet ein regelrechter Hype um Nachhaltigkeit statt, aber wie sehr hat sich deiner Meinung nach die Branche wirklich mit dem Thema auseinandergesetzt?

In den letzten zwei Jahren hat sich sehr viel getan. Ich merke allein an den zahlreichen Anfragen, die wir bekommen, dass das Thema wichtig ist und stark diskutiert wird. Wir haben immer versucht, Redaktionen zu bespielen, aber das klappte zu Beginn nicht wirklich, weil die Produkte nicht hundertprozentig zur Ästhetik vieler Modemagazine gepasst haben. Die Teile mussten einfach begehrlischer und sexier sein. Dann funktioniert Nachhaltigkeit auch in den klassischen Medien.

Also muss nachhaltige Kleidung den heutigen Trends entsprechen, um sich verkaufen zu können? Wie sehr steht die Ästhetik für The Wearness im Vordergrund?

Ich glaube, die Ästhetik macht den Unterschied. Nachhaltigkeit sagt eigentlich nur aus, wie ein Stück hergestellt wurde oder woraus es besteht, aber momentan verbindet man nachhaltige Mode mit einem langweiligen, eintönigen Stil. Zudem wird ein nachhaltiges Produkt nie über den Preis konkurrieren können, darüber brauchen wir uns nicht zu definieren. Wenn es aber besonders und nicht an jeder Ecke zu haben ist, dann kann es sich durchsetzen. Die Ästhetik ist daher essenziell, um Begehrlichkeit zu erzeugen.

The Wearness bewegt sich vor allem im höheren Preissegment. Geht nachhaltig überhaupt günstig?

Ganz günstig sicherlich nicht. Nachhaltige Produkte werden nie Preise von Fast-Fashion-Ketten wie Primark und Co. haben können. Natürlich gibt es mal ein T-Shirt von Lidl, das aus Organic-Cotton gemacht ist, aber auch da fragt man sich, wie nachhaltig diese Shirts wirklich sind. Ich finde, es ist wichtig, sich selbst zu erziehen und sich gut zu überlegen, ob man jetzt wirklich das zehnte weiße Oberteil braucht. Passt es zu mir? Wie kann ich es kombinieren? Diese Fragen stelle ich mir nur, wenn ich mehr Geld hinlegen muss, bei den günstigen Teilen überlegt man heute viel zu wenig. Meiner Meinung nach sollten bestimmte Mindestpreise auch für Modeartikel festgelegt werden, damit sie nicht mehr als Wegwerfprodukte gesehen werden.

Sind die Konsumenten auch bereit, mehr für nachhaltige und transparente Mode auszugeben? Siehst du einen allgemeinen Wandel des Konsumverhaltens?

Das fängt gerade an, vor allem, weil momentan viel über Nachhaltigkeit diskutiert wird. Vielen ist noch nicht bewusst, dass die Modeindustrie der zweitgrößte Umweltverschmutzer der Welt ist. Bei den Jüngeren merkt man, dass sie immer mehr genau wissen wollen, woher ihre Klamotten kommen. In einer Deutsch-

land-Test-Umfrage gaben 60 Prozent an, dass Nachhaltigkeit ihre Kaufentscheidung unterstützt. Trotzdem gibt es noch zu viele Fast-Fashion-Konsumenten, weshalb wir noch ganz am Anfang stehen.

Welche Kriterien müssen eure aufgelisteten Labels erfüllen, und wie bewertet ihr Siegel beziehungsweise Zertifikate?

Viele Siegel kosten Geld, und wir arbeiten viel mit kleinen Firmen zusammen, die sich das noch nicht leisten können. Zudem gibt es zu viele unterschiedliche Siegel, die kaum was über die Herkunft des Kleidungsstück aussagen — ein Zertifikat für das Material verrät mir überhaupt nichts über die Produktionsbedingungen. Jeder kann heute ein Siegel entwickeln, also gibt es da auch keinen geschützten Raum. Es blickt keiner mehr wirklich durch! Für mich spielen Siegel daher keine so große Rolle. Ich finde es interessanter, die Hintergrundgeschichte der einzelnen Firmen zu kennen und zu wissen, wie sie wirklich produzieren. Jedes Label definiert Nachhaltigkeit anders, aus unterschiedlichen Perspektiven. Für manche gilt Nachhaltigkeit nur, wenn die Produkte vegan sind, für andere stehen Qualität, Herstellung oder faire Arbeitsbedingungen im Vordergrund.

„Bestimmte Mindestpreise sollten auch für Modeartikel festgelegt werden, damit sie nicht mehr als Wegwerfprodukte gesehen werden.“

Nach einer Studie der Uni Bamberg geht jede sechste Onlinebestellung zurück. Nun wird viel diskutiert, wie nachhaltig der Online-Handel Versand sein kann. Wie seht ihr das?

Das ist auch für uns ein großes Thema. Ich glaube, der Rückversand im Online-Verkauf lässt sich noch nicht richtig lösen, weil die einzelnen Teile häufig nicht passen. Wir versuchen zwar, unsere Kunden darauf hinzuweisen, so wenig wie möglich zurückzuschicken, aber wenn es nicht passt, passt es nun mal nicht. Es gibt ja auch die Gegenrechnung, dass Onlinekäufe trotzdem weniger CO2 verursachen, weil die Leute nicht alle ins Geschäft fahren und wieder zurück, sondern Bestellungen gesammelt ausgeliefert werden. Dennoch gibt es noch vieles hinsichtlich des Versands zu verbessern, woran wir momentan auch arbeiten, in Form von nachhaltiger Verpackung beispielsweise.

Was sind die Hürden beim Aufbau eines nachhaltigen Online Shops?

Themen wie Finanzierung oder technische und rechtliche Dinge, Gebiete, in denen wir uns nicht hundertprozentig auskennen, waren eine Herausforderung. Es ist ein weiter Weg, bis man einen bestimmten Bekanntheitsgrad erreicht und eine gewisse Anzahl an Bestellungen hat. Wir müssen alle noch nebenher arbeiten, damit sich das Ganze finanzieren lässt.

Wie sehr hat sich dein Leben seit der Gründung von The Wearness verändert?

Weil ich in erster Linie von zu Hause aus arbeite, muss ich nicht mehr jeden Morgen ins Büro fahren. Auch die Arbeitszeiten sind anders. Ansonsten hat sich natürlich mein Konsumverhalten insgesamt geändert. Ich habe für mich selbst die Maxime gesetzt, nicht mehr innerhalb Deutschlands zu fliegen, sondern den Zug zu nehmen. Das ziehe ich auch durch. Aber ich bin nicht perfekt, glaube jedoch an die Theorie der kleinen Schritte und daran, dass dieses Thema in allen Lebenspunkten präsent sein müsste.

Wie sieht eure Zukunft aus?

Wir sind momentan mit verschiedenen Investoren im Gespräch, um den Shop breiter aufzustellen und marketingmäßig mehr Power zu geben. Wir überlegen zudem, Kinderkleidung mit aufzunehmen. In Richtung Lifestyle und Möbel gibt es für uns auch viele Wachstumsmöglichkeiten. Wir wollen neben Deutschland auch andere Länder mit The Wearness erreichen und natürlich im Versand wachsen. Eine weitere Idee wäre, Pop-Up-Stores zu organisieren, wo unsere Kunden die Möglichkeit hätten, unsere Stücke real zu entdecken. ●

Letztes H e m d

Heimatgefühle —
Kathrin Weinzierl entwirft feine
Silberketten und lässt sich
dabei von Bayerns individuellen
Skylines inspirieren.

TEXT Anna-Lena Reith

Sein letztes Hemd geben – das ist in München mehr als nur eine Redensart. Zumindest bei Kathrin Weinzierl, die ihr gleichnamiges Schmucklabel im Jahr 2012 gegründet hat. Mit Letztes Hemd konzentrierte sich die gebürtige Straubingerin allerdings zunächst auf selbstgenähte T-Shirts für traditionelle Feste, wie die Wiesn oder das Gäubodenvolksfest. „Meine Jungs wollten damals partout kein Hemd zur Lederhose anziehen, sondern lieber Shirts.“ Inzwischen sind die Söhne groß und haben als waschechte Bayern längst erkannt, dass T-Shirts zur Krachledernen ein peinliches No-Go sind. Ergo hat Kathrin umgesattelt, um sich seit vier Jahren endlich ihrer eigentlichen Leidenschaft zu widmen: „Mit Schmuck kann ich mich viel mehr identifizieren“, erklärt sie.

Erst auf den
zweiten Blick
erkennt man
die zarten
Motive: feine
Linien ergeben
die Wahr-
zeichen einer
Stadt.



Fotos: Kathrin Weinzierl



Die Silberketten sind vielseitig kombinierbar. Ob mit grauem Pullover oder zum Kleid, sie sind in jedem Fall ein Hingucker.

Der Name „Letztes Hemd“ ist aus Nostalgiegründen geblieben, so wie sie auch ihren bajuwarischen Wurzeln treu geblieben ist, denn Heimat spielt nach wie vor eine zentrale Rolle. Zu ihren feinen Ketten aus Sterling Silber gehören nämlich Amulette mit 14 mm Durchmesser, auf denen die Wahrzeichen diverser bayerischer Städte eingraviert sind. So trägt man quasi je nach Wunsch seine Lieblingsstadt immer nah beim Herzen. Durch die zarte, feingliedrige Gestaltung passen die filigranen Modelle wunderbar zum Dirndl, sehen aber auch zu puristischen Büro-Outfits elegant aus. Eine Silberkette hat einen Durchmesser von 14mm und ist 45 cm lang.

Aktuell gelten Kathrins Inspirationen den Städten München, Regensburg, Landshut, Straubing und Freising. Eben die Orte, zu denen die Schmuckliebhaberin selbst den größten Bezug hat – Fortsetzung folgt natürlich. Kathrin Weinzierl lässt sich nämlich Zeit, begibt sich persönlich auf Städtetour, um die perfekte und

individuelle Silhouette mit Wiedererkennungswert herauszufiltern. Anschließend skizziert sie ein Gesamtbild und erstellt am Tablet eine stilisierte Zeichnung, an der bis zum Schluss gefeilt wird. Diese wird an den Graveur weitergereicht, der das jeweilige Motiv akribisch in die Silberplättchen eingraviert. Die Einzelteile werden dann zu einer Kette zusammengefügt, in einen kleinen, handbedruckten Musselein-Beutel verpackt und verschickt.

Letztes Hemd ist mehr als ein kreatives Hobby für Kathrin, die hauptberuflich als Medientechnikerin beim Bayerischen Rundfunk arbeitet: „Ohne Schmuck fühle ich mich, als hätte ich etwas vergessen“. Ohne eine ihrer filigranen Ketten – auf die sie natürlich regelmäßig angesprochen wird – geht sie also nie aus dem Haus. ●

www.letzteshemd.bayern

„Ohne Schmuck fühle ich mich, als hätte ich etwas vergessen.“

Lieblings t e i l



So edel kann Upcycling aussehen: Aus alten Tischdecken entstehen hochwertige Schürzen.

Schluss mit Wegwerfmode, hin zur Wertschätzung. Upcycling steht auf dem Programm.

TEXT Nadja Unterberger

„Tischdecke zu Schürze“ – ein handgeschriebenes Etikett am Dirndl erzählt eine kleine Geschichte. Denn Lieblingsteil aus Oberbayern steht nicht nur für Resteverwertung im Sinne von Upcycling, sondern bietet liebevoll Trachtiges für Individualisten.

Seit über 20 Jahren arbeitet Gudrun Weber in der Modebranche. Frustriert von textilem Massenkonsum, hoher Umweltbelastung und den zweiwöchig aufpoppenden Kollektionen der Modeketten, begann sie irgendwann abgelegte Kleidung aufzubereiten und etwas Neues daraus zu schaffen. Schon ihr erster Dirndl-Entwurf überzeugte: das Mieder aus einem alten Sakko, der Rock aus getragenen Denim sorgte für Begeisterung unter ihren Kolleginnen, sodass sie immer öfter um Nachschub gebeten wurde.

Fotos: Gudrun Weber

Heute setzt sie in ihrem Atelier in Söchtenau im Landkreis Rosenheim mit ihrem Label Lieblingsteil ein Zeichen für Nachhaltigkeit. Denn hier wird aus einem Nadelstreifen-Sakko des Vaters ein Trachten-Mieder, aus einer Boyfriend-Jeans ein casual Dirndl und aus einem Herrenhemd ein Kinderdirndl. In Kleinserie fertigt sie in liebevoller Handarbeit ihre Kollektionen aus Flohmarktware und Stoffresten.

Mit ihrer Upcycling-Mode sagt die Chiemgauerin der Fast-Fashion Industrie den Kampf an. „Weg von Wegwerfmode, hin zur Wertschätzung der Textilie.“ Umdenken ist laut Gudrun gefragt, „denn jeder Einzelne von uns trägt Verantwortung.“ Bereits existierende Materialien werden in ihrer Nähwerkstatt zu zeitlosen und hochwertigen Unikaten. Designer, Schnittmacher, Schneider und Näherinnen kreieren in der kleinen Manufaktur Maß- und Einzelanfertigungen – bedarfsorientiert, ressourcenschonend und aus Naturmaterialien oder eben Second Hand-Ware.

„Jeder Einzelne von uns trägt Verantwortung.“

Nebenbei hat sich Gudrun Weber einer weiteren Aufgabe verschrieben: Sie gibt öffentliche Workshops, in denen sie ihre Handwerkskunst und das Bewusstsein für Nachhaltigkeit weitergeben will. Aus persönlicher Freude am gemeinsa-



Ein altes Männerhemd wird bei Gudrun Weber zum süßen Kinderdirndl.

men Arbeiten entstand die Idee, ganz individuelle Upcycling-Dirndl mit ihren Teilnehmern zu schneiden. Textile Verarbeitungstechniken und allerlei Inspirationen zur Wiederverwertung werden hier ebenso weitergegeben, wie auch die Anerkennung der Handarbeit. „Das Erstaunen ist jedesmal groß, wenn man erkennt, welcher Aufwand hinter einem Kleidungsstück steckt“, so Gudrun, „hier wächst die Wertschätzung für Kleidung enorm.“

Und übrigens auch am Fashion Revolution Days wirkt Gudrun mit und bietet einen Upcycling-Workshops an: aus Pappas alten Hemden werden so tolle ausge-Outfits. ●

www.lieblingsteil.me

L i v a l i k e

Innovation, Spaß und Leidenschaft: Wie sich eine Innenarchitektin auf nachhaltige Taschen spezialisierte.

TEXT Anna-Lena Reith

„Die Leute müssen Spaß daran haben – sonst ist es wie bei jeder Diät, die nichts bewirkt.“ Claudia Santiago Areal findet, dass gutes Design in den Köpfen der Menschen verankert bleibt, wenn man Freude daran hat. Für ihr internationales Label Livalike designt die Wahlmünchnerin Taschen mit einem ganz besonderen Twist. Das Besondere an den praktischen Accessoires ist das Material: Claudia verwendet kein Leder oder Baumwolle, sondern Papier. „Mit Leder zu arbeiten hatte für mich keinen Reiz“ erklärt sie. „Das macht ja jeder. Und bei anderen Stoffen entsteht zu viel Verschnitt, der einfach weggeworfen wird.“ Ganze drei Jahre hat Claudia gebraucht, bis sie ein waschbares, extrem haltbares Kraftpapiergewebe entwickelt hatte. Vernäht wird mit dem Zick-Zack-Stich, der vor Einrissen schützt und Kanten stabilisiert.

Tragbare Architektur: Mit den Taschen aus Papier von Claudia Santiago Areal fällt man auf.

Mit der Zeit verzichtet sich das Papiergewebe, wie Claudia Santiago Areal bemerkt, die Natur des Kraftpapiers wird sichtbar und erhält im Laufe der Zeit eine individuelle Patina. „Sie altern in Würde und Schönheit.“ Anfangs beschäftigte sich Claudia Santiago Areal noch mit Möbeln und Wohnaccessoires, anstatt mit Taschen. In eine Künstlerfamilie hineingeboren, entschied sie sich in jungen Jahren für eine Schreinerlehre und später für ein Studium der Innenarchitektur.



Fotos: Joachim Baldauf

Die Leidenschaft für Raum, Produkte und Möbel ist immer noch ein Teil von ihr. Davon lässt sie sich inspirieren: Jede Art von Struktur ist besonders und beeinflusst das Taschendesign. Vor zwei Jahren kam dann der Wechsel von den Papiertaschen. Bezeichnen kann man sie auch als „tragbare Architektur“, denn sie sind in jedem Fall ein Statement. 2019 nahm sie für ein Modell sogar einen German Design Award entgegen. Mit Livalike möchte die Gründerin auch etwas bewegen. Der Name des Labels meint so viel wie „Lebe in gleicher Weise“.

Es gibt sie in vielen verschiedenen Farben und je öfter sie getragen werden, desto mehr erhalten die Taschen eine eigene Patina.

„Der Name des Labels heißt so viel wie Lebe in gleicher Weise.“

Es geht darum, eine Vorbildfunktion zu erfüllen und die ersten Schritte in Richtung Fairness und Nachhaltigkeit zu tun. In Zukunft will Claudia Santiago Areal ihr Sortiment auf Mützen oder Schuhe ausweiten. Auch einen Poncho-Prototyp aus den Papierresten der Taschen hat sie in ihrem Atelier. Wir sind gespannt, mit welchen Pieces sie uns in Zukunft überraschen wird. ●

www.liv-store.com



Für ihre Kreationen verwendet die ehemalige Innenarchitektin ein ungewöhnliches Material: Papier.

DAS TIER AN MIR

Kaum ein Thema polarisiert die Modeliebhaber so sehr wie Pelz. Dabei vergessen viele selbsternannte Tierschützer eine andere große Materialsünde.

TEXT Sophia Bilz

Ich muss etwas gestehen: In meinem Kleiderschrank hängen derzeit neben vier Kunstpelzen zwei Echtpelze, Vintage, und ein Ledermantel, ebenfalls Vintage. Diese Teile anzuziehen, stellt das Selbstbewusstsein auf die Probe und könnte sogar als Kamikaze-Akt gewertet werden. In Zeiten der Anti-Fur Bewegung, angeführt von den Großen der High Fashion-Branche, Gucci, Burberry, Versace und Calvin Klein, ist das Tragen von Echtpelz inzwischen auch in der Münchner U-Bahn eine absolute Todsünde. Zeitgleich mit dieser Bewusstseinsveränderung erlebt der Fake-Fur seit 2015 eine Art Image-wandel. Vorher als unästhetisch und billig verschrien, ist er inzwischen ein absolutes Muss in jeder mode-affinen Garderobe. Der Beweis: siehe Geständnis.



Heißgeliebt: die Vintage-Lederjacke aus Paris.

Foto: Sophia Bilz

Der Wunsch nach einem nachhaltigeren Konsum ist einer der Hauptgründe für die Abkehr von tierischen Materialien. Und der wird vor allem vom Konsument selbst gefordert. Den Unternehmen liegt daher vermutlich weniger das Wohl der Tiere am Herzen als ein gutes Marketingkonzept. Inzwischen sind auch günstigere Marken wie H&M, Mango und Zara auf den Zug aufgesprungen und bieten in ihren Winter-Kollektionen täuschend echte Nerzimitate und flauschige Pelzmäntel in Zitronengelb, Giftgrün und Babyblau an. Auf dem Waschetikett findet man die üblichen Verdächtigen, Modacryl, Polyester und andere Wunderfasern – alles pure Synthetik, besonders bei den preiswerten Modellen.

Soll der vererbte Nerzmantel von Großmutter auf dem Müll landen?

Bei den Exemplaren bekannter Designer hingegen kann ein Webpelz schon mal 4000 Euro kosten. Dabei haben Stoffanbieter die falschen Felle aus Kunst- und Naturfasern bis zur Perfektion weiterentwickelt. Das deutsche Unternehmen Steiff Schulte ist auf Webpelze aus reinem Naturhaar von Alpakas und Angoraziegen spezialisiert. Zu den Auftraggebern gehören Dries Van Noten, Max Mara und Marc Jacobs. Weil das Fell geschoren wird, kommt kein Tier zu Schaden. Viele Firmen wünschen sich, nicht zuletzt durch den Druck der Verbraucher, natürliche Materialien.

Die berühmteste Veganerin und Tierschützerin der Branche, Stella McCartney, ging einen Schritt weiter und verzichtete für ihre Kollektionen neben Echt-Pelz und Leder lange Zeit sogar auf Fake Fur. Aber auch sie musste sich letzten Endes den Wünschen ihrer Kundinnen beugen und verwendete für ihre Yeti-Mäntel 2015 Modacryl. „Viele Frauen haben mich nach einer Alternative zu echtem Pelz gefragt. Also dachte ich mir: Dann entwerfe ich doch gleich einen richtig gut gemachten ‚pelzfreien Pelz‘, der jedes Bedürfnis nach echtem Tierfell vergessen lässt“, sagt McCartney.

Gerade durch den technologischen Fortschritt ist es notwendig, noch genauer hinzugucken. Eine Untersuchung der Stiftung Warentest, bei der Jacken und Mützen mit Fellschmuck getestet wurden, zeigt: Wo Fake draufsteht, ist nicht immer nur Fake Fur dran. Der traurige Grund: Die Felle von Marderhunden aus China sind günstiger als die Produktion von Fake Fur. Schätzungen der Tierschutzorganisation Fur Europe zufolge wurden 2017 weltweit knapp 63,1 Millionen Nerze, 12,7 Millionen Füchse und 167.000 Marderhunde für Pelzprodukte getötet. Zahlreiche Dokumentationen zeigen die unwürdigen Haltungs- und Schlachtungsweisen der Tiere und haben auch mich als Vintage-Trägerin zur vehementen Gegnerin von neuproduzierten Pelzwaren gemacht.

Aber um auf mein eigentliches Dilemma zurückzukommen: Wie gehen wir denn nun mit Vintage-Teilen aus Pelz oder Leder um? Sollen die von Großmutter geerbten Nerzmäntel auf dem Müll landen, nur um in der Öffentlichkeit nicht das falsche Signal zu senden? Woher der Pelz stammt, alt oder neu, spielt für die allermeisten Anti-Pelz-Aktivistinnen schließlich keine Rolle. Hier geht es ums Prinzip. Eine Begründung, mit der ich schon immer meine Probleme hatte. Die Tatsache, dass Fake Fur und Vegan Leather nur aus synthetischen Fasern bestehen, die es fast unmöglich machen, das gute Stück zu recyceln – und wenn, unter sehr hohem Energieaufwand – verstärkt die Zweifel, ob die aktuellen Lieblinge der Modebranche wirklich die Lösung für das Thema Pelz und Leder sind. Erdöl,

der Ausgangsstoff für die meisten synthetischen Fasern, lässt die Ökobilanz der flauschigen Teile weiter ins Negative abrutschen.

Wer die Debatte zwischen Pelz-Befürwortern und ihren Gegnern verfolgt, wird zwangsläufig auch auf das Thema Leder stoßen. Ja, Leder, und hier sind nicht nur Lederjacken und -taschen gemeint, sondern auch Schuhe, Geldbeutel und vieles mehr. Preis und Label sind hier definitiv keine Versicherung für Qualität und angemessene Herstellungsprozesse. Damit ist für viele dann die persönliche Schmerzgrenze erreicht, ganz auf Leder verzichten erscheint zu schwierig. Pelz abzuschwören und sich im Zweifelsfall so als perfekter Tierschützer zu verstehen, ist für den Großteil um einiges



Foto: Sophia Bilz

Vegan Leather aus Synthetik oder doch lieber den Vintage-Mantel aus Echtleider?

So unterscheidet man Echt- von Kunstpelz

1. Hineinpusten

Kunstfell — steif und in den Haarspitzen stumpf

Echtfell — weich und die Haarspitzen enden glatt

2. Haare scheiteln

Kunstfell — darunter ist ein Gewebe zu erkennen

Echtfell — darunter ist eine Lederhaut zu erkennen

3. Brennprobe

Kunstfell — riecht nach Plastik, bildet Klümpchen

Echtfell — riecht nach verbranntem Haar

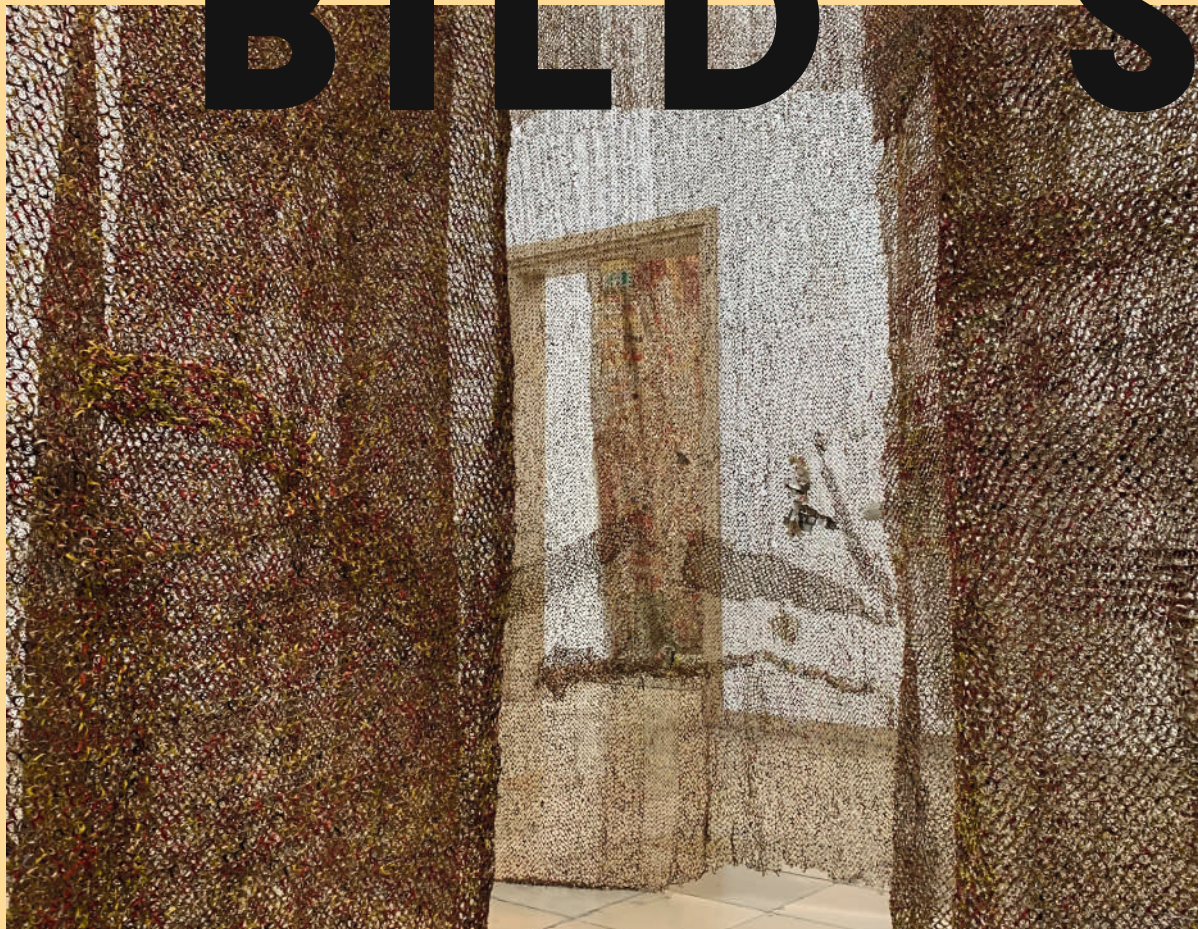
Auf Leder verzichten? Für viele unmöglich.

leichter, als sich mit dem Thema Leder und – Gott bewahre, auch der nachhaltigen Produktion von Fleisch auseinanderzusetzen. Das ist vielleicht auch die Erklärung, wieso ich beim Tragen meines Vintage-Ledermantels keine Angst haben muss, mit faulen Eiern bombardiert zu werden. Dabei sind die Umstände bei der Produktion von Lederwaren, für Mensch und Tier, oft nicht minder grausam als die der Pelzproduktion. Die 2013 veröffentlichte ZDF-Doku „Gift auf unserer Haut“ ist auch sechs Jahre später noch eine gute Quelle, um sein Wissen zu dem Thema auf den neuesten Stand zu bringen und sich der ganzen Diskussion etwas demütiger zu widmen.

Um sich ein Urteil bilden zu können, braucht es eine Menge Information. Und so gilt es, sich in allen Bereichen unseres Konsumverhaltens in erster Linie zu informieren, nicht aufhören, Fragen zu stellen und ein Bewusstsein für das eigene Verhalten zu entwickeln. Das ist natürlich etwas aufwendiger, aber mit Sicherheit weitaus sinnvoller als Andere vorschnell zu verurteilen und mit Parolen oder Farbbeuteln um sich zu werfen. Eben dieses Prinzip gilt auch bei der Frage nach dem richtigen Umgang mit Pelz und Leder. Ich für meinen Teil bewahre meine Vintage-Unikate weiterhin auf. Und sollte ich im Winter den Drang verspüren, mich besonders rebellisch zu zeigen, führe ich eines von ihnen vielleicht auch mal wieder aus, mit einem durchsichtigen Regen-Cape darüber – sicher ist sicher. ●

BILD SCHÖN

Metallreste
werden zu
Kunst: El
Anatsui lässt
Müll „schön“
erscheinen.



Plastik in den Meeren. Strände, die wie Mülldeponien aussehen. Was viele zur Verzweiflung bringt, lässt sie kreativ werden: Vier Beispiele, wie Künstler Abfall neuen Wert verleihen.

TEXT Alexandra Porenta

Triumphant Scale: Alu-Installationen von El Anatsui

Helle, lichtdurchflutete Räume und Bahnen von bunten, teuren Stoffen, die die Wände zieren: Wir stehen im Haus der Kunst in München, wo zwischen März und Juli 2019 die Ausstellung des ghanaischen Bildhauers El Anatsui gezeigt wurde. Doch der Schein trügt. Je näher man den Kunststücken kommt, desto deutlicher wird: Der Wandschmuck ebenso wie die glänzenden, farbenfrohen Skulpturen in den Hallen setzen sich aus Schraubverschlüssen und anderen Metallresten zusammen – wenn man so will: aus Müll.

Foto: Alexandra Porenta

UPCYCLING

Aus altem Blechmüll entstehen neue Kunstwerke: Schön und hässlich liegen nahe beinander.

Ein Exponat bleibt besonders im Gedächtnis: ein Labyrinth, dessen Wände aus einem Netz von Flaschendeckeln und Drähten bestehen. Obwohl die zwei bis drei Meter hohe Installation transparent ist, fühlt man sich, als wäre man in einer Mülldeponie verloren. Mit genug Geduld findet man einen Ausgang. Vielleicht soll dieses interaktive Ausstellungsstück auf die Auswirkungen der Umweltverschmutzung hinweisen: Wenn wir geduldig genug sind, zusammen einen Ausweg zu suchen und zu finden, dann kann die Welt – so hoffnungslos es manchmal scheint – noch gerettet werden.

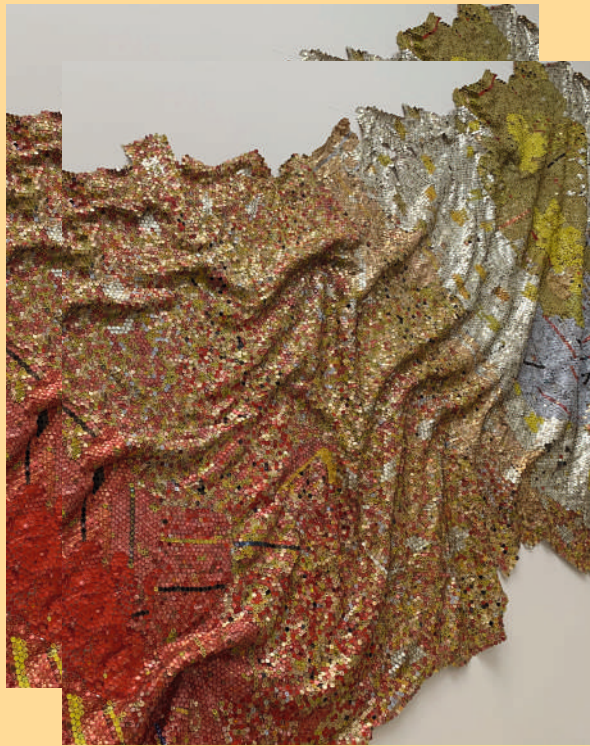


Foto: Alexandra Poyenta

Trash People: Müllfiguren von HA Schult

„Das Thema Umwelt habe ich schon in den 60er-Jahren in die Umlaufbahn gebracht, zu einer Zeit, als das Wort noch ein Fremdwort war“, sagt HA (Hans-Jürgen) Schult über seine Trash People.

Der 1939 in Parchim (Mecklenburg-Vorpommern) geborene Künstler war nach dem Studium an der Kunstakademie in Düsseldorf nach München gezogen und hatte dort seine Liebe zum Müll als neues Material für Kunst entdeckt. Mit der kreativen Verwendung

Foto: Archiv HA Schult Museum

Foto: Archiv HA Schult Museum

alltäglicher Abfälle wollte er die Wegwerfmentalität anprangern, vor allem die Zerstörungen, die sie unserer Umwelt und unserem Planeten antun. Große und weltweite Aufmerksamkeit bekam er für das Projekt Trash People – eintausend, 1,80 Meter große, aus Blechdosen und Müll geformte Figuren, die 1996 auf Welttournee gingen. Wie Flüchtlinge der Konsumgesellschaft lässt HA Schult seine Armee seit mehr als 20 Jahren um den Globus reisen. Unter anderem posierten die bunten Gestalten schon auf der Chinesischen Mauer, vor den Gizeh-Pyramiden in Kairo, in der Arktis, in Rom, Paris, Moskau, Peking, Brüssel, Köln, New York, Barcelona, Tel Aviv, am Matterhorn sowie am Tollwood Festival in München.

Mit diesem Projekt war HA Schult einer der ersten Künstler, die das ökologische Ungleichgewicht zum zentralen Thema ihrer Arbeit machten. Für ihn sind die Trash People Botschafter und Mahner gegen die zunehmende Verschmutzung der Umwelt. „Meine Müllmenschen

Sogar bis zur chinesischen Mauer durften die Trash People von HA Schult reisen.



Die 1,80 Meter großen Trash People aus Blechdosen von HA Schult sollen auf das ökologische Ungleichgewicht aufmerksam machen.



Foto: Archiv HA Schult Museum

stehen bei Staatsoberhäuptern, Vorstandschefs, in Restaurants, Arztpraxen oder Friseurläden. Jeder einzelne ist ein Hinweisgeber auf den Zustand unserer Umwelt, inspiriert die Leute, über die Natur und ihre Gefährdung zu sprechen. Das ist der Sinn der Kunst.“

Toxic Evolution: Fantasiecreaturen von Alvaro Soler Arpa

Wie werden wir Lebewesen uns der Plastikvermüllung anpassen? Wie das aussehen könnte, zeigen die Geschöpfe eines katalanischen Künstlers und Umweltaktivisten.

Drei Jahre lang sammelte Alvaro Soler Arpa Knochen von Tieren – Kühen, Pferden, Ebern, Geiern, Büffeln, Antilopen, Elefanten und Straußen. Er grub sie aus, wusch und säuberte sie, damit er sie anschließend mit Draht und Plastikmüll in Fantasiegebilde verwandeln konnte. „Toxic Evolution“ konzentriert sich auf

Vorboten des Klimawandels: Ice People in Advent Valley (Norwegen) von HA Schult.



Wirbeltiere und zeigt deren mögliche evolutionäre Veränderungen, die durch giftige Substanzen entstehen können. Mögliche Veränderungen, weil wir den Einfluss toxischer Materialien auf lebende Organismen oft noch gar nicht kennen.

Die asymmetrischen, verkrüppelten Figuren sind Sinnbilder für den Kampf und das Ringen zwischen Natur und Giftstoffen, mit denen die Menschen seit unzähligen Generationen die Umwelt belasten. Seine „Tiere“ sieht der 1974 geborene Arpa als fiktive Opfer dieses Verhaltens. Sie sind noch nicht einmal real – und könnten schon wieder die nächste vom Aussterben bedrohte Tierart sein.

Vielleicht ist es gerade die Todesnähe, dieser morbide Zauber, der bewirkt, dass Arpas Geschöpfe unglaublich elegant, bewundernswert und anmutig aussehen. Trotz ihrer sichtbaren Defekte sind sie wunderschön und haben eine fast magische Anatomie – eine Hommage an die Natur, die sich trotz der Zerstörung durch Menschen behauptet.



Foto: Alvaro Soler-Arpa

Alvaro Soler Arpa zeigt eine toxische Evolution der Tierwelt.

Plastic Planet: Spielzeugtiere von Calder Kamin

Politische Kunst kann – und soll auch Spaß machen. Denn Werke, die dem Betrachter attraktiv erscheinen, ermutigen auch zum Handeln. Das findet Calder Kamin, die bewusst hoffnungsvoll und positiv das sonst so düstere Thema Plastikverschmutzung angeht. Die bildende Künstlerin aus Austin, Texas, setzt auf die Intelligenz und Empathie von Kindern und Jugendlichen. Sie ist der Meinung, dass sie die Probleme der heutigen Zeit verstehen, und gelernt haben, dass ihre Stimmen gehört werden können.

Calder Kamin sammelt bunte Plastiktüten bei Freunden und Familienmitgliedern, dreht und faltet die Materialien

dann so, dass sie nach echtem Gras oder Fell aussehen. Anschließend setzt sie die Teile per Hand zu Füchsen, Dachsen oder anderen tierischen Lebewesen zusammen. Aus der Ferne ist nicht zu erkennen, ob die Lebewesen real sind oder nicht. Die Tiere wirken geradezu süß und unschuldig, obwohl sie eine komplett andere Realität widerspiegeln: Fake Nature, eine von uns selbst kreierte synthetische Welt.



Foto: Philip Rogers

Ein fast reales Reh, komplett aus Plastiktüten. Calder Kamin schafft eine neue Herangehensweise an das Thema Umweltverschmutzung.

Dachs aus Plastiktüten aus dem Projekt Plastic Planet von Calder Kamin.



Foto: Philip Rogers

Calder Kamin hat ihre futuristischen Fabelwesen in direkter Nähe zu den Menschen platziert. Eichhörnchen, Waschbären und Füchse leben in urbanen Umgebungen und ernähren sich von den Abfällen der Stadtbewohner. Zustände, die die Künstlerin nicht verdammen, sondern lieber in ein gesundes Miteinander transformieren will. Sie fragt nach konstruktiven nächsten Schritten und versucht, durch ihre Projekte kreative Lösungen zu fördern, ganz nach dem Motto *trash into treasure*. ●

Mandala Fashion

Umweltverträgliche Materialien, bunte Prints und aktuelle Designs. Nathalie Prieger ist die Pionierin der eco-fairen Yogamode in Deutschland.

TEXT Antonia Erdtmann

„Yoga ist für mich eine Lebenshaltung. Achtsam mit sich und der Umwelt umzugehen, Menschen und Natur mit eingeschlossen“, so Nathalie Prieger, Gründerin des Yogalabels Mandala. Sie gilt als eine der Ersten der Fair Fashion Branche, denn mit ihrem Unternehmen brachte sie eco-faire Yogamode in den deutschen Handel. Das Sortiment reicht von Bras und Shirts bis hin zu Homewear und Accessoires für Frauen. Ihre Kollektion zeichnet sich vor allem durch biologische und nachhaltige Stoffe aus.

Mit bunten Prints, Pastelltönen und klassischen Basicfarben designed die Gründerin ihre Activewear und verpasst dem Ganzen ein urbanes Lifestyle-Gefühl. Im Grunde ist Mandala das logische Ergebnis von Nathalies Werdegang: Im Iran aufgewachsen, arbeitete sie nach ihrem Studium zehn Jahre als Chefdesignerin bei MCM. Mit 27 Jahren nahm sie sich eine Auszeit in Indien, dort kam die Designerin das erste Mal mit Yoga in Kontakt und die Idee zu ihrem Yogalabel entstand.

Yoga Zweiteiler aus der Herbstkollektion in verschiedenen Pastelltönen.



Aktivistin Madeleine Alizadeh alias DariaDaria trägt selbst gern die nachhaltige Yogamarke.



Fotos: Nathalie Prieger

„Von Beginn an waren Nachhaltigkeit und Öko-Materialien die Grundpfeiler meiner Yogalinie.“

„Durch das Verständnis von Yoga war klar, dass meine Linie ökologisch und fair sein musste.“ 2001 gründete Nathalie dann Mandala und eröffnete 2014 nahe des zentral gelegenen Sendlinger Tors ihr erstes Yogawear-Geschäft. Mittlerweile werden ihre Kollektionen nicht nur national, sondern auch international in zehn verschiedenen Ländern verkauft.

„Von Beginn an waren Nachhaltigkeit und Öko-Materialien die Grundpfeiler meiner Yogalinie.“ Zur Herstellung der Produkte werden umweltverträgliche Stoffe wie Biobaumwolle, Tencel und Fasern aus recycelten PET-Flaschen verwendet. Produziert wird in GOTS-zertifizierten Betrieben in China und der Türkei sowie einer eigenen Joint-Venture-Manufaktur in Shanghai.

„Faire Bezahlung, Wertschätzung der Arbeiter und angemessene Arbeitsbedingungen haben hier absolute Priorität“, garantiert Nathalie Prieger. Die Inspiration für ihre Kollektionen, die zweimal im Jahr erscheinen, holt sich die Inhaberin auf ihren Reisen, darunter London und immer wieder Indien.

Na dann, Namaste! ●

www.mandala-fashion.com

Gemustertes Outfit aus langer Leggings und ärmellosem Sport-Top.



Me & May

Feminine Mode mit französischem Touch — Melissa Knorr und Mathilde Feuillet kreieren faire Kleidung, die Spaß macht.

TEXT Meryem Sener

Zwei Freundinnen, die eine Leidenschaft für Mode vereint. Daraus entstand das Münchner Label Me & May. Die Gründerinnen Melissa Knorr und Mathilde Feuillet lernten sich während eines Nebenjobs in ihrer Studienzeit kennen. Mathilde studierte an der Esmod in München, Melissa ist ausgebildete Schneiderin. Die beiden nähten gemeinsam aus Freude, feierten dann ihre erste kleine Kollektion, die zwei Monate später ausverkauft war.

Blumen, Stickereien und bunte Stoffe — die Mode von Me & May macht gute Laune.

So etablierte sich das Label Me & May in der bayerischen Hauptstadt, das nach den Anfangsbuchstaben der Freundinnen benannt ist. Die dazugehörige Boutique befindet sich heute in der Amalienstraße in Maxvorstadt, das Atelier liegt etwas abgelegener in der Alramstraße in Sendling, wo die Designerinnen in Ruhe arbeiten können und Schnitte vorbereiten. Die Blusen, Shirts, Hosen und Kleider von Me & May sind auf keinen Fall langweilig. Denn Fair Fashion soll Spaß machen, wissen auch die beiden Gründerinnen.

Liebevolle Details und französischer Charme. Faire Mode muss nicht langweilig sein.



„Ziel ist ein Wohlfühlprodukt.“

Feminin und vielseitig — die Designs von Me & May werden so zu Lieblingsstücken.

Fotos: Franziska Amboch



Kräftige Farben, Blumendrucke und fließende Schnitte mit einem Hauch französischem Charme machen die Produkte zu vielseitigen Lieblingsstücken. Wegen der hohen Nachfrage nähern sie ihre Kollektionen nicht mehr selbst. „Uns ist es sehr wichtig, dass die Kleidung hochwertig produziert wird, in kleinen Serien, in unserem Fall in einem Familienbetrieb in Polen. Es ist uns auch wichtig, dass die Arbeiter fair bezahlt werden, dass wir ein gutes Gefühl haben“, erzählt Mathilde.

Die Produktion trennt so nur einen vergleichsweise kurzen Transportweg vom Label Me & May in München. Auch natürliche Materialien sind Melissa Knorr und Mathilde Feuillet wichtig. Die Rohstoffe, wie Bio-Baumwolle, Lyocell und Cupro, werden nur von europäischen Herstellern bezogen. Auch recycelte Fasern und Überproduktionen von großen Unternehmen und Textilherstellern werden für die Kollektionen verwendet. Garne, Reißverschlüsse und andere Details kommen ausschließlich aus Deutschland und Frankreich.

„Das Endprodukt ist feminine Kleidung mit französischem Chic aus Eco-Materialien“, fasst Designerin Melissa Knorr zusammen. „Das Ziel ist, ein Wohlfühlprodukt zu schaffen, mit dem die Frau gut in den Tag starten und ihn auch bewältigen kann.“ ● www.meandmay.de

Monaco Duck

Münchner Charme trifft italienische Handwerkskunst — Monaco Duck macht besondere Schuhe und Accessoires aus bayerischen Naturmaterialien.

TEXT Ella Buß



Charlie, der Hausklassiker aus leichtem Sommerloden, perfekt geeignet für warme Temperaturen.

Unter Loden werden dichte, schwerere Streichgarngewebe in Melangenoptik verstanden, die überwiegend aus Schafswolle bestehen. Sie sind immer dicht gewalkt und unterscheiden sich durch verschiedene Oberflächenqualitäten. Gründer Julian entwirft mit seinem Team sowohl elegante, klassische Loafer mit Quasten für Frauen und Männer, als auch lässige unisex Sneaker.

Das sportlich-schicke Modell Max aus traditionellem Loden und italienischem Leder.



Fotos: Merte Photography

„Wir wollten eine Marke bilden, die unserem Lebensstil entspricht.“

Beide Modelle passen durch das Hauptmaterial perfekt zur Münchner Trachtenmode, sind aber auch durch die spezielle Verarbeitung des Lodens für den Alltag geeignet. Wasserabweisend, temperatúrausgleichend, atmungsaktiv und schmutzresistent sind die Eigenschaften des besonderen Stoffes und machen die Schuhe sowie Accessoires, wie Reise- und Aktentaschen, strapazierfähig und für jede Situation geeignet. Den Loden beziehen Carl und Julian zum Teil aus der ältesten deutschen Textilfabrik, der Tuchfabrik Mehler, in Bayern. Das primäre Ziel der Beiden war es nie, mit ihrem Label möglichst viel Geld zu verdienen, sondern in der Modebranche ökologisch und nachhaltig zu arbeiten und faire Ware zu verkaufen. In Zusammenarbeit mit kleinen, familiären Manufakturen nordöstlich von Rom entstehen die besonderen Produkte des Labels.

Hierbei ist jeder einzelne Schritt der Produktion Handarbeit. „Wir wollten eine Marke bilden, die unserem Lebensstil entspricht und dafür steht, was uns wichtig ist. Wir reisen gerne und entdecken Neues, lieben unsere Heimat und Familie, schätzen ehrliche Freundschaften und nehmen uns selbst nicht immer allzu ernst“, sagt Carl. Mittlerweile arbeiten er und Julian mit mehr als fünfzig Einzelhändlern zusammen. Von Norditalien bis Hamburg, Sylt, Belgien, Paris und sogar in den USA kann man ihre Schuhe und Accessoires erstehen und ein Stück München bei sich tragen. ●

www.monacoduck.com



Wasserabweisend und atmungsaktiv: Die Verarbeitung von bayerischem Loden macht's möglich.



Strahlender Auftritt: Gemustertes Kleid in sonnigem Gelb.

Fotos: Markus Bürke

Mykke Hofmann

Zwei junge Münchnerinnen nutzen zwar fließende Silhouetten und hochwertige Stoffe, brechen aber mit üblichen weiblichen Klischees.

TEXT Nadja Unterberger

Subtiles Auftreten und Women Power. Sedina „Mykke“ Halilovic und Jelena Hofmann stehen ganz hinter der Kraft der Weiblichkeit. Aus gemeinsamer Überzeugung heraus, gründeten sie ihr Label Mykke Hofmann direkt nach dem Studium. Was nachts auf dem Dachboden anfang, etablierte sich zu einem namhaften Label, das sich ausschließlich auf Womenswear spezialisiert hat. Leichte Stoffe, luftige Schnitte, von Kleidern und Röcken bis hin zu weiten Hosen mit grafischen Mustern und in strahlenden Farben. Mykke Hofmann zeigt, dass Frau-sein auch anders funktioniert als mit plakativer Sexiness.

Ihre erste Spring/Summer Kollektion zeigten die beiden Jungdesignerinnen Anfang des Jahres 2019 auf der Kopenhagener Fashion Week. In kleinen Schritten weiterwachsen und Step-by-Step zu mehr Nachhaltigkeit: Pro Saison wird eine Stoffgruppe durch eine nachhaltige Variante ersetzt. Von Seide zu Tencel, von Baumwolle zu Lyocell. Die Designerinnen glauben fest daran, ihren ästhetischen Anspruch beizubehalten und simultan die Ökobilanz zu verbessern: „Mykke Hofmann entstand aus Leidenschaft für Mode und aus der Vision, ein anspruchsvolles Designerlabel anzubieten, das sich dennoch im angemessenen Preissegment bewegt und somit auch einer breiteren Masse zugänglich ist.“

„We believe in the power of being subtly striking.“

Dass Nachhaltigkeit schon viel früher beginnt – nämlich im Kopf und beim Design – ist Sedina und Jelena natürlich bewusst. „Ein Kleidungsstück sollte darauf ausgerichtet sein, ein paar Saisons durch Qualität und den gewissen Stil zu bestehen. Was bringt schon Organic Cotton, wenn das Stück durch seine Kurzlebigkeit schnell im Abfall landet?“, so Jelena. Neben der Vermeidung von textilen Abfällen und Überschussware spielt auch das Thema Verpackungsmüll eine große Rolle. Bei Mykke Hofmann werden Fair Fashionistas zum Glück fündig, denn die ergatterten Lieblingsteile werden in kompostierbaren Papiertaschen und/oder wiederverwendbaren Stoffbeuteln nach Hause getragen. ● www.mykkehofmann.com



Luftige Kleider und farbenfrohe Stoffe umschmeicheln die neue Weiblichkeit.

WILL KOMMEN IM SIEGEL- DSCHUNGEL

Pandas, Engel, Buchstabensalate, Label-spezifische Icons: Beim ethisch korrekten Kleiderkauf müssen sich Verbraucher durch einen Wirrwarr an Siegeln kämpfen.

Dafür hat jeder Konsumtyp eine eigene Strategie entwickelt. Eine nicht ganz ernstgemeinte Typisierung.

TEXT Ornella Sonderegger

134

Die Akribische

Beim Kleiderkauf kann sie niemand hinters Licht führen. Sie besitzt jede Ausgabe des Greenpeace Textil-Siegel-Checks, und bei ihrem Browser ist siegelklarheit.de als Startseite festgelegt. Da das aber noch nicht reicht, führt sie eine Liste von allen Siegeln, die ihr bis dato untergekommen sind. Die 136 Stück sind selbstverständlich alphabetisch sortiert, sonst würde sich ja kein Mensch mehr auskennen. Was sie empfiehlt? Bluesign ist ganz vielver-

Illustrationen: Laura Tébcharani

sprechend, wobei neunzig Prozent halt nicht hundert Prozent sind. GOTS, ja das ist gut, aber wird halt nur alle drei Jahre überarbeitet. Cradle-to-Cradle will Abfall verhindern, schließt jedoch nicht alle schädlichen Chemikalien aus. Laut Periodensystem gäb's da noch einige mehr, weiß sogar sie. Also doch am besten noch etwas weiter recherchieren. Sich täuschen lassen? Sicher nicht! Dann lieber doch noch länger mit dem gleichen Pullover rumlaufen.



Der Ignorant

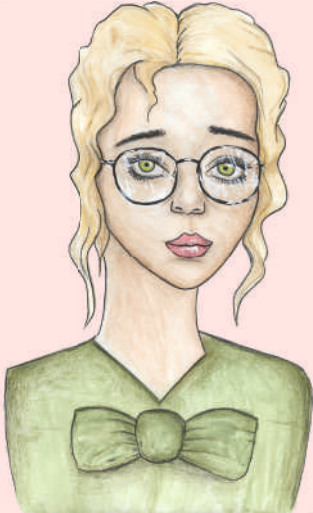
Sonnenbrille, Gel in den Haaren und Polo-Hemd. Den Fuselroller über seine Kaschmir-Pullover gleiten zu lassen, ist für ihn eine Genugtuung. Mode ist ihm wichtig, aber nicht unbedingt deren Hintergründe. Da Nachhaltigkeit jetzt aber im Trend ist, möchte auch er sich damit beschäftigen, fürs Instagram-Image. Also wird der #lohas einfach mal überall daruntergesetzt. Was das heißt? Irgendwas mit bewusster leben. Ist aber nur halb so authentisch,

wenn kein Selfie vorm Ökoladen dabei ist. Und wenn man eh schon mal hier ist, kann man ja auch gleich etwas Geld liegen lassen. Also reinspaziert und direkt den ersten Pullover angesteuert: GOTS-zertifiziert. Innere Jubelschreie – Game Of Thrones findet er nämlich geil, bringt noch mehr Follower. Die Deppen wissen nur nicht, wie man's richtig schreibt. Wobei der Pulli ja mal so gar nicht nach Mittelalter aussieht, egal, gekauft wird er trotzdem.



135

Die Naive



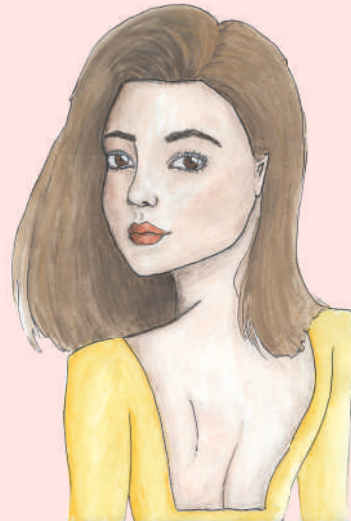
Nachdem sie „A Plastic Planet“ auf Netflix gleich zwei Mal gesehen hat, krepelte sie prompt ihren Lifestyle um. Kaffee gibt's nur noch im Münchner ReCup-Behälter, Wäsche wird mit dem Anti-Mikroplastik-Bag gewaschen und der Ohne-Laden ist sowieso gleich um die Ecke. Nur was sie in puncto Klamotten-Shopping machen soll, weiß sie noch nicht so recht. Vielleicht mal die Begriffe Nachhaltigkeit & H&M googlen? Yes, Treffer! H&M Conscious. Das vom Label eigens kreierte Siegel zeichnet Kollektionen aus Bio-Baumwolle und recycel-

ten Materialien aus. Zack, in den Warenkorb, bye bye 160 Euro. Ein paar Tage später freut sie sich über eine weiße Riesenplastiktüte mit rot leuchtenden Buchstaben. Jedes Kleidungsstück nochmal extra in Folie eingewickelt. Muss sein, zum Schutz und so. Beim Auspacken wird beim Pailletten-Teil noch mal kurz auf das Etikett geschaut. Komisch, dass da trotzdem *Made in Bangladesh* draufsteht. Und das H&M Conscious Siegel findet sie auch nirgendwo. Tja, wird sie wohl vor lauter Euphorie etwas Falsches in den Warenkorb gepackt haben.

Die Modebewusste

Sie kennt sie, die Siegelproblematik: Dutzende der bunten Icons versprechen über die Herkunft von Kleidern zu informieren, nicht alle taugen was. Mit noch mehr Siegeln wie dem grünen Knopf versucht die Regierung, Klarheit zu schaffen, bewirkt aber irgendwie das Gegenteil. Wie sinnvoll das Ganze ist? Fraglich. Kein Siegel heißt nicht gleich „böse“: Viele Labels, vor allem kleinere, können es sich einfach nicht leisten, sich zertifizieren zu

lassen. Und das, obwohl sie fair und ökologisch produzieren. Eine Frechheit, findet die Modebewusste. Ihre Vorgehensweise: Lokal kaufen, sich vor Ort informieren und einfach mal mit den Menschen quatschen. In ihrem Lieblingscafé nimmt sie sich BUY GOOD STUFF mit und weiß nun, wo in ihrer Stadt die wirklich nachhaltigen Labels zu finden sind, Siegel hin oder her. Das schreit nach einer Shopping-Tour mit ihrer besten Freundin! ●



Und hier der ernstgemeinte Überblick über aktuelle Textilsiegel:



Der Global Organic Textile Standard setzt mindestens 70 % Bio-Baumwolle voraus. Die restlichen 30 % dürfen Recyclingfasern sein. Hier wird die gesamte Produktionskette vom Anbau über die Weiterverarbeitung bis zum Endprodukt nach den sozialen Kriterien der ILO (International Labour Organisation) geprüft.

Als ökologisch strengstes Siegel am Markt reguliert IVN Best die gesamte textile Kette vom biologischen Anbau bis zum Endprodukt. Um mit dem Siegel zertifiziert zu werden, muss ein Kleidungsstück zu 100 % aus Naturfasern bestehen, damit die biologische Abbaubarkeit gesichert ist. Ausgenommen sind Zusätze wie Reißverschlüsse oder Knöpfe.



Textilien, die möglichst schadstoffarm produziert werden, können dieses Siegel erlangen. Es garantiert, dass besonders umweltbelastende Substanzen aus dem kompletten Fertigungsprozess ausgeschlossen werden. Zusätzlich legt Bluesign Richtlinien für den Gebrauch von Chemikalien fest und kontrolliert deren Einhaltung.

Bundesentwicklungsminister Gerd Müller kündigte den Grünen Knopf als erstes staatliches Siegel für fair und ökologisch produzierte Kleidung an. Da das Siegel auf freiwilliger Basis beruht und dafür keine neuen gesetzlichen Richtlinien eingeführt wurden, betiteln Kritiker das Siegel als Scheinlösung mit zu laxen Kriterien.



FWF hat es sich zum Ziel gesetzt, die Produktionsprozesse in den Unternehmen der Textilindustrie zu verbessern. Es zeichnet faire Arbeitsbedingungen für Näherinnen aus, die sich auf Kriterien der Internationalen Arbeitsorganisation ILO und die Menschenrechtserklärung stützen. Das Siegel ist keine Garantie für fair hergestellte Ware, sondern lediglich die Verpflichtung dazu, darauf hinzuarbeiten.

Dieses Siegel dient vor allem dem Verbraucherschutz, denn es prüft lediglich auf Schadstoffrückstände im Endprodukt, berücksichtigt jedoch nicht die Herstellungsweise.



Wer sich an internationale Richtlinien halten möchte, orientiert sich an den sogenannten SDGs, den Sustainable Development Goals. Das sind die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, formuliert von den Vereinten Nationen (UN) im Jahr 2016. www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals

Nat-2

Schuhe aus Kaffee oder Stroh? Nicht möglich? Weit gefehlt. Hier verbindet sich Handwerk mit Innovation und verdammt coolem Design.

TEXT Franziska von Oppenheim

Wird man in sechster Generation in eine Schuhdynastie Familie hineingeboren, erübrigt sich in der Regel die Frage nach dem späteren Beruf, der einem quasi in die Wiege gelegt wurde. Die Herausforderung für den Nat-2 Gründer Sebastian Thies lag darin, Tradition und modernen Zeitgeist innovativ in Einklang zu bringen, bestenfalls sogar Einmaliges zu schaffen. Im Jahr 2007 gründete er sein eigenes Label Nat-2, basierend auf dem Vorwissen seines Vaters, Matthias Thies. Dieser war bereits in den 90er-Jahren auf die Idee eines kompostierbaren Schuhs gekommen und damals seiner Zeit natürlich um Einiges voraus. Sohn Sebastian trat also in Vaters Fußstapfen und toppte das Ganze noch, zum Beispiel mit dem sogenannten

4-in-1-Schuh, der sich dank eines Spezial-Reißverschlusses von der Sandale zum Sneaker oder auch zum Stiefel modifizieren lässt.

Was Thies Junior antreibt? „Die Langeweile in der Modeindustrie“, betont er und will den Beweis antreten, „dass Nachhaltigkeit und Luxus sich nicht ausschließen.“ Dieses Credo spiegeln besonders die Sneaker von Nat-2 wieder: Thies ent-



Der Ultra iridescent Sneaker ist aus Kork und zu 100 % fair hergestellt.

FOTOS: nat-2 TM

wickelte bereits Modelle aus Stein, Baumpilzen und Holz. Letzteres natürlich aus nachhaltig bewirtschafteten FSC-zertifizierten Wäldern. Die Zukunft der Mode beschäftigt Sebastian Thies beinahe rund um die Uhr und seine Experimentierfreude kennt keine Grenzen.

Die aktuelle Sneaker-Kollektion der Münchner Marke besteht zum Beispiel aus Kaffeesatz. Für Espresso-Junkies sind die neuen Modelle der Hit, denn feine Nasen merken schnell: Der Schuh sieht nicht nur

Unisex, zeitlos, vegan. Der Sleek Low all white ist handmade aus Italien.



Hier wird alles verwertet: Sogar Fischleder kommt zum Einsatz.

„Nachhaltigkeit und Luxus schließen sich keineswegs aus.“

gut aus, sondern duftet noch dezent nach der Bohne. Erstaunliche 50 % des Obermaterials bestehen aus Kaffeeresten, die Sohle wird aus PET-Flaschen hergestellt und die Einlage besteht aus Kork. Mehr Nachhaltigkeit geht nicht? Geht doch. Alle Produkte werden in Deutschland entwickelt, fair und per Hand in Italien produziert. Das Münchner Unternehmen lässt sich als unkonventionelles sowie modernes, bis ins letzte Detail durchdachtes Label bezeichnen. Doch so viel Extraklasse hat natürlich seinen Preis: bis zu 390 €€ kosten die Schuhe. Aber gute Investitionen zahlen sich bekanntlich langfristig aus und in diesem Fall profitiert nicht nur die Natur, sondern auch der umweltbewusste Fashion-Fan. ●

www.nat-2.eu

Studio

Brand Design,
Prototyping
und Handmade
Goods. Kreativ-
werkstatt mal
anders.

Fotos: Studio Munique



Bis ins letzte
Detail: Präzise
Prägungen
machen das edle
Finish aus.

Nur fünf Gehminuten von der legendären Theresienwiese entfernt, verbirgt sich hinter der ziegelroten Fassade der Tulbeckstraße 22 das Studio Munique. Zwei Kreativköpfe, eine Clubnacht und drei Jahre Zeit: Das brauchte es, um die Idee Studio Munique zum Leben zu erwecken. Stefan Geisberger und Susanne Ulhorn lernen sich beim Feiern kennen und merken bald, dass sie privat und beruflich ein perfektes Team waren. Heute schaffen sie mit ihrem gemeinsamen Grafikatelier im Westend ein Zuhause für stilvolles Design und hochwertiges Handwerk.

Das Besondere daran? Studio Munique ist ein kleines Kreativquartier mit angegliederter Fabrikationsstätte samt eigener Accessoireslinie. Die beiden Macher entscheiden nicht nur, wie ein Produkt theoretisch aussehen könnte, sondern produzieren es auch selbst, in feinsten Handarbeit. Wie so etwas konkret abläuft, durfte das Team des Sternrestaurants Tantris in Schwabing erfahren. Gemeinsam mit dem renommierten Designer-Duo Talbot Runhof hat das Studio Munique hochwertige Schürzen aus japanischem Selvedge-Denim für das Personal entworfen. Inklusive akribisch geplanter Verpackung: Eine rustikale Holzschatulle mit Lederriemen und geprägtem Tantris-Logo.

Aber auch kleine Privataufträge mit geringeren Stückzahlen nimmt das Studio Munique an. Das Produktportfolio umfasst Handyhüllen, aus denen grafische Designs ausgestanzt werden, mit Leder und Denim neu überzogene Möbelstücke oder Longboards, in deren hölzerne Unterseite geometrische Grafikmuster eingraviert werden. Und das alles handmade und absolut individuell! Dafür ist besonders viel Kreativität, handwerkliches Geschick und auch Geduld gefragt. „Das ist alles total aufwändig, verrückt und irre“, lacht Stefan über sein Ideenuniversum.

„Ich wollte weg vom Computer und wieder etwas mit meinen Händen schaffen.“



In Handarbeit veredelt: Studio Munique verhilft Alltagsgegenständen wieder zu neuem Glanz und macht sie dadurch zu etwas ganz Besonderem.

Stefan und Susanne arbeiten besonders gerne mit Leder. Die kleinste Verzierung macht dabei den Unterschied.



Munique

TEXT Ornella Sonderegger

Der gelernte Kommunikationsdesigner war zunächst im Lifestyle- und Accessoirebereich für diverse Agenturen tätig. Diese Arbeit erschien ihm aber irgendwann doch zu monoton. „Ich wollte weg vom Computer und wieder etwas mit meinen Händen schaffen.“

Heute gehören neben modernen Grafikprogrammen auch Materialien wie Leder, Hanf und Denim zu seinen bevorzugten Arbeitsutensilien. Ob puristische Ledertaschen, bestickte oder geprägte Etais oder Schuhe – Studio Munique ist Spezialist für edles Brand Design und verarbeitet selbst kleinste Materialreste. Im Fokus steht neben der Liebe zum Produkt auch die Freude an der Arbeit: „Beim gemeinsamen Arbeiten sollte der Spaß auf keinen Fall zu kurz kommen.“ ●

www.studiomunique.com

DARÜBER MUSS ICH ERST MAL NACH- DENKEN...

Illustration: Lisa-Maria Reith

TEXT Anna-Lena Reith

Selbst ein Fair-Fashion Guide wie dieser lädt natürlich zum Konsum ein. Steht das im Widerspruch zu nachhaltiger Mode? Nicht unbedingt, findet eine Modejournalistin.

In aller Herrgottsfrühe, noch vor dem ersten Kaffee, stehe ich vor meinem Kleiderschrank. Benommen vom Schlaf, wähle ich mich durch den Klamottenberg. Durchs offene Fenster treibt die kühle Morgenluft herein. Heute wird es definitiv ein Pullover, fragt sich nur welcher. Der babyblaue Kaschmir-Pullover? Oder doch der rote Strickpulli?

Es scheint mal wieder nichts cool oder schick genug. Ein Schrank voller Klamotten und trotzdem lockt der Gedanke, in den nächsten Tagen eine Shoppingtour zu starten. Im Schnitt besitzt eine Frau in Deutschland 118 Kleidungsstücke, das besagt eine Studie von Greenpeace. Bei so vielen Anzielsachen ist klar, dass man einige davon nicht so oft trägt – und auch, dass laut der Untersuchung 18 % der T-Shirts, Blusen und Hosen

nur zwei Mal getragen werden, leuchtet ein. Miranda Priestly, die Teufelin, die Prada trug, würde mich jetzt wohl mit hochgezogenen Augenbrauen mustern. Mode ist kein Zeug. Aber trotzdem habe ich so viel, dass ich über manche Shirts, die ich in meinem Schrank entdecke, schlicht erstaunt bin. Es ist einfach zu viel. Ob es nun Textilien, Nahrungsmittel, Zeitschriften oder Schuhe sind.

Warum begnüge ich mich nicht mit den Dingen, die ich bereits besitze und verbrauche tagtäglich Unmengen an endlichen Ressourcen? „There is no planet B.“ Wenn wir erst einmal unsere Bäume, Pflanzen, Meere so ausgebeutet haben, dass sie sich nicht mehr regenerieren, ist es zu spät. Die Menschheit hatte 2019 alle natürlichen, verfügbaren Ressourcen der Erde für das Jahr schon am 29. Juli verbraucht.

Laut einer Studie von Greenpeace besitzt eine Frau in Deutschland im Schnitt 118 Kleidungsstücke.

1990 fiel dieser Tag erst auf den 7. Dezember. Der World-Overshoot-Day kommt jedes Jahr früher, genauso wie die Erkenntnis, dass man die Erde in den Ruin treibt. Das Schlimme daran: Ich trage ja auch dazu bei, zum Beispiel, wenn ich mir die neueste weiße Bluse mit Puffärmeln und Volants anschaffe. Das kann man wohl auch als Berufskrankheit bezeichnen. Ich bin Modejournalistin und beschäftige mich tagtäglich mit Kleidung, Trends und Geschichte. Eine gründliche Recherche verlangt nun mal, auch die Beschaffenheit und jede noch so kleine Naht zu ergründen.

Das kann ich am besten prüfen, wenn die Bluse in meinem Schrank hängt. Natürlich dreht auch vor allem die Modeindustrie selbst am Rad: Fast Fashion schafft es in wenigen Wochen vom Laufsteg in die Läden und auf die Websites. Die Textilindustrie ist die zweit-schmutzigste der Welt, vor ihr im Ranking finden sich nur noch die Öl-Multis – eine Nachbarschaft, auf die Fashion-Schöngeister sicher verzichten könnten. Nicht nur die Produktion ist extrem umweltschädlich, auch die Vertriebswege sind es. Es ist doch so einfach von der Couch zu Hause aus online beim Lieblingsshop zu bestellen.

Zwei Tage später kommt das Paket an, eine schnelle Freude – und wenn es nicht passt, wird's halt retourniert, kostet ja nix. 2018 waren es fast 300 Millionen Pakete, die wieder zurückgegeben wurden und damit den doppelten Transportweg durchliefen. Dass viele Online-Händler zurückgeschickte Ware einfach vernichten, sorgt für heftige Debatten.

Ich liebe Kleidung, Veränderung und alles, was dazu gehört. Aber gerade weil ich Mode so schätze, will ich auf keinen Fall, dass sie zu einem Wegwerfartikel verkommt. Ich will, dass Mode weiterhin ein Teil meines Lebens sein darf. Sie bereichert uns, spiegelt den Zeitgeist viel besser wider, als jede Dokumentation es je könnte und lässt uns die eigene Persönlichkeit ausdrücken.

Ende der 70er-Jahre entstand in London die Punk-Szene: wohl eines der besten Beispiele, wie man seine Klamotten benutzen kann, um eine Einstellung zu zeigen. Junge Arbeitslose und Studenten rebellierten mit Nieten-bestückten Lederjacken, T-Shirts mit provokanten Slogans oder Springerstiefeln gegen das Establishment. Eine Londonerin war

es auch, die schon früh den Zusammenhang zwischen Kleidung und Umwelt erkannt hat. Punklegende, Modedesignerin und Umweltvisionärin Vivienne Westwood brachte es mit ihrer Ansage auf den Punkt: Buy less, choose well, make it last.

Ich muss nicht unbedingt Teil einer „No-Shopping“-Bewegung werden, um Ressourcen zu schützen, sondern einfach das Hirn einschalten und mir genau überlegen, wie ich einkaufe. Mit Sinn, Verstand, Strategie und Herz. Einige Modetags in München beweisen gerade, dass es möglich ist, anders und fair zu produzieren. Ich werde in Zukunft mehr auf die Designer meiner Region achten und dort einkaufen – ja, da kostet ein grauer Pull-over mehr, aber dafür hält er länger. Ich will mich morgens, wenn ich vor meinem Kleiderschrank stehe, nicht fragen müssen *#whomademyclothes?*. Ich will morgens aufstehen, mit einem breiten Grinsen meine Lieblingsteile begutachten und sie guten Gewissens mehrere Saisons tragen können. ●

Vivienne Westwood brachte es auf den Punkt: Buy less, choose well, make it last.

The Colorful Crew



„Escape the ordinary“ lautet das Motto des Münchner Labels.

Bunt, fröhlich und gerade heraus — bei Nina Greif-Reitzenstein ist der Labelname Programm: The Colorful Crew.

TEXT Sintia Blakaj

Mit aussagekräftigen Illustrationen verarbeitet Nina Greif-Reitzenstein Geschehnisse des Alltags und vereint diese in ihrer Arbeit. Collagen und Sprüche wie „Love Is For Every Body“ oder „Open Your Art“ finden sich auf T-Shirts, Hoodies und Accessoires. Angefangen hat alles mit Papier: Nach ihrem Studium am London College of Fashion & Arts fokussierte sich Nina auf die sogenannte Paperart, die gesellschaftlich relevante Botschaften beinhaltet. 2016 gründete sie mit The Colorful Crew das damit einhergehende Ready-To-Wear Label.

Geprägt sind ihre visuellen Arbeiten vor allem von Mode, Kunst und Fotografie der späten 1970er Jahre aber auch vom Hier-und-Jetzt. „Aktuelle Geschehnisse beeinflussen mich natürlich, aber ich setze gestalterisch nur um, wofür ich wirklich stehe“, sagt Nina. Vor allem in Zeiten von Feminismus-Debatten und Body-Positivity-Bewegungen finden ihre Illustrationen viel Zuspruch.

Fotos: Maximilian Salzer

Ihre Entwürfe zieren einige Posts des erfolgreichen Blogs This Is Jane Wayne, das neben Mode auch feministische Themen aufgreift. Darüber hinaus verbreiteten sich ihre Statement-Motive auch auf etlichen Instagram-Accounts.

„Ich setze gestalterisch um, wofür ich wirklich stehe.“

Großen Wert legt die Kreativ-Direktorin nicht nur auf ihre Motive mit klaren Botschaften, sondern auch auf nachhaltige und fair produzierte Mode. So werden alle The Colorful Crew-Produkte von der Fairwear Foundation unterstützt und als „Confidence in Textiles“ in Form der GOTS-Siegel zertifiziert. Nina nutzt für ihre Illustrationen öko-freundliche und wasserbasierende Farben aus Deutschland und lässt ihre Designs unter fairen Arbeitsbedingungen herstellen.

Ihr Engagement für faire Mode zeigt sie auch durch ihre Teilhabe an der Fashion Revolution Week, für die sie einen „Who Made My Clothes“-Banner in ihrer unverkennbaren Schrift illustrierte, um so auf ihren Social-Media-Kanälen darauf aufmerksam zu machen. „Ich freue mich jeden Tag darüber, dass meine Produkte nachhaltig und fair produziert werden“, sagt Nina. „Every little step helps!“, lautet dazu ihr markantes Motto. ● www.thecolorfulcrew.de

Inspiration holt sich Nina auch aus Kunst- und Popkultur der 70er- und 80er-Jahre.



V a n o o k

Sling-Bag in Berry, aus Canvas und Leder, mit verdecktem Frontreißverschluss und verstellbarem Träger.



„Handgefertigte Kleinserie, zeitloses Design und praktische Details aus München“, so beschreibt Gründerin Svenja Weimann ihre Accessoires.

TEXT Alexandra Porenta

VANOOK-Gründerinnen Svenja Weimann und Veronika Wagner.



Die Rucksäcke, Shopper, Geldbeutel, Hand-, Reise- und Bauchtaschen überzeugen durch ihren cleanen und schlichten Look, der an skandinavisches Design erinnert. Die Besonderheit vieler Produkte: Der Roll-Top Verschluss. Statt eines Zipps wird der obere Bereich eingerollt und anschließend mit einem Haken gesichert. Die besondere Baumwollqualität, die ursprünglich für die Zeltherstellung genutzt wurde, macht die Accessoires robust, resistent und wasserfest. Da sie trotzdem sehr leicht sind, sind sie der perfekte alltägliche Begleiter. Dieser lässt sich

Fotos: (v.l.) Till Lutz, Michael Mömmich, Georg Nikolais



Lederfront-Rucksack in grau mit Roll-Top-Verschluss, aus wasserabweisendem Baumwollcanvas.

durch sein zeitloses Design und neutrale Farben sowohl zum Anzug in die Arbeit, als auch zum Sportoutfit auf dem Berg kombinieren.

Vanook wurde im Juni 2014 von Svenja Weimann und Veronika Wagner gegründet. Drei Jahre zuvor hatten sich die Beiden an der Deutschen Meisterschule für Mode in München kennengelernt und schnell fiel die Entscheidung, dass man sich in Zukunft vor allem dem Thema Accessoires widmen wollte. Ihr erstes Produkt war ein Rucksack-Prototyp. Der Vorläufer eines Rolltop-Rucksacks mit langem, schmalen Verschlussriemen. Angefangen haben die Beiden in einer Werkstatt in der Schleißheimer Straße. Mittlerweile fertigen Svenja und Veronika in ihrem eigenen Atelier in Untergiesing.

Zu den Produktionsstätten ihrer Materialien haben sie eine besondere Beziehung. Da ein kleines Label nur geringe Mengen abnehmen kann, müssen immer spezielle Konditionen ausgehandelt werden. Die Baumwollstoffe werden von einer kleinen Weberei in Tschechien bezogen. Das Leder kommt von Ecopell, einer Gerberei im Allgäu, die pflanzlich und mit nachhaltigen Stoffen arbeitet. Die Metallteile, wie Hakenverschlüsse und Zipps, die für die besonderen Details und Verzierungen der Produkte sorgen, kommen aus Italien. Die meisten ihrer Partner wollen bewusst kleine Labels und das Handwerk unterstützen. ● www.vanook.com

„Wir produzieren alles zu zweit in unserem Atelier.“

WE.RE



Zarte Farben, zeitlose Schnitte — grenzenlos kombinierbar, das ist WE.RE.

Legerer Look und durchdachter Minimalismus. Zwei AMD-Absolventinnen haben ihr Herzensprojekt verwirklicht — selbstverständlich nachhaltig.

TEXT Nadja Unterberger

Weißer Wände, herabhängende Kleiderstangen, eine breite Spiegelwand und cleanes Interior zu zeitloser Mode. Der Store ist ebenso minimalistisch, wie die vorhandenen Kollektionen. WE.RE steht für klare Linien, skulpturale Formen und gedeckte Farben. Zeitlose Ästhetik, in Kleinserie gefertigt. Ursprünglich als temporäres Designprojekt gestartet, hat sich das Münchner Label mittlerweile auf dem Modemarkt etabliert und einen festen Sitz in der Ludwigsvorstadt.

In ihrem offenen Atelier schneiden die beiden ehemaligen AMD-Mode-Studentinnen Katharina Weber und Theresa Reiter Webware für Qualitätsliebende.

Fotos: Hannes Rohrer (L.), Simon Mayer (r.)

Ihre Nähmaschine: gut sichtbar hinter dem Tresen. Transparenz ist bei WE.RE das A und O; und so steht auch der Kunde im direkten Kontakt zu den Schneiderinnen, die für Änderungswünsche und Anpassungen jederzeit zur Verfügung stehen. Ihre Designsprache bezeichnen die beiden Münchnerinnen als Sophisticated Minimalism, was ihrem privatem Stil vollkommen entspricht und woraus sich auch der Name WE.RE ergibt. Für ihre Kollektionen verwenden sie vor allem Naturmaterialien, die auch durch eine besondere Haptik punkten sollen.

Um ressourcenschonend zu produzieren werden überwiegend Dead-Stock-Stoffe verwendet, die aus Überproduktionen großer Modekonzerne stammen. „Wir sind gerade am Anfang einer Trendwende. Die Gesellschaft erlangt ein anderes Bewusstsein für Nachhaltigkeit“, so Theresa. Hauptsächlich auf Womenswear spezialisiert, statet WE.RE jedoch auch die Männer mit zeitlosen Hosens und Basic-Shirts aus. Jedes Teil lässt eine gewisse Raffinesse erkennen, sei es eine besondere Faltengebung, oder ein tiefer Schlitz an der äußeren Beinnaht einer Marlene-Hose. „Smarter Minimalismus ist unsere Handschrift und auch eine klare

Linie, die sich durch alle Kleidungsstücke hindurchzieht und somit problemlos das Kombinieren mit vorherigen Kollektionen zulässt“, erklärt Katharina die Vielfalt ihrer Mode.

„Bei uns findet man Lieblingsstücke.“

Inzwischen international auf Messen vertreten, zeigen sie ihre Kollektionen unter anderem zweimal im Jahr auf der Kopenhagener Fashionweek. Das Thema Nachhaltigkeit ist kein Einfaches, aber jeder kann bei sich selbst anfangen, davon ist Theresa überzeugt: „Es gibt nicht den richtigen oder den falschen Weg. Jeder sollte sich selbst über sein Konsumverhalten im Klaren sein. Es ist nie zu spät, bewusst zu konsumieren.“ ●

www.werealabel.com



Cleanes Interior unterstreicht die Schlichtheit und Raffinesse der Mode.

FAIR FASHION ALPHABET

Greenwashing, Degrowth, Lohas — im Dschungel der Fair Fashion Begriffe ist man schnell überfordert. Wir erklären Dir die wichtigsten Schlagwörter in unserem ABC.

Illustrationen: Anna-Lena Kutski

A

Ananasleder...
...ist eigentlich ein Abfallprodukt. Aus Ananas-Blättern gewonnen, stellt es die perfekte vegane Leder-Alternative dar, denn es ist ähnlich stabil und wird genauso verarbeitet.



C

Cradle-to-Cradle...
...zu deutsch „Wiege zu Wiege“ ist ein simples Kreislauf-Prinzip, bei dem ein Produkt oder Material niemals auf dem Müll landet, sondern immer wieder für etwas Neues verwertet wird.

...bedeutet schlichtweg „Wachstumskritik“ und ist ein Überbegriff für diverse Konzepte, die das kapitalistisch-unternehmerische Ziel vom ewigen Wirtschaftswachstum in Frage stellen.

D

F

Fashion Revolution Day...
...findet jedes Jahr am 24. April in Erinnerung an das Rana-Plaza Unglück 2013 in Bangladesh statt. Die gleichnamige Organisation will die Modebranche reformieren und fordert mehr Transparenz in der Modeindustrie.

B

Biodegradable...
...sind sämtliche Materialien, die sich auf natürlichem Wege wieder in den Umweltkreislauf einfügen. Sie werden von lebenden Organismen zersetzt und kompostieren einfach.



E

Ecological Footprint...
...ist ein Nachhaltigkeitsindikator, der misst, wie viel Ressourcen wir verbrauchen, um unseren Lebensstandard zu ermöglichen. Darunter fallen Energieverbrauch, Kaufverhalten und vieles mehr.

G

Greenwashing...
...wird von Unternehmen betrieben, die sich ökologischer und sozialer Leistungen brüsten, die nicht vorhanden sind oder im Verhältnis minimal sind.



...begründete den Begriff Nachhaltigkeit, der erstmals in seinem Werk aus dem Jahr 1713 auftaucht. Hier setzt er sich allerdings nicht mit Mode, sondern der Forstwirtschaft auseinander.

H

I

ILO...
...ist eine Internationale Arbeitsorganisation, die seit 1919 gegen Ausbeutung und Verletzung der Menschen- und Arbeitsrechte eintritt. Sie reguliert Arbeitsnormen, die Unternehmen weltweit einhalten sollen.

J

Jeans...
...besteht zwar aus Baumwolle, aber bis zu 10.000 Liter Wasser werden immernoch benötigt, um ein Kilo Jeansstoff herzustellen. Zusätzliche Umweltbelastung bringen Färben und Ausrüsten.



K

Kleidertauschparty...
...macht Sinn, um nicht mehr Tonnen an Neuware auf den Markt zu werfen, die dann doch wieder im Müll landen. Denn *Öfter mal was Neues* geht auch mit Tauschen statt Kaufen. Bei einer solchen Party übrig gebliebene Teile können zusätzlich gespendet werden, dann haben alle etwas davon!

L

Lohas...
...steht für *Lifestyle of Health and Sustainability* und bezeichnet einen achtsamen Lebensstil, der weniger Energieverbrauch und dafür nachhaltigen Konsum in den Fokus rückt.



M

Milchfaser...
...wird aus dem Milcheiweiß Kasein hergestellt und ist eine ökologisch sinnvolle Alternative zu Baumwolle. Ein Kilo Milchfaser (Fachbegriff QMilk) wird aus zwei Liter Milch gewonnen. QMilk ist eine Erfindung der deutschen Modedesignerin und Biologin Anke Domaske.

N

Nachwachsende Rohstoffe...
...wie zum Beispiel Ananasblätter, Hanf & Co. sind eine nachhaltige Alternative zu begrenzt vorhandenen mineralischen Rohstoffen, denn sie wachsen nach und sind daher immer wieder verfügbar.

...dient dazu, ökologisch relevante Vorgänge zu bewerten. Dabei werden sämtliche Umweltwirkungen beachtet in Bezug auf Verfahren, Dienstleistungen, Verhaltensweisen und Produkte.

Ö

Plastik...



...als Müll belastet unser Ökosystem. Allein eine PET-Flasche braucht 450 Jahre, bis sie vollständig zersetzt ist; Mikroplastik wird von Meerestieren verzehrt und gelangt dann auf unseren Tisch.

Reduce, Reuse, Recycle...

...fordert Modedesignerin Vivienne Westwood und wünscht sich von uns allen mehr Konsumbewusstsein und DIY statt Kaufrausch von Billigware.

Upcycling...

...ist das Prinzip *Aus Alt mach Neu*. Durch die Wiederverwendung von Abfällen und scheinbar Nutzlosem entstehen neue Produkte, die so aufgewertet werden und nicht im Müll landen.

Welterschöpfungstag...

...ist der Tag, an dem die Menschheit die natürlichen Ressourcen aufgebraucht hat, also erneuerbare Rohstoffe und Naturleistungen der Erde, die innerhalb eines Jahres eingeplant waren.

Xucker...

...ist ein kalorienarmes Süßungsmittel aus dem zellulosehaltigen Stoff Xylit. Das Holz dazu stammt aus europäischer Forstwirtschaft, ist also nachhaltig und allemal gesünder.

Qualitätsstandard...

...ist die definierte Vorgabe zur Herstellung oder Beschaffenheit eines Produktes oder Dienstleistung. Dies sollte allerdings nachhaltig und niemals auf Kosten von Mensch und Natur vorstatten gehen.

...Kleidung tauschen, leihen, fair oder Second Hand kaufen – Slow Fashion ist die Gegenbewegung zu Fast Fashion und steht für einen bewussteren Umgang mit Mode.

Slow Fashion...

Tencel...

...ist eine aus Eukalyptusholz industriell hergestellte Faser, die als Alternative für chemische Synthetikfasern eingesetzt wird, da sie biologisch abbaubar ist.

Verschmutzung...

...Abgase, Abwasser, Müll – das alles belastet unsere Umwelt. Laut UN-Umweltagentur sterben pro Jahr rund 12,6 Millionen Menschen an den Folgen unseres rücksichtslosen Umgangs mit der Erde.

Y Generation...

...werden auch Digital Natives genannt und sind zwischen 1980 und 1995 geboren. Sie hinterfragen beständige Normen und fordern eine ausgeglichene Work-Life Balance. Nachhaltigkeit, Flexibilität und Abwechslung stehen an erster Stelle.

...bedeutet so viel wie gar keinen Müll erst entstehen zu lassen. Per Anno produzieren wir pro Kopf ca. 611kg Müll. Das sogenannte *Precycling* ist also noch nachhaltiger als Up- oder Recycling und schon so vornherein wertvolle Ressourcen (siehe auch Seite 70).

Zero Waste...

154



Landeshauptstadt
München



Sind Sie kultur- oder kreativschaffend tätig in München oder der Metropolregion? Dann sind wir Ihre zentralen Ansprechpartner ...

... für viele Fragen:

Wir beraten Sie kostenlos zu Ihrem kreativen Arbeitsalltag und wirtschaftlichen Perspektiven.

... für mehr Know-How:

Wir bieten Vorträge und Workshops zu kreativwirtschaftlichen Inhalten und fördern den fachlichen Austausch.

... für neue Kontakte:

Wir vernetzen Sie mit Kreativunternehmen, Stadtverwaltung, Wirtschaftsakteuren und Fachleuten.

... für die Raumsuche:

Wir unterstützen Sie dabei, klären Anforderungen und ermöglichen Zwischennutzungen.

Kontaktieren Sie uns:

kreativ@muenchen.de
www.kreativ-muenchen-crowdfunding.de

Kompetenzteam
Kultur • Kreativwirtschaft
München

IMPRESSUM

PROJEKTLEITUNG MÜNCHEN

Sabine Resch

REDAKTIONSLEITUNG

Sabine Resch (V.i.S.d.P.), Gerlind Hector

CHEFIN VOM DIENST

Ornella Sonderegger,
Alexandra Porenta (Stellvertretung)

ART DIREKTION

Ornella Sonderegger (Leitung),
Sintia Blakaj, Anna-Lena Reith

TEXTCHEFINNEN

Anna-Lena Reith, Nadja Unterberger

MODECHEFINNEN

Sophia Bilz, Ella Buß,
Franziska von Oppenheim

REDAKTION

Sophia Bilz, Sintia Blakaj, Ella Buß, Antonia Erdtmann, Franziska von Oppenheim, Alexandra Porenta, Anna-Lena Reith, Meryem Sener, Ornella Sonderegger, Nadja Unterberger

MEDIENMARKETING

Alexandra Porenta

FOTO

Sebastian Hermann, Julia Sang Nguyen

ILLUSTRATIONEN

Anna-Lena Kutzki, Lisa-Maria Reith,
Laura Tebcharani

DOZIERENDE

Gerlind Hector (Magazin/Konzept), Juliane Kahl (Mode/Nachhaltigkeit), Angelika Knop (Online-Journalismus & Digital Publishing), Andreas Muhs (Film), Sabine Resch (Redaktionsmanagement), Carolin Schuhler (Text), Katrin Seiler (Medienmarketing), Sabine Spieler (Schlussredaktion), Manuel Trüdinger (Art Direktion), Ilona Ulrich (Editorial/Styling)

COVER

Florian Schwab wurde von Julia Sang Nguyen fotografiert und trägt ein Sakko von Marie Fee. Haare/Make-up: Ghalia Ebentheuer

REDAKTIONSANSCHRIFT

AMD Akademie Mode & Design
Infanteriestraße 11A, Haus E2
80797 München
www.amdnet.de

Kontakt:

Sabine Resch, Studienleitung
Modejournalismus/Medienkommunikation
Seit Wintersemester 2018/19
Fashion Journalism and Communication (B.A.)

BUY GOOD STUFF ist eine Publikation der AMD Akademie Mode & Design München und wurde im SoSe 2019 realisiert von Studierenden des 4. Semesters Modejournalismus/Medienkommunikation.

BGS wurde auf RecyStar Nature Papier gedruckt.

Illustrationen: Kaleidoskop Agentur für visuelle Kommunikation Berlin

**MIT WISSEN ÜBERZEUGEN,
MIT PERSÖNLICHKEIT
BEGEISTERN!**

Wir bieten Ihnen eine akademische Ausbildung auf höchstem Niveau und begleiten Sie in Ihrer persönlichen Entwicklung.

→ INTERNATIONAL, PRAXISNAH UND KLEINE GRUPPEN

→ BACHELOR- UND MASTERSTUDIUM

→ VOLLZEIT ODER BERUFSBEGLEITEND

HOCHSCHULE-FRESENIUS.DE



www.buygoodstuff.de
@buy.good.stuff

156.



DANK

Wir bedanken uns ganz herzlich bei...

...unseren Dozierenden für ihre Expertise und Geduld
...den Models Alisa Winkler, Florian Schwab und Moritz Emmenlauer
...Regina Recht für ihren Foto-Workshop
...der Akademie der Bildenden Künste für die Bereitstellung ihrer Räumlichkeiten
...den Stores und Labels für die Unterstützung bei den Shootings:
Gottseidank, Liebschaften, Alva Morgaine, The Second Gerdismann, Silvio Agueci,
Bella Natura, Marie-Fee Scharlipp und Julia Trentini

...und unseren

SPONSOREN



Landeshauptstadt
München

Kompetenzteam
Kultur • Kreativwirtschaft
München



AKADEMIE MODE & DESIGN
Mode • Medien • Management • Design



UND PARTNERN



DIE UMWELT-AKADEMIE E.V.

GREENSTYLE
fair and conference munich



WARUM SIND DIE MEISTEN KLAMOTTEN IMMER NOCH UNFAIR PRODUZIERT? WIR WOLLEN LIEFERKETTEN, DIE VOM BAUMWOLLANBAU BIS ZUM FERTIGEN PRODUKT FAIR SIND. FRAG IN DEINEM LIEBLINGSGESCHÄFT NACH UND FORDERE MIT UNS:

MEHR FAIR FASHION!

FAIRTR.DE/FAIRFASHION



REDAKTION

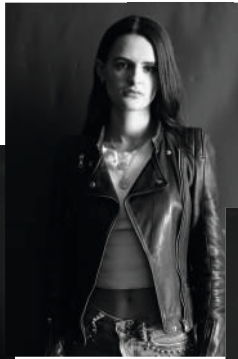
In einem AMD-Foto-Workshop mit der Fotografin Regina Recht hat sich das Redaktionsteam von BUY GOOD STUFF München gegenseitig fotografiert.



Sirtia



Sephia



Ella



Antonia



Alexandra



Anna-Lena



Frankie



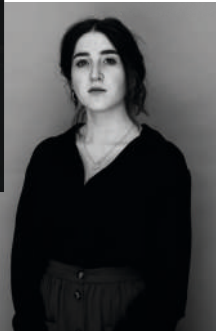
Nadja



Meryem



Ornella



PULLOVER
AUS 100% YAK.
IM STORE MÜNCHEN,
HOHENZOLLERNSTR. 10
ODER ONLINE AUF
HESSNATUR.COM

FAIR FASHION.
NATÜRLICH. NACHHALTIG.

hessnatur
FAIR FASHION SEIT 1976

FASHION JOURNALISM AND COMMUNICATION (B.A.)

www.amdnet.de

Foto: Sammy Hart, Styling: Michaela Konz, Lydia Raaf-Dahatlian



AKADEMIE MODE & DESIGN
Mode · Medien · Management · Design

Fachbereich Design

Ein Fachbereich der Hochschule Fresenius
University of Applied Sciences