

FRÜHJAHR
SOMMER 15
4.2014

Zwischen Greenwashing und Wirtschaftlichkeit. Verantwortung als Businessmodell /// Komplizierte Ökobilanz. Jochen Zeitz fordert klare Standards /// Wachstumsschmerzen. Das Risiko des schnellen Erfolges /// Nicht immer alles schwarz sehen. Ist der Einkauf eine Kreativitätsbremse?

style in progress

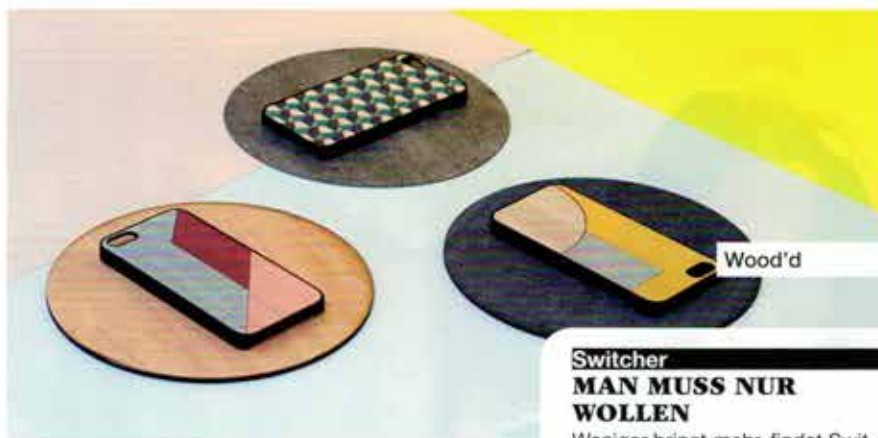
wo-men's fashion



**„EIN GESCHÄFT WIRD IMMER
VON MENSCHEN GEMACHT.“**

HEINER OBERRAUCH



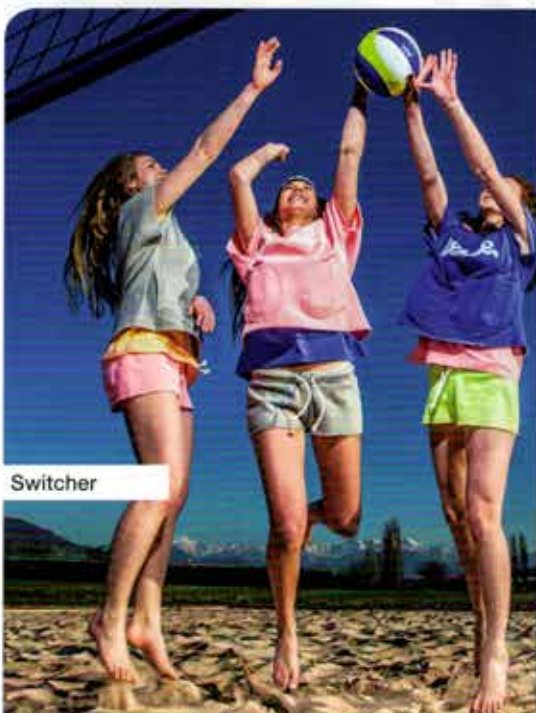


Wood'd

KLOPF AUF HOLZ

In den späten 1950er-Jahren gründete Großvater Aschieri in Arconate die Algia Sas, eine Firma, die Zahnstocher aus Holz herstellte. Sohn Claudio erweiterte das Geschäftsfeld um jegliche Haushaltswaren aus dem Naturrohstoff, alles wurde zu Hause in der eigenen Werkstatt produziert. Jetzt hatte die dritte Generation eine bahnbrechende Idee. Claudios Söhne Stefano und Andrea Aschieri fabrizieren seit 2012 Cover, Slip-ons und mittlerweile auch diverses dekoratives Zubehör für iPhones und andere Smartphones, sowie für Tablets. Natürlich auch aus Holz. Die Brüder haben eine klare Aufgabenteilung: Andrea ist für das Design, die Produktion und den Verkauf zuständig, Stefano kümmert sich um die Kommunikation, den Webauftritt und Social Media. Inzwischen haben die Holzkenner das Verfahren so weit verfeinert, dass sie für Slip-ons, also Cover, die man einfach hinten auf das Smartphone klickt, sogar Intarsienarbeiten machen. Zu den Gadgets sind auch Accessoires wie Armreifen und Geldklammern neu dazugekommen, die aus einer Holz-Messing-Kombination bestehen.

Wood'd by Algia Sas di Claudio Aschieri & C.,
Arconate/Italien, T 0039.0331.461902,
info@woodd.it, www.woodd.it



Switcher

Switcher

MAN MUSS NUR WOLLEN

Weniger bringt mehr, findet Switcher-Gründer Robin Cornelius. Schon 1981 begann der Schweizer, eine nachhaltige Textilmarke aufzuziehen, für die er 2005 zum Unternehmer des Jahres gekürt wurde. Für den rastlosen Chef, der sich vor einigen Jahren aus dem operativen Geschäft zurückzog, um sich mehr den strategischen Aufgaben zu widmen, ist immer wichtig: Switcher ist nicht einfach eine Marke, sondern ein Versprechen, das immer wieder bekräftigt werden soll. Die Aktivitäten, mit denen er seinen Traum von einer besseren Welt umsetzen will, sind zahllos, eine Basis dafür ist seine Switcher Stiftung, die seit zehn Jahren weltweit unabhängig vom Unternehmen Projekte zugunsten der Gesellschaft realisiert. Switchers Kernkompetenz sind T-Shirts, Sweater, Sweatpants, Fleece und Softshell-Jacken. Zig Verkaufspunkte in der ganzen Schweiz, einige in Deutschland und sogar in Kuwait führen die saisonal unabhängige Kollektion. Einen großen Teil nimmt auch Firmenkleidung ein, die man ab 300 Stück in den eigenen CI-Farben haben kann, Siebdrucke werden in der Schweiz gemacht, ein Auftragsvolumen von rund 20 Millionen Franken jedes Jahr. Robin Cornelius hat in einem ziemlich emotionalen Buch beschrieben, wie sein Ethikunternehmen funktioniert – eine sehr empfehlenswerte Lektüre. Es zeigt auf, dass Nachhaltigkeit machbar ist. Die VK-Preise beginnen für T-Shirts bei 5,60 Euro, für Polos und Sweatpants bei 23 Euro, bei Sweatshirts bei 40 Euro und bei Softshells bei 155 Euro. Das Buch „Das Switcher-Prinzip“ (Wörterseh Verlag) ist auch als E-Book erhältlich. Switcher SA, Le Mont-sur-Lausanne/Schweiz T 0041.21.6414141, info@switcher.com, www.switcher.ch

PortenierRoth

EIN KOLLEKTIONSKONZEPT IN ZWEI TEILEN

Sabine Portenier und Evelyn Roth sind Absolventinnen des Institut Mode-Design Basel HGK FHNW und entwerfen seit 2009 ihre Mode am Körper, setzen auf regional verwurzelttes Wissen und produzieren wann immer möglich vor Ort in Thun oder in Zusammenarbeit mit ausgewählten Produktionsstätten. Jedes Jahr entwickeln sie ein Kollektionskonzept mit zwei eigenständigen Kollektionen mit unterschiedlichem Fokus. Die Croisière läuft das ganze Jahr durch, die anderen teilen sich jeweils in Sommer und Winter. PortenierRoth unterstreichen ihr Bestreben für Nachhaltigkeit in der aktuellen Winterkollektion, die mit dem Ethical Fashion Project aus Stoffen aus Burkina Faso entstanden ist. Die handgemachten Textilien werden mit Seidenchiffon, Satin, Leder und Strick kombiniert. Bei aller Erdverbundenheit wollen PortenierRoth jedoch eines nicht: den typischen Ethno-Look. Ihre Kleider, Röcke, Hosen, Tops, Mäntel und Jacken sind denn auch eher urban, fast schon geometrisch aufgebaut und dennoch lässig. Zu sehen an der Mode Suisse im Oktober und mit der Mode Suisse an der Pariser Prêt à Porter (23. September bis 1. Oktober 2014). Preise: 70 bis 700 Euro EK. Die Preise variieren je nachdem, ob es sich um seriell produzierte Kleidung oder handgefertigte Einzelstücke handelt.

PortenierRoth GmbH, Thun/Schweiz
T 0041.33.2218503,
portenierroth@laboutiquevolante.com,
www.laboutiquevolante.com



PortenierRoth