

TRENDS UND ENTWICKLUNG



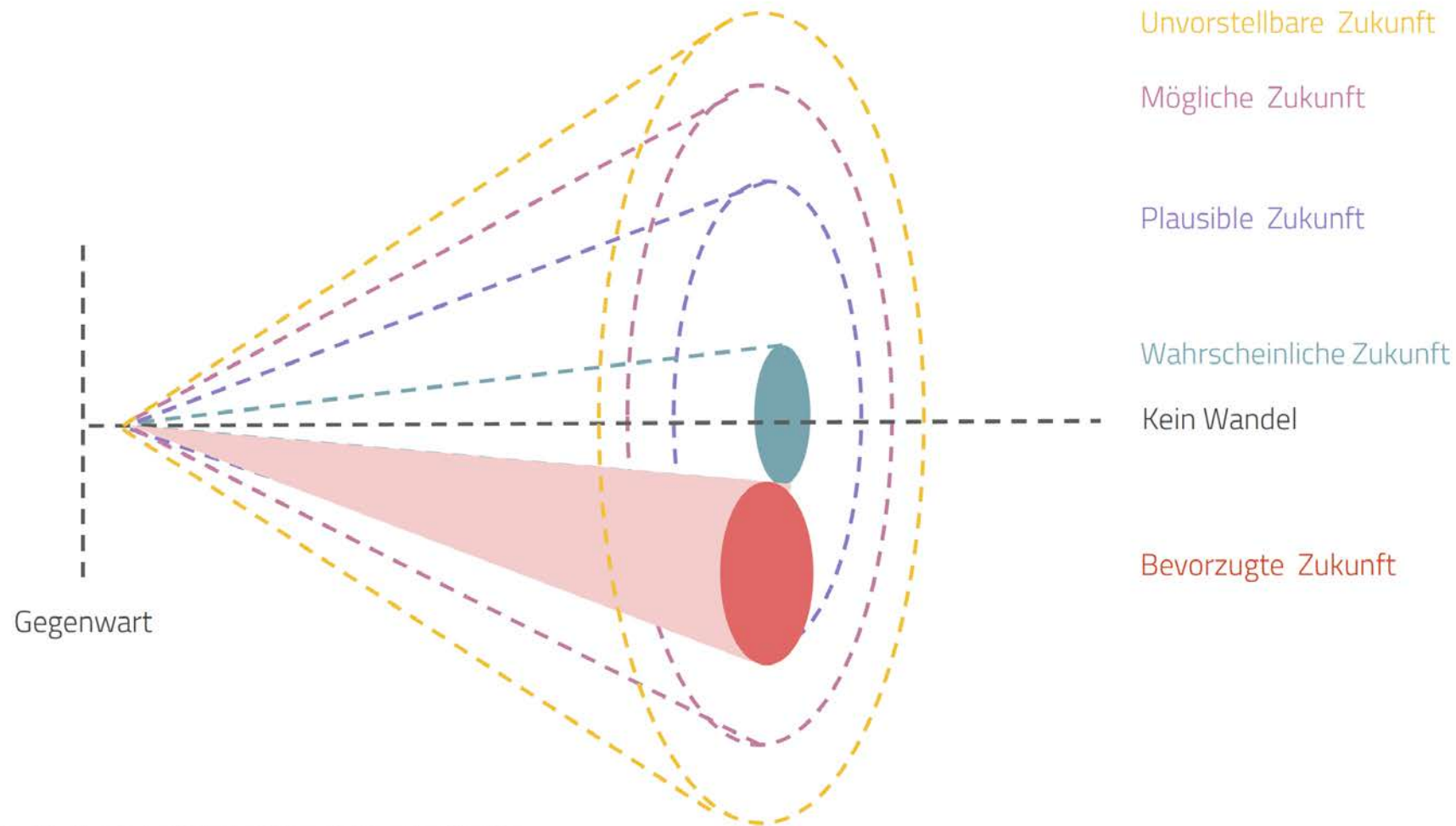
*"Zukunft lässt sich am besten vorhersagen,
indem man sie macht."*

Abraham Lincoln

I. WIE SIEHT EURE ZUKUNFT AUS?

Kurzvorstellung der Teilnehmer:innen und kleines Zukunftsbrainstorming

Joseph Vros - Zukunftskegel



*"Es ist schwer Vorhersagen zu machen,
zumal solche über die Zukunft."*

Niels Bohr, Physiker

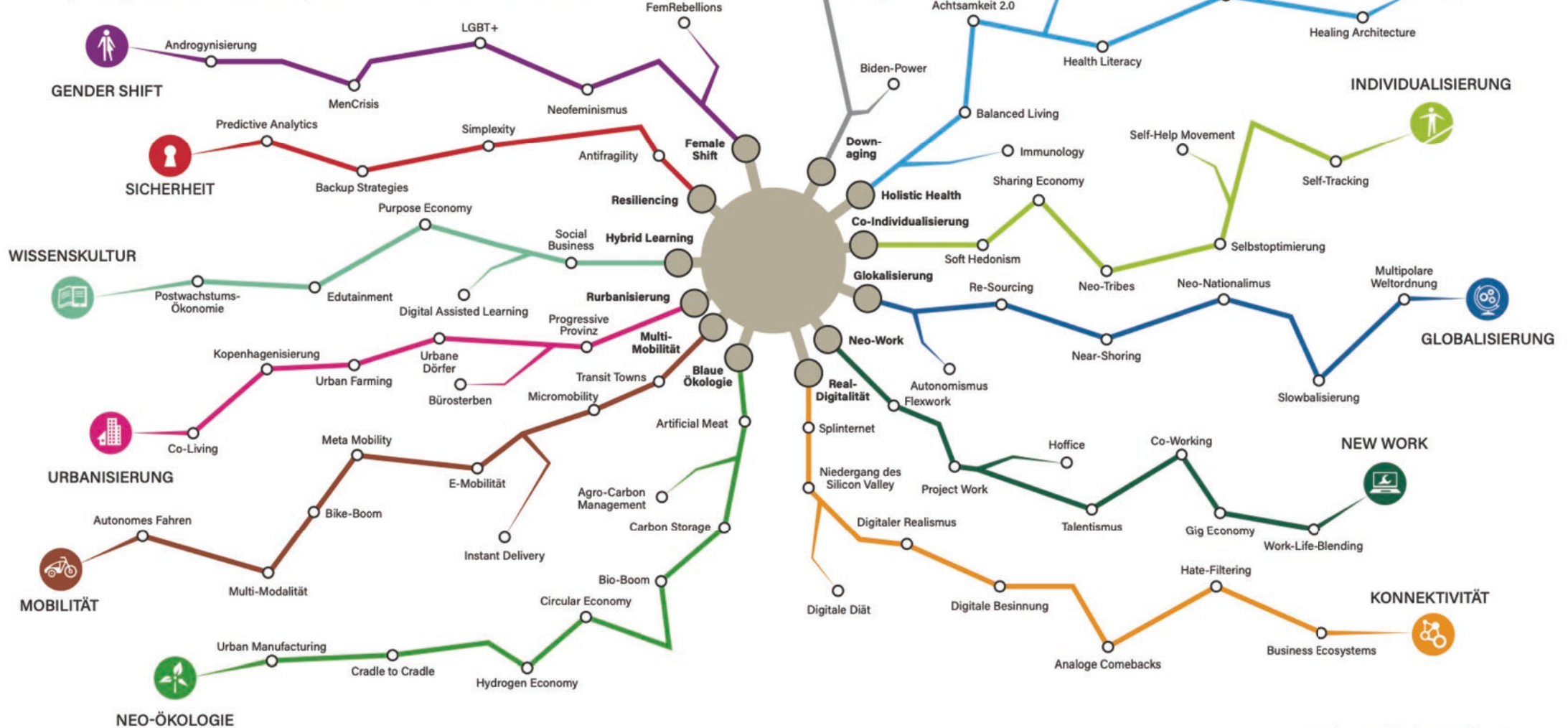
MEGATRENDS UND MÖGLICHE ZUKÜNFTEN

Die Post-Corona-Trendmap

Arrangement: Matthias Horx

Wie verändert die Coronapandemie die Relevanz und Positionierung von Trends und Megatrends? Die Pandemie lässt sich als eine Art Beschleunigungs-Entschleunigungs-Paradoxie lesen. So wird der Megatrend Urbanisierung, der gewaltige Zuzug in die Metropolen, verlangsamt, wenn nicht gar umgekehrt. Die Digitalisierung wird dagegen vorangetrieben, und gleichzeitig entsteht eine Renaissance analoger Kultur-

techniken. Die Globalisierung schwächt sich ab, während nationale Tendenzen ebenso gestärkt werden wie die Sehnsucht nach Heimat und regionaler Verankerung. Diesen zugespitzten Paradoxien entspringen neue Synthesen: Metatrends, die die Karte der aktiven Trends rearrangieren (siehe dazu auch „Die Post-Corona-Trendwelt“, S. 64). Sie finden die Metatrends an den Tentakeln des Virus.



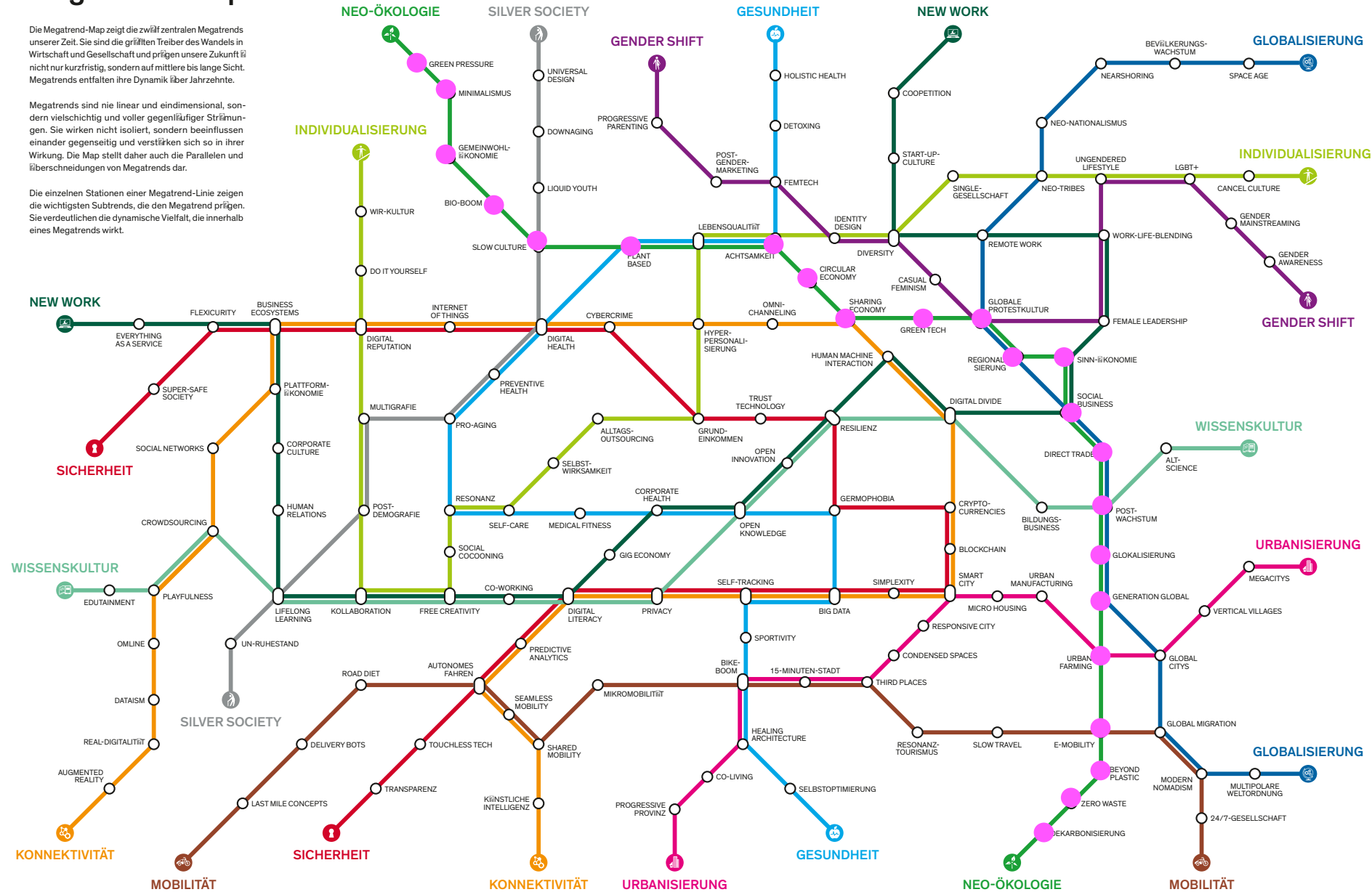
Megatrend-Map

Die Megatrend-Map zeigt die zwölf zentralen Megatrends unserer Zeit. Sie sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft bis nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte.

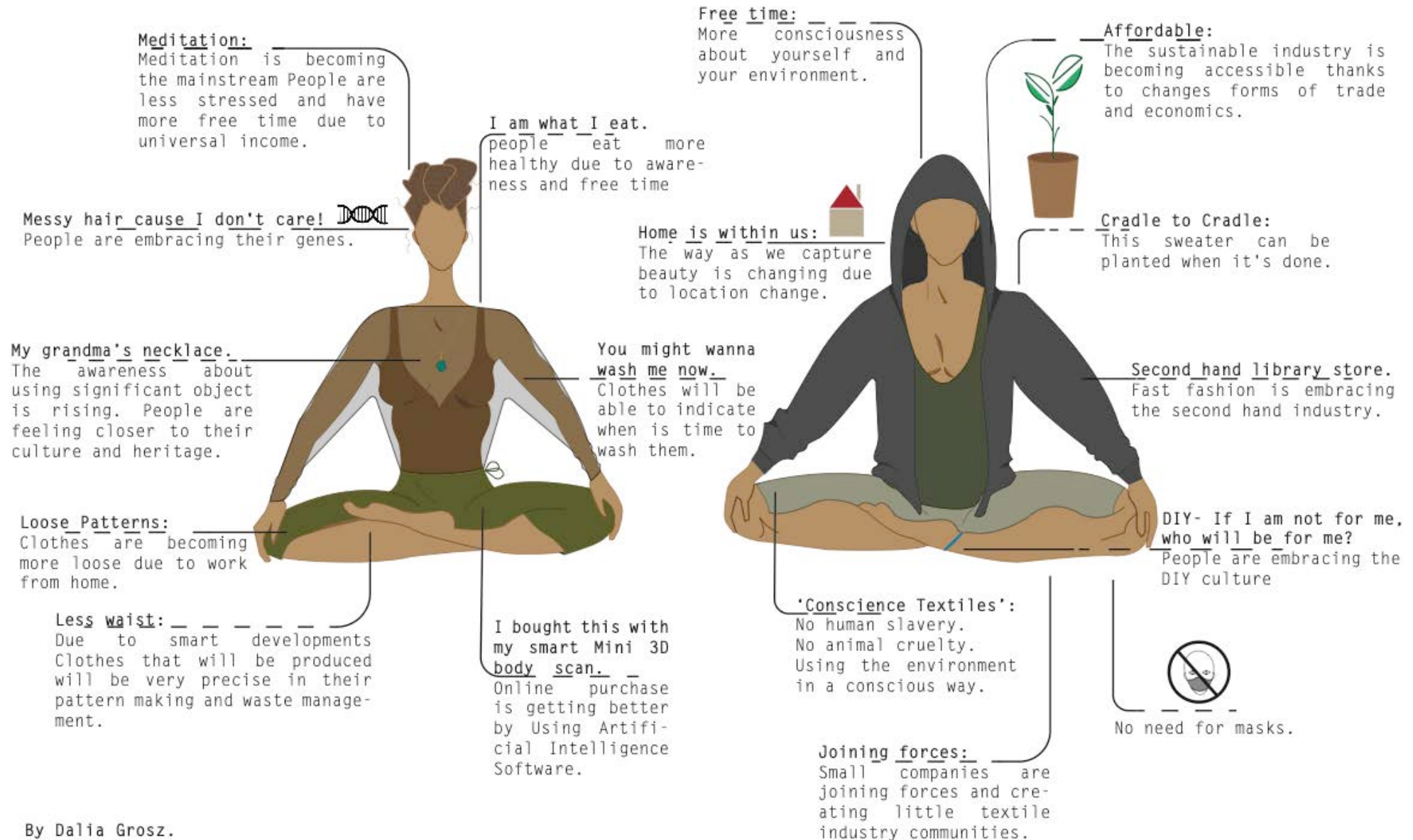
Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie zeigen die wichtigsten Subtrends, die den Megatrend prägen. Sie verdeutlichen die dynamische Vielfalt, die innerhalb eines Megatrends wirkt.

zukunftsInstitut



The Fashion industry in 2025



A blurred figure of a person running across a paved promenade in the foreground. In the background, the Shanghai skyline is visible at dusk or dawn, featuring the Oriental Pearl Tower and other skyscrapers. Two ornate street lamps are positioned on either side of the runner. The overall scene conveys a sense of motion and urban life.

GENERELL WERDEN DIE WIRTSCHAFTSAUSSICHTEN VON EINER VERLANGSAMUNG DES WACHSTUMS, NEUEN UND ANHALTENDEN GEOPOLITISCHEN KONFLIKTEN UND DEM DRUCK AUF DIE VERBRAUCHERAUSGABEN BESTIMMT.

Während der Klimawandel weiter an Fahrt gewinnt, konzentrieren sich die Führungskräfte der Modebranche weiterhin auf den Aufbau nachhaltigerer Unternehmen. Bei der Identifizierung der größten Herausforderungen und Chancen im kommenden Jahr nennen etwa 12 Prozent der Befragten Nachhaltigkeit als eine der Hauptchancen für 2024 und setzen sie damit an die Spitze der Agenda der Geschäftsleitung.

Mit künstlicher Intelligenz und insbesondere generative KI.22 Angesichts ihrer Anwendung in der gesamten Wertschöpfungskette der Modebranche und in verschiedenen Funktionen haben Modeunternehmen bereits begonnen, vorsichtig zu experimentieren.

Zusammenfassung_Trends

Circular economy. Die Circular Economy hat das Ziel, Produkte nach ihrem Gebrauch nicht mehr zu Abfall werden zu lassen, sondern sie als Sekundär-Rohstoffe dem Produktionszyklus wieder zuzuführen. Ist ein hochrelevantes Thema und birgt auch die Chance der Einbindung der Kundinnen/ Rückgabe/ Repair/ Pflege/ Loyalitätsprogramme

Resilient Supply Chain. Aufgrund der aktuellen Themen Corona/ Krieg Ukraine sollten die Lieferketten überprüft werden.

Status German Fashion. Die Qualität der Ware und die Langlebigkeit sind zentral, ebenso das Vertrauen in die Authentizität und kreative Originalität von Produkten, Kommunikation der Werte, werden zentral, on Demand rückt in den Fokus, (Thema Überproduktion) Innovationsthemen können entwickelt werden, z.B. mit Hochschulen, Kollaboration, Mehrwerte für die Kundinnen bieten Chancen

Total Transparency. Die Transparenz in der Lieferkette wird immer wichtiger. Sollte sowohl online wie auch auf der Bekleidung sichtbar gemacht werden- siehe digitaler Wandel/ Apps. Ebenso Darstellung auf Hangtags etc

Digitaler Wandel: Transparenz wird immer wichtiger, deswegen ist es zu prüfen, welche Rolle QR Codes in Zukunft spielen/ Apps. Chatmöglichkeiten mit können wichtiger werden. Für die Zukunft wird das Thema Blockchain relevant.
Virtuelle Mode. Digitaler showroom.

Materialien: Weiterentwicklung in Richtung Circular Economy und auch der Blick auf neue Materialien könnte sinnvoll sein, ebenso Naturmaterialien, die einen hohen Recyclingwert haben

Downaging. Casual Feminism. Neue, sinnvolle Themen im Bereich Mode wie Rückgabe/ Second Hand Artikel/ Pflege der Ware/ Upcyclingsangebote/ und übergeordnete Themen, wie Zusatzprodukte für Frauen, (Beauty/ Taschen/ Living/casual wear) werden relevanter. Darüber hinaus rücken Themenfelder und Mehrwerte, (Angebote für Pflege der Produkte, Reparatur, Garten, Frauenplattformen) mehr in den Fokus, CSR Themen zur Unterstützung von Frauen, (Wiedereinstieg in die Arbeit, Gesundheit, Ernährung, Achtsamkeit, Weiterbildung,) bieten Chancen zur neuen Kundenbindung,

Recycling by Design Fast Fashion länger im Kreislauf zu halten oder sie in diesen zurückzuführen, gibt es bereits. Eine wichtige Entwicklung ist es, das Recycling bzw. die Weiternutzung bereits beim Design- und Herstellungsprozess zu berücksichtigen. Hinzu kommt eine wachsende Anzahl an Start-ups, die sich auf das optimierte Recycling von Textilien spezialisieren und mit großen Fashion-Playern kooperieren.

Secondhand. Vor allem der boomende Online-Handel für gebrauchte Mode, oft als Pre-Loved- oder Pre-Owned-Kategorie kommuniziert, macht Secondhand für den Mainstream salonfähig.

Services. Doch auch Slow Fashion wandelt sich, vor allem durch die Dominanz neuer Technologien. So kann auch Slow Fashion von Prozessen profitieren, die sich gerade im Online-Fashion-Markt manifestieren, wie schnelle Delivery- oder Pre-Order-Services.

Sustainable Luxury. Nachhaltigkeit als Distinktionsmittel für eine neue Form des Luxus ermöglicht im Luxusmodemarkt alternative Herstellungsprozesse und innovative Materialien.

ZWEI WICHTIGE ENTWICKLUNGEN

FOKUS LUXUS*

- **von der Luxusindustrie sprechen zum Markt für "aufstrebende kulturelle und kreative Exzellenz".**
- **diejenigen Marken gewinnen, die auf ihrer bestehenden Exzellenz aufbauen**
- **gleichzeitig die Zukunft neu konzipieren**
- **Die Akteure der Luxusbranche müssen kontinuierlich innovieren/ Relevanz für jüngere ZG**
- **Prognose der Generation Y und Z 2019 bis 2025 ca 180 % des Marktwachstums**
- **"aktivistischen" Verbraucher suchen nach Marken, die einen Purpose haben**
- **Luxus heißt genauso Qualität und entsprechend Dauerhaftig- und Langlebigkeit**
- **Premiumware brauchen hochwertige Materialien, Kreislauffähigkeit**
- **verlängerte Lebenszyklen, Schonung der Umwelt**
- **Luxusgüter sind dauerhaften Investition**

**The Future of Luxury: Bouncing Back from Covid-19. Bain & Company/ Haus of Eden*



**WIE WIRKT SICH DER
GLOBALE WANDEL BEI
DEN VERBRAUCHERN
HIN ZU EINEM LEBEN
IN DER NATUR UND
EINEM GESUNDEN
LEBENSSTIL AUF DIE
KATEGORIE SPORT-
BEKLEIDUNG AUS?**

**MEHR OUTDOOR-MARKEN WERDEN
WAHRSCHEINLICH LIFESTYLE-
KOLLEKTIONEN AUF DEN MARKT
BRINGEN, WÄHREND LIFESTYLE-
MARKEN TECHNISCHE ELEMENTE
IN IHRE KOLLEKTIONEN EINBINDEN
UND SO DIE GRENZEN ZWISCHEN
FUNKTIONALITÄT UND STIL WEITER
VERWISCHEN.**

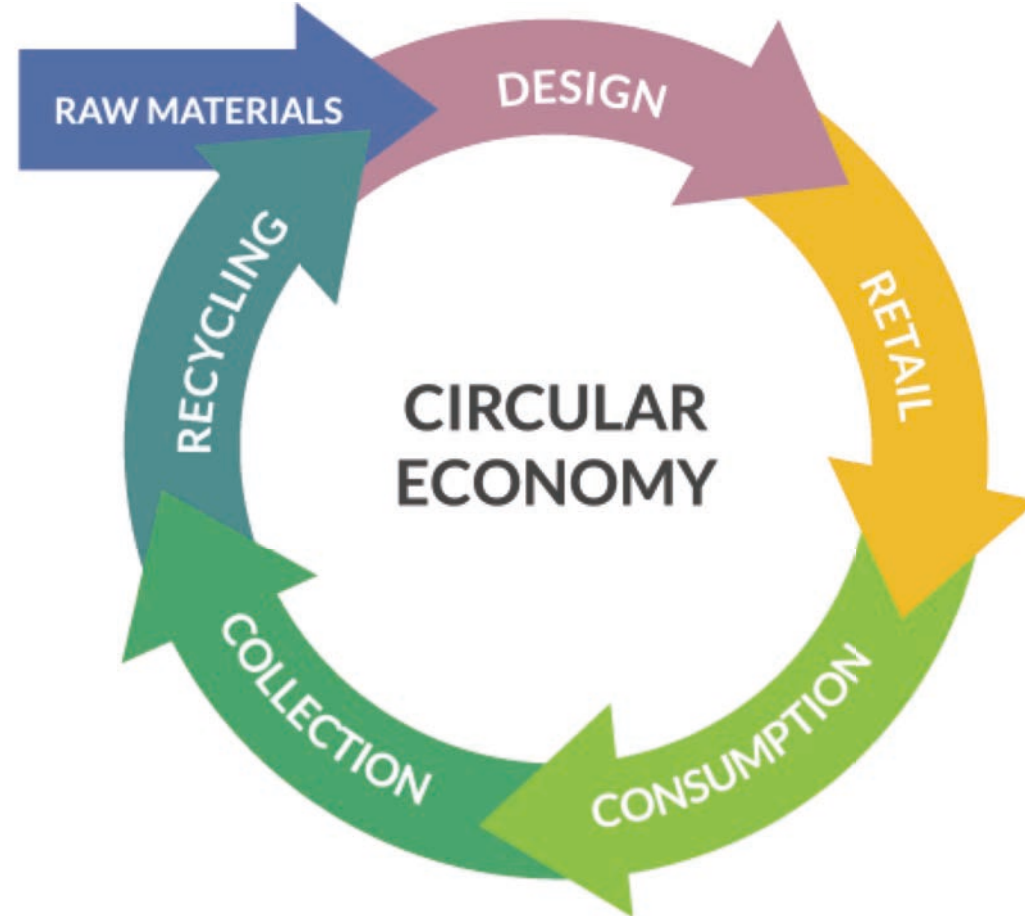
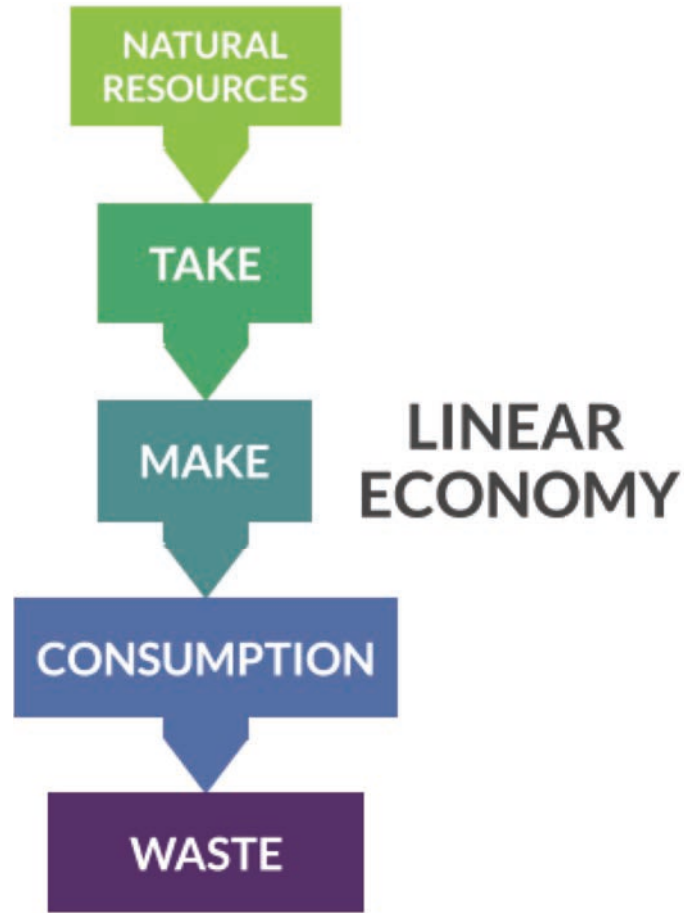


The State of Fashion 2024

Quelle: McKinsey & Company

**MIT BLICK AUF DAS JAHR 2024 RECHNEN
DIE FÜHRENDEN MODEUNTERNEHMEN
MIT WEITEREM GEGENWIND UND SIND
UNSICHER, WAS DIE AUSSICHTEN FÜR
DAS KOMMENDE JAHR ANGEHT.**

**WELCHE MÖGLICHEN PERSPEKTIVEN
UND CHANCEN HABEN WIR?**



ERMÖGLICHEN WIR ZIRKULARITÄT!



ALL EYES ON BRAND.

Das Markenmarketing wird im kommenden Jahr wahrscheinlich wieder ins Rampenlicht rücken, da die Mode- industrie mit einer sich wandelnden Landschaft konfrontiert ist, in der nicht mehr das Performance-Marketing regiert.

Die emotionale Bindung der Verbraucher an die Marken wird wahrscheinlich entscheidend sein, wenn die Vermarkter der Modebranche ihre Spielbücher neu ausrichten und langfristige Strategien zum Markenaufbau in den Vordergrund stellen

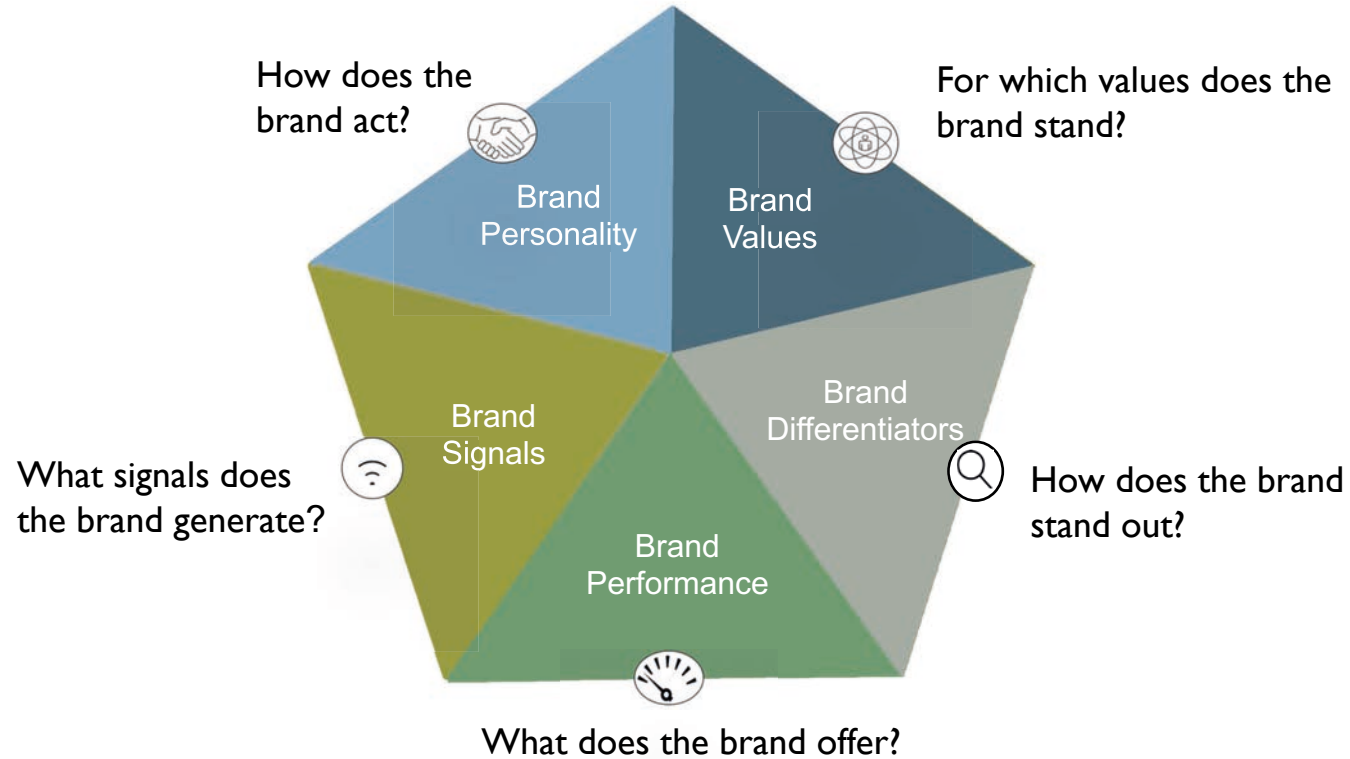
Das Markenmarketing erweist sich auch als ausschlaggebend für die Veränderung der Marktposition einer Marke und hilft ihr oft, völlig neue Kundenkreise zu erschließen.

Das Markenmarketing erweist sich auch als ausschlaggebend für die Veränderung der Marktposition einer Marke und hilft ihr oft, völlig neue Kundenkreise zu erschließen.

Überarbeitung der Identität.

Wirksames Markenmarketing muss eine mehrgleisige Strategie über einen längeren Zeitraum hinweg verfolgen und nicht nur punktuell. Nachhaltiges, ganzheitliches Markenmarketing kann das Markenimage verändern, wie mehrere aktuelle Beispiele zeigen.

The Brand essence model.



SUSTAINABILITY RULES

Die Ära der Selbstregulierung der Nachhaltigkeit durch die Modeindustrie neigt sich weltweit dem Ende zu. In allen Ländern könnten die neuen Vorschriften weitreichende Auswirkungen auf die Verbraucher und die Modebranche haben. Marken und Hersteller müssen ihre Geschäftsmodelle überarbeiten, um sich auf die bevorstehenden Veränderungen einzustellen.

KEY INSIGHTS

Ende 2023 wurden allein in der EU 16 Rechtsvorschriften für Mode und Textilien diskutiert, von denen die ersten 2024 in Kraft treten werden.

Die Vorschriften erstrecken sich über die gesamte Wertschöpfungskette der Mode, vom Produktdesign bis zum Marketing, und werden sich auf Verbraucher und Unternehmen weltweit auswirken. (Green claim)

Regulatorische Kompetenz kann nicht auf das Nachhaltigkeitsteam einer Marke beschränkt werden, sondern sollte in der gesamten Führungsetage verankert und in alle Funktionen integriert werden.

NEUE GESETZLICHE REGULARIEN.

Sorgfaltspflicht entlang globaler Lieferketten

1. Erstmals klare Anforderungen für die unternehmerischen Sorgfaltspflichten
2. Verantwortung für die gesamte Lieferkette
3. Externe Überprüfung durch eine Behörde
4. Besserer Schutz der Menschenrechte

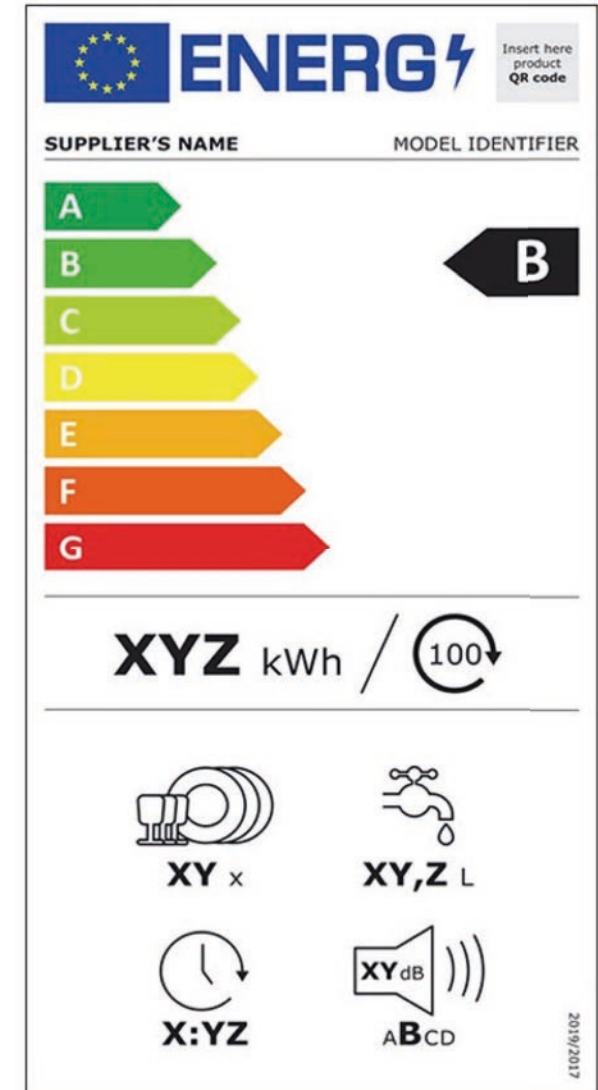
EU-Strategie für nachhaltige und zirkuläre Textilien

Verbindliche Regulierung im europäischen Binnenmarkt

Die EU-Initiative für nachhaltige Produkte (SPI) folgt der EU-Ökodesign-Richtlinie

Ausweitung des Anwendungsbereichs auf nicht energieverbrauchende Produkte

Bekannte Instrumente der Verbraucherinformationen (digitalen) Point of Sale (POS) bleiben bestehen:



Circularity
Virgin Materials
Recyclable
Textile-to-textile recycling
Recycled
Upcycle
Downcycle
Regenerative Fibers
Renewable Fibers
Rapidly Renewable Fibers (RRF)
Next Generation Materials
Biological Cycle
Technical Cycle
Investment

BEISPIELE

SUSTAINABILITY IMPACT

Shipping to: DE Our stores

♡ Favorites Sign in 🛒 Bag

Reformation

New Clothing Dresses Tops Active Jeans Weddings Shoes Collections Sustainability 🔍 Search

Home > Dresses > All Dresses



Tana Linen Dress €295

For whatever you do sunrise to sunset. The Tana is a linen maxi dress with a fitted bodice and a full skirt. This dress has elastic straps with ruching detail, and a smocked back bodice to provide some stretch.

Color: Canal



US size [Size guide](#)

XS S M L XL

Select a size

Free express shipping and returns
Duties and taxes included

Product details & fit

Sustainability impact

- 10.0 lbs. of carbon dioxide savings
- 3170.0 gal. of water savings
- 0.0 lbs. of waste savings

Sustainably made in China

SUSTAINABILITY REPORT

ECOALF

DAMEN ▾ HERREN ▾ KINDER ▾ #BECAUSE ▾ ÜBER ECOALF ▾ STIFTUNG

Suche 🔍   DE



CHARCOALKHAKI



Size chart

Talla



IN DEN WARENKORB

Kurzbeschreibung **Beschreibung** Versand und Rückgabe

Lychee ist ein zeitloses Hemdkleid, aus 100% Leinen, weit und mit kurzem Arm für die heißesten Tage des Sommers.

Sustainability Report

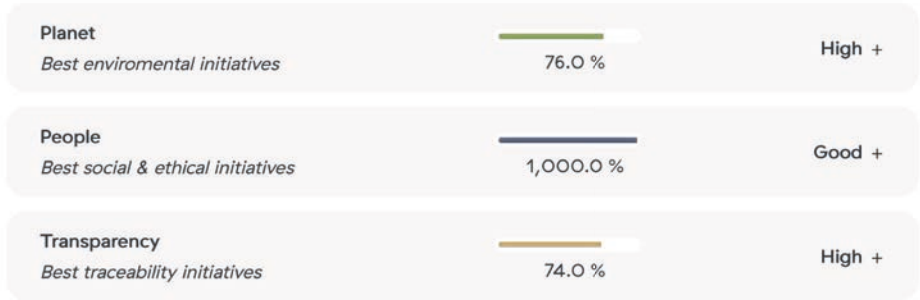


The BCOME Evaluation System scores Ecoalf's degree of environmental, social and ethical efficiency according to its best sustainable initiatives carried out throughout its value chain.

powered by BCOME

SUSTAINABILITY REPORT

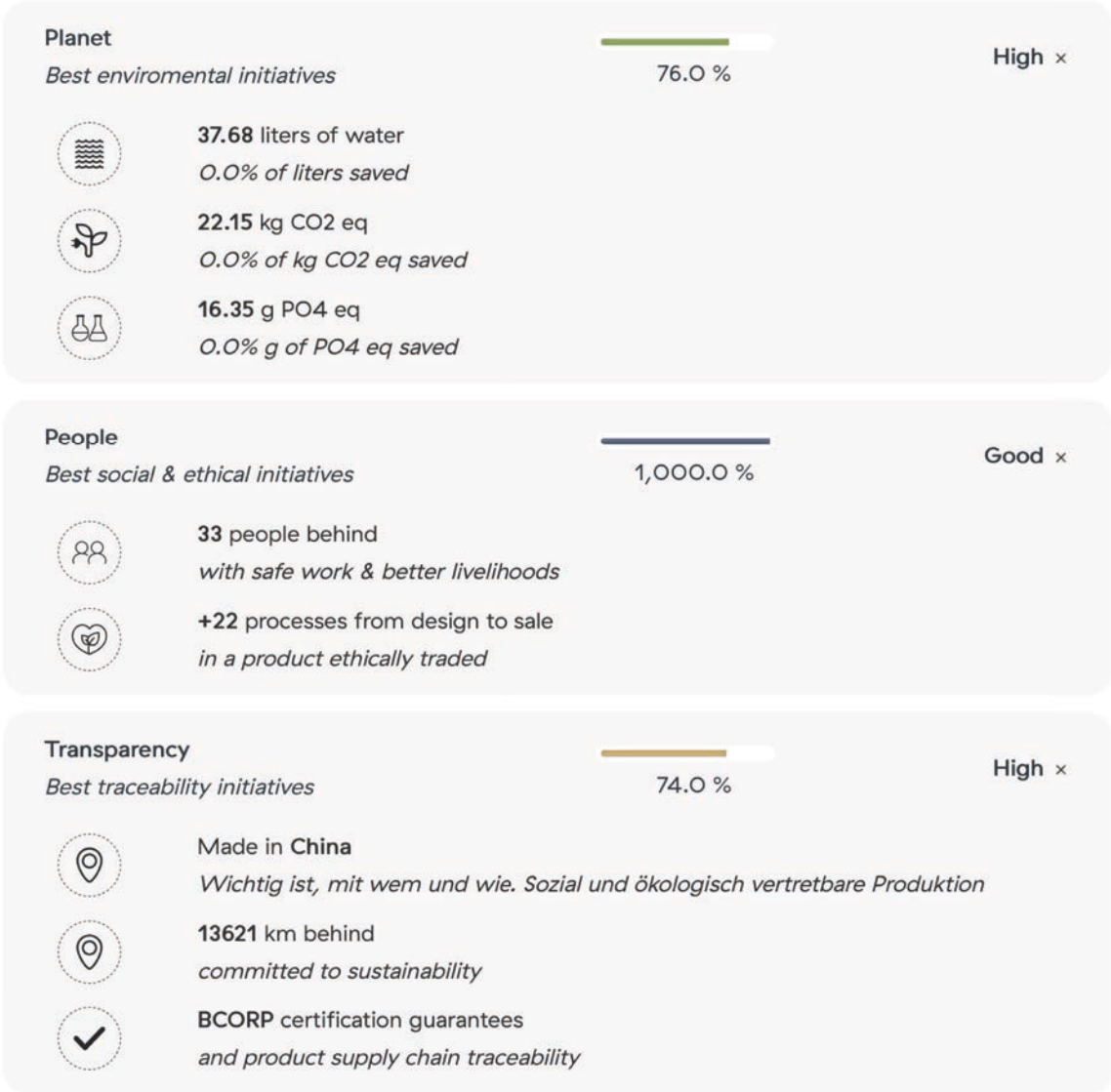
Sustainability Report



The BCOME Evaluation System scores **Ecoalf's** degree of environmental, social and ethical efficiency according to its best sustainable initiatives carried out throughout its value chain.

powered by BCOME

Sustainability Report



The BCOME Evaluation System scores **Ecoalf's** degree of environmental, social and ethical efficiency according to its best sustainable initiatives carried out throughout its value chain.

powered by BCOME

TRANSPARENTE PRODUKTBESCHREIBUNG

HUNDHUND

[Frau](#) [Mann](#) [Schmuck](#) [Erforschen Sie](#) [Deutsch](#) [EUR](#) [Einkaufswagen](#)



TILIA KURZARM-TOP Kornblumenblau mit weißen Kontrastnähten

Unser Lieblings-Jersey-Top. Hergestellt aus einem schweren, gerippten Baumwoll- und Modalgemisch. Es ist stretchy und bequem. Mit einem höheren Kragen und äußeren Kontrastnähten haben wir bei diesem Style einen scharfen, dekonstruierten Ansatz für das Design gewählt.

Kristina ist 176cm groß und trägt Größe Small

PRODUKTIONS-/STOFFHERKUNFT
In Portugal aus portugiesischem Stoff hergestellt

GESTALTET VON
Isabel Kücke

STOFFE
40 Baumwolle / 40 Modal / 18 Polyester / 2 Elasthan

→ Siehe unseren Leitfaden
→ Siehe unsere Versand- und Rückgaberichtlinien

XS S M L

Warenkorb

69 EUR

Hast du Fragen?

ON RUNNING

- Schweizer Performance-Laufschuhe und Bekleidung
- Revolution des Laufgefühls
- Rückgabe erforderlich:
Wiederverwertung
- 29,95 Euro / Monat
- Hergestellt aus Rizinusbohnen
- Mission ist es, so nachhaltig wie möglich zu sein und nur Schuhe zu versenden, wenn die Mindestnachfrage in einer bestimmten Region gedeckt ist

This is Cyclon. ✓
And this is the running shoe ✓
you will never own.



<https://www.on-running.com/en-gb/cyclon>





MUD JEANS

Damen

Herren

SALE

Unsere Philosophie

Lease a Jeans

Unsere Shops



DE ▾

ANMELDEN



Doing jeans differently, für den Planeten



Faire Produktion

Eine Jeans die von glücklichen Menschen gemacht wurde - 100% möglich. Wir arbeiten mit ausgewählten Herstellern zusammen, die das Wohlbefinden aller Beteiligten gewährleisten.



Kreislaufwirtschaft

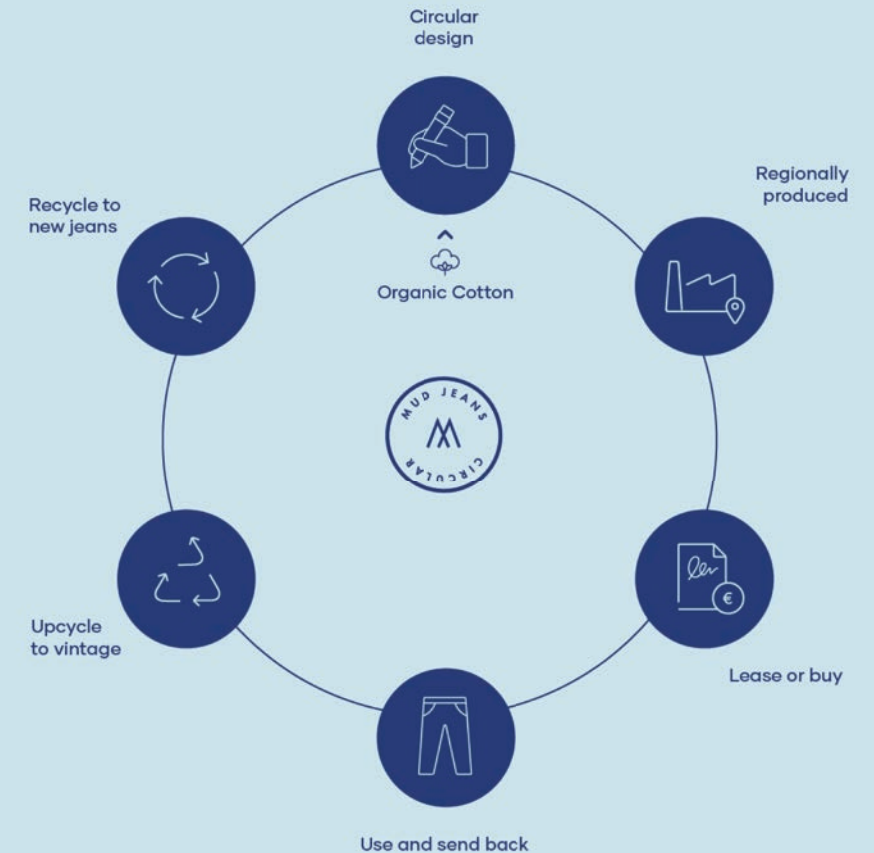
Jedes Paar MUD Jeans wird zu einer neuen MUD Jeans recycelt, dabei entsteht kein Abfall und es werden 92% weniger Wasser als im Durchschnitt benötigt.



Chat with us

MUD JEANS

- Eine Welt ohne Abfall schaffen
- Einfachheit als Schlüssel
- Es gibt zwei Hauptmaterialien, die für jeden einzelnen Stoff verwendet werden: Bio-Baumwolle und recycelte Baumwolle
- Jeans enthalten 40 % recycelte Baumwolle
- Ziel ist es, die erste Jeans aus 100% recycelter Baumwolle auf den Markt zu bringen



<https://mudjeans.eu/pages/our-mission-about-us>



Recycling becomes easy

After 12 months paying your monthly fee, you can keep your jeans, swap them for a new pair or send them back. You can request a free return label via info@mudjeans.eu



Owning less is fun

We're entering a new world where success is no longer defined by how much stuff you own. Your experiences in life, the connection with others, that is what matters!



Quality becomes affordable

High quality is achieved through great materials and fair wages for all our jean makers. Through leasing, you pay a low monthly price for an ethical pair of jeans.

40%

Of our customers have been leasers in 2020.

One tree

Is restored by Justdiggitt, for every jeans that is returned to us for recycle.

8900

Were sent to be recycled in 2020.

“Don't own your jeans! Lease your jeans. Pay a monthly fee of € 9,95 & send your jeans back after us, we'll recycle them.”

SEACELL™

SEACELL™,

SEACELL™ ist eine Faser, die aus Meeresalgen gewonnen wird. Algen sind der „Kraftstoff der Meere“ und wirken sich in vielfacher Hinsicht positiv auf unsere Gesundheit aus. Die SEACELL™ Fasern eignen sich vor allem für Menschen, denen Qualität, Nachhaltigkeit, Innovation und Anspruch wichtig ist. Für uns macht die perfekte Mischung aus fühlbarem Komfort und Funktionalität die Faser so einzigartig. Da Feuchtigkeit sehr gut gespeichert wird und diese auch wieder nach außen abgegeben wird, wirkt das Material temperaturregulierend.

KUURA besteht zu 76% aus Bio-Baumwolle und zu 19% aus dem innovativen Material SEACELL™. 5% Elasthan machen KUURA zu einem sehr elastischen Top, das perfekt deine Bewegung unterstützt und sich an den Körper anpasst.

- Material: 76% Bio-Baumwolle, 19% SeaCell, 5% Elasthan (Recycelt)
- Vitalisierend, für empfindliche Haut, besonderer Komfort
- Hergestellt in Litauen

BANANATEX

- Bananatex® ist das erste haltbare, wasserdichte Gewebe der Welt, das ausschließlich aus Bananenpflanzen hergestellt wird
- Philippinen in einem natürlichen Ökosystem mit nachhaltiger Forstwirtschaft angebaut.
- Wichtige Beitrag zur Wiederaufforstung von Gebieten



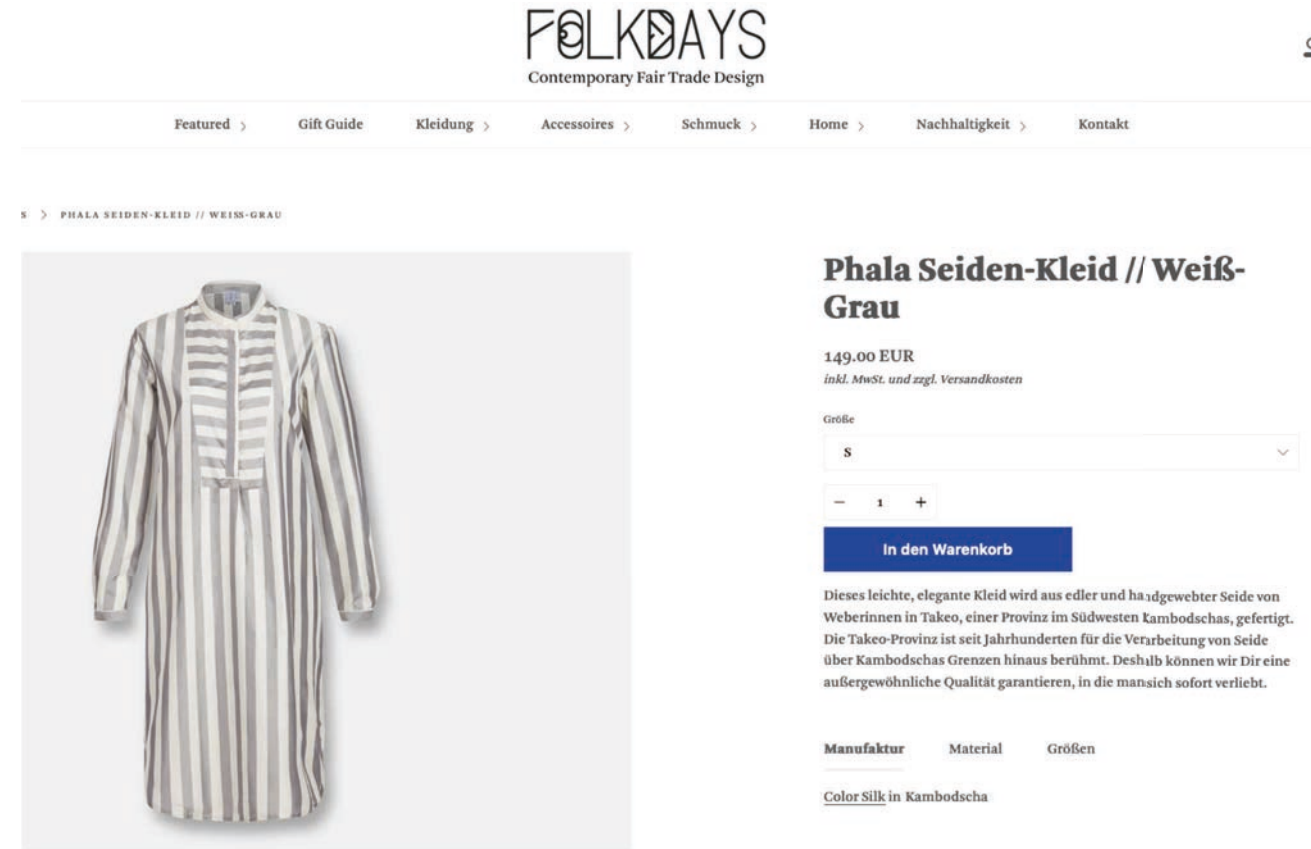
CHIENGORA & MODUS INTARSIA

- Wolle aus Hundehaaren
- Konkurrenz für Schafe
- Offensichtliches neu gedacht
- Sammelsystem für Hundebesitzer:innen
- Fertige Produkte und Wolle



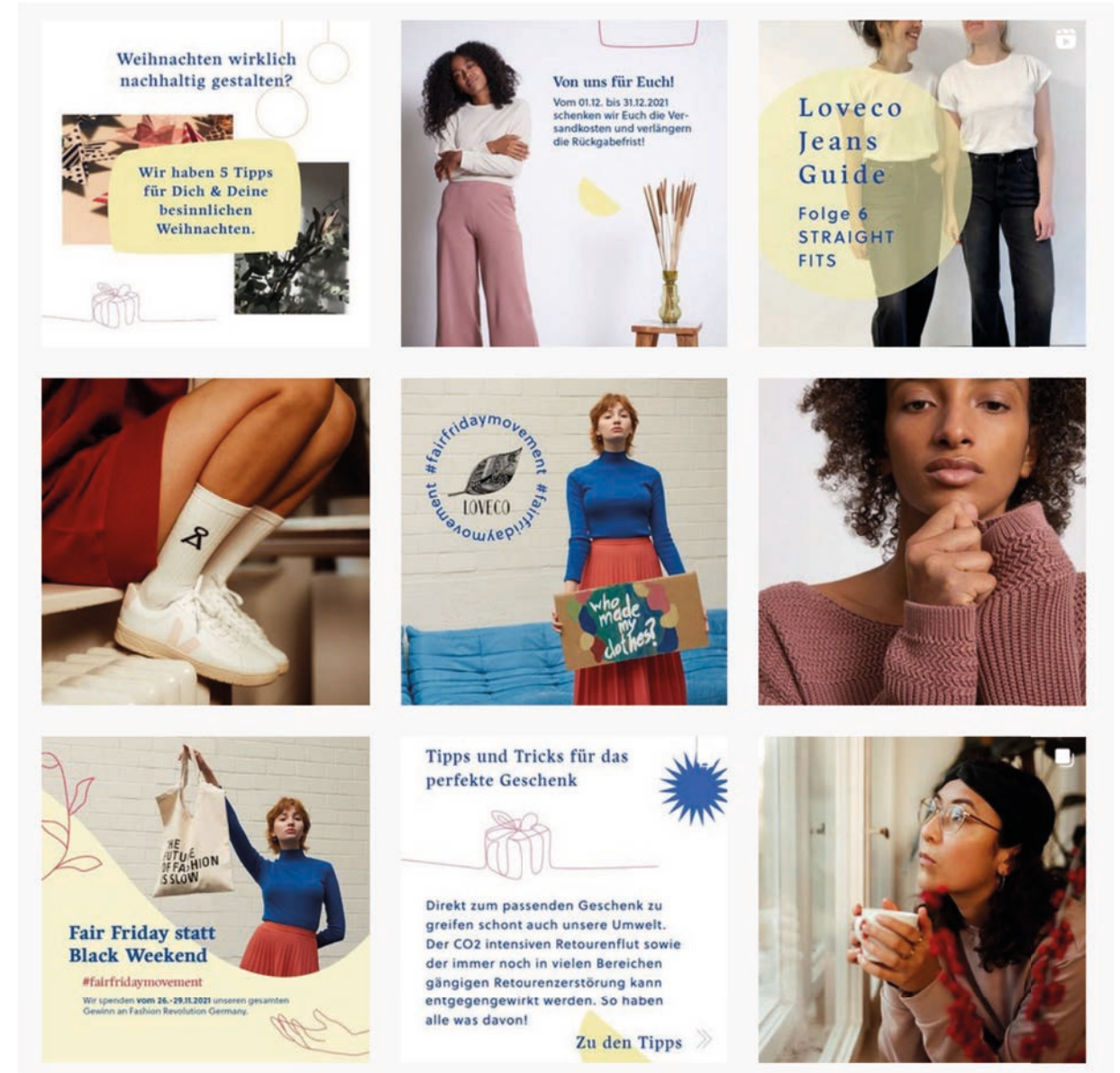
FOLK DAYS

- Schmuck, Accessoires, Interior, Kleidung
- Handgefertigt, nachhaltig, fair-trade
- Mit einem Schwerpunkt auf ausdrucksvollen Designs und natürlichen Materialien
- Contemporary Fair-Trade Design, das 2013 von Lisa Jaspers in Berlin gegründet wurde
- Angemessenes Einkommen & Vorfinanzierung
- Zusammenarbeit mit sozialen Unternehmen: neues Bewusstsein für “Made in Bangladesh”
- Werte in der Mode gestalten: Wertschätzung



LOVECO

- Reseller
- Nachhaltige Materialien
- Fair produziert
- 100 % vegan
- Plastikfreier Versand
- 100 % unabhängig
- Erneuerbare Energien
- Second Hand Möbel



LANGBRETT

- Modulare Designstrategie



HABITUS

- Marketplace for Upcycling
- Fine selection
- Young labels
- Creative solution



Revolutionise the fashion industry
Make a statement against fast fashion



Support young designers
Each product is handmade and fairly produced in the EU.



Unique pieces
No one else walks around with this outfit. Everything only exists once



Circular Economy
There is no such thing as waste with us! Surplus goods get a second life.



Female Power
Support two young founders in their goal to revolutionise the fashion market in the long term.



Sustainability
No new resources are wasted in the upcycling process



AMREI KEHR
HAND PAINTED LAURYN HILL JACKET
€180



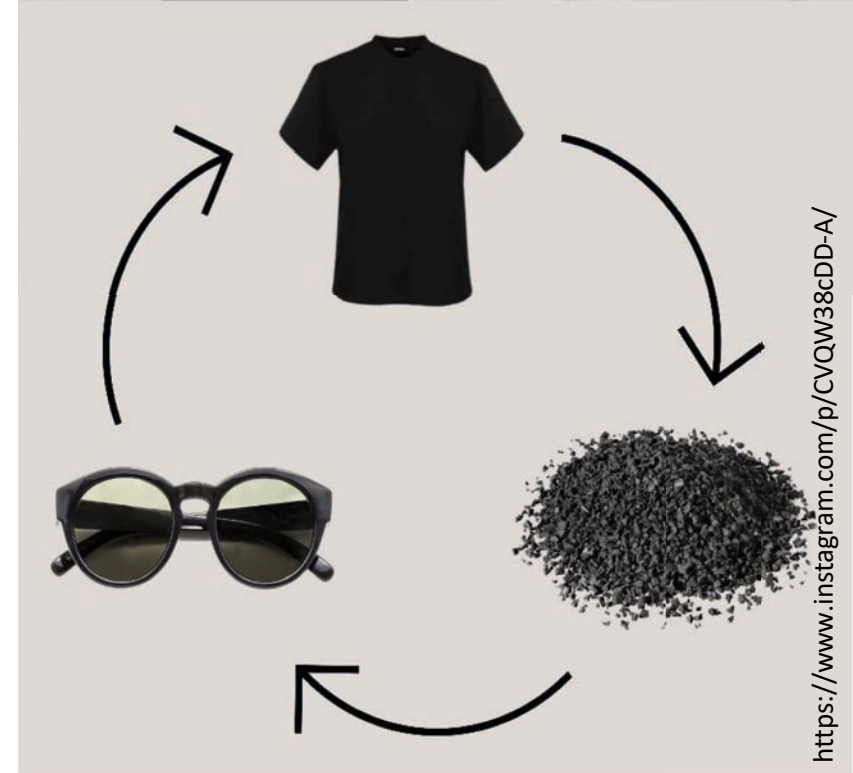
SPACEFORANAME
LOTTI TOP - PASTELS
€110



AMREI KEHR
UPCYCLED DENIM JACKET
€150

KLEIDERLY

- Recycelte Textilien
- Alte, ungewollte Kleidung in eine nachhaltige Kunststoffalternative umwandeln
- Die erste Brillenkollektion der Welt aus recycelten Textilien
- Handgefertigt in Italien
- Kann nach Gebrauch zu neuen Produkten recycelt werden
- 99 Euro



MOOT

- Upcycling
- Made out of Trash
- “Social, transparent and unique”



Die Jacke in S – Custom-Made

€249,00

ZUM EINKAUFSWAGEN HINZUFÜGEN

JETZT KAUFEN

✓ Abholung bei **MOOT** verfügbar
Gewöhnlich fertig in 24 Stunden
[Shop-Informationen anzeigen](#)

- Größe S
- Knöpfe aus upgecyclten Kokosnussschalen
- Unisex
- Umfallkragen
- Made in Berlin
- **Exklusiv für Dich hergestellt, aus Woldecken Deiner Wahl**

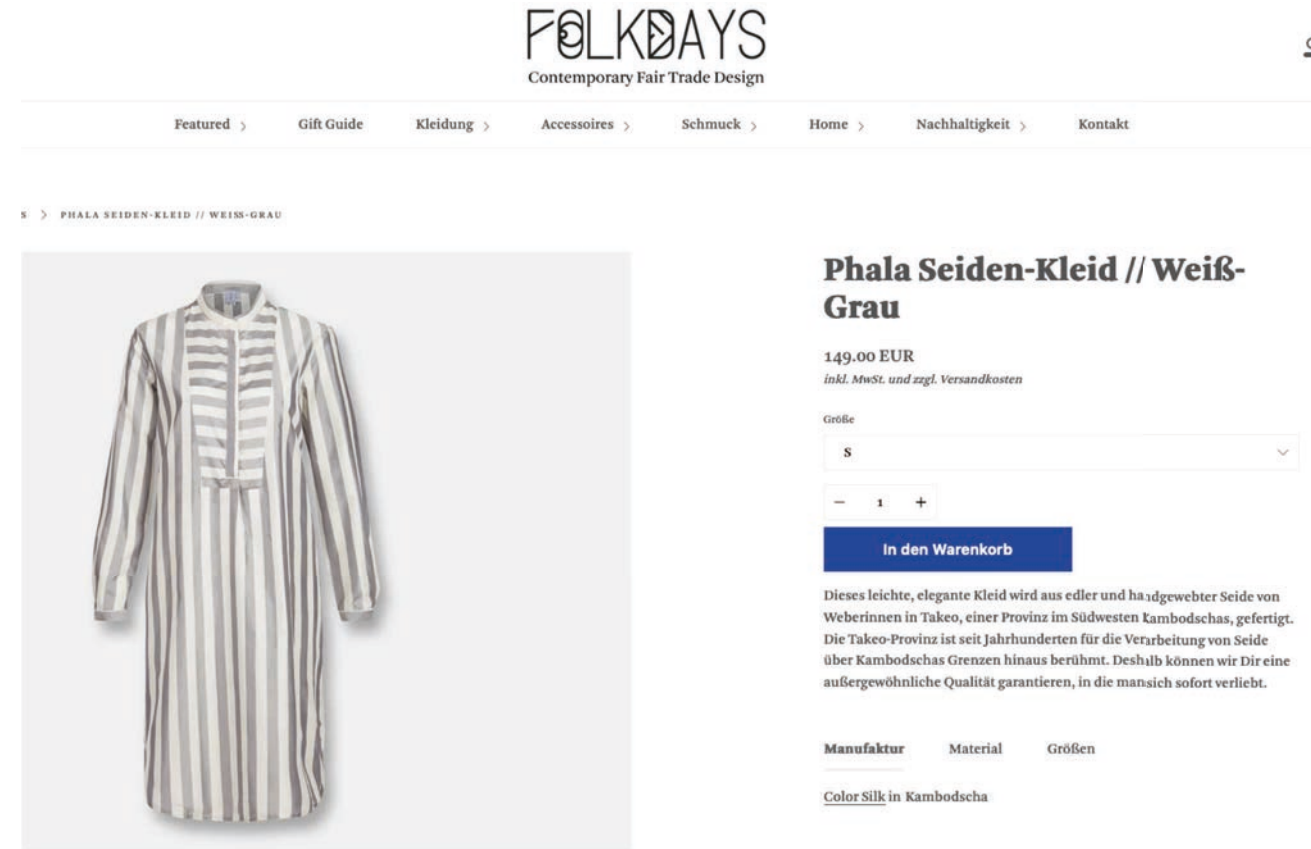
Die Jacke ist großzügig geschnitten, hat einen breiten Umfallkragen, Manschetten und aufgesetzte Taschen. Die Knöpfe sind aus Kokosnussschalen – einem natürlichen Upcyclingprodukt, das perfekt zur MOOT-Identität passt, weil wir dadurch auch beim Verschluss auf Neuproduziertes verzichten.

Du möchtest selbst entscheiden, welche aussortierten Decken zu Deiner MOOT-Jacke werden? Suche Dir Woldecken aus unserem Fundus aus oder bringe uns Deine eigenen!

Im Video-Call oder bei einem Besuch in unserem Atelier planen wir gemeinsam

FOLK DAYS

- Schmuck, Accessoires, Interior, Kleidung
- Handgefertigt, nachhaltig, fair-trade
- Mit einem Schwerpunkt auf ausdrucksvollen Designs und natürlichen Materialien
- Contemporary Fair-Trade Design, das 2013 von Lisa Jaspers in Berlin gegründet wurde
- Angemessenes Einkommen & Vorfinanzierung
- Zusammenarbeit mit sozialen Unternehmen: neues Bewusstsein für “Made in Bangladesh”
- Werte in der Mode gestalten: Wertschätzung





[Über uns](#)

[Manufaktur](#)

[Team](#)

[Presse](#)

[Nachhaltigkeit](#)

[Onlineshop](#) ▾



Feinstes Handwerk & industrielle Fertigung

Eine unserer Expertisen: Braut- und Abendmode

Expertise
Internationales Know-How

Handwerk
Kollektions-Anfertigungen

Gefördert von

- Crespo Stiftung
- Frap Agentur & Stadt Frankfurt a.M.
- Deutsche Postcode Lotterie
- Pro Region Stiftung (FRAPORT)
- Hessisches Ministerium für Soziales und Integration

SDG's
wertebasiertes Handeln

ANNE SCHOLLENBERGER

DAS MATERIAL

- vegane Materialien aus nachwachsenden Ressourcen, Handtaschen, Schuhe und Hüte werden aus veganem Kaktusleder hergestellt –
- eine der nachhaltigsten Alternativen zu tierischem Leder
- weiches, anpassungsfähiges, atmungsaktives Material
Die Herstellung von Kaktusleder spart 164.650% Wasser und 1.864,02% Treibhausgasemissionen im Vergleich zu tierischem Leder



**EINIGE FARB-
INSPIRATIONEN
2024 VON LI
EDELKOOORTH**





ITALIAN IDOL

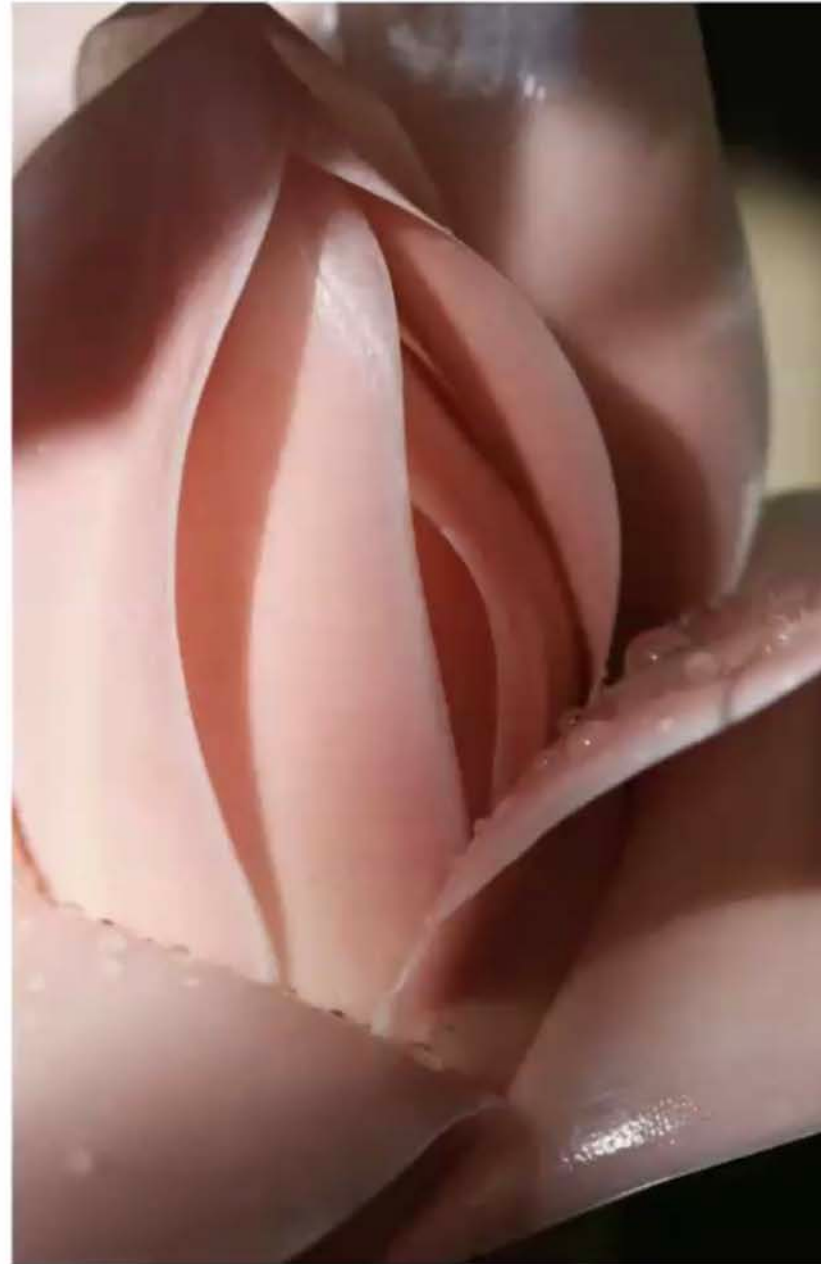
The production of craft makes items stand out to represent idols of their inherent culture.





ASSORTED ALLSORTS

The bold colours of this family of sweets are inspiring artefacts and accessories, as well as graphic fashions.



**WELCHE ZUKUNFT
MÖCHTEST DU?**

WANT TO GROW TOGETHER? LET'S TALK

www.christinefehrenbach.de

christine@christinefehrenbach.de

+49 173 6912735

