

emotion

slow.

RUNTERKOMMEN • GENIESSEN • EINFACH LEBEN

10.
AUSGABE
Das feiern
wir!



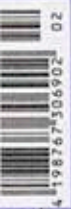
Paradies gefunden

WIE UNS DIE NATUR BESCHENKT - 18 SEITEN INSPIRATION

ACHTSAM ESSEN *Mottanai* - die neue Kreativ-Küche • APULIEN *Wo Bella Italia*
besonders charmant ist • LEBEN AUF DEM HAUSBOOT *Wie fühlt sich das an?*

EINE EDITION VON emotion

02 / 2017 DEUTSCHLAND 6,90 €
ÖSTERREICH 8,20 € / SCHWEIZ 11,50 CHF / BELGIEN, LUXEMBURG 8,50 €
ITALIEN, SPANIEN 9,90 €



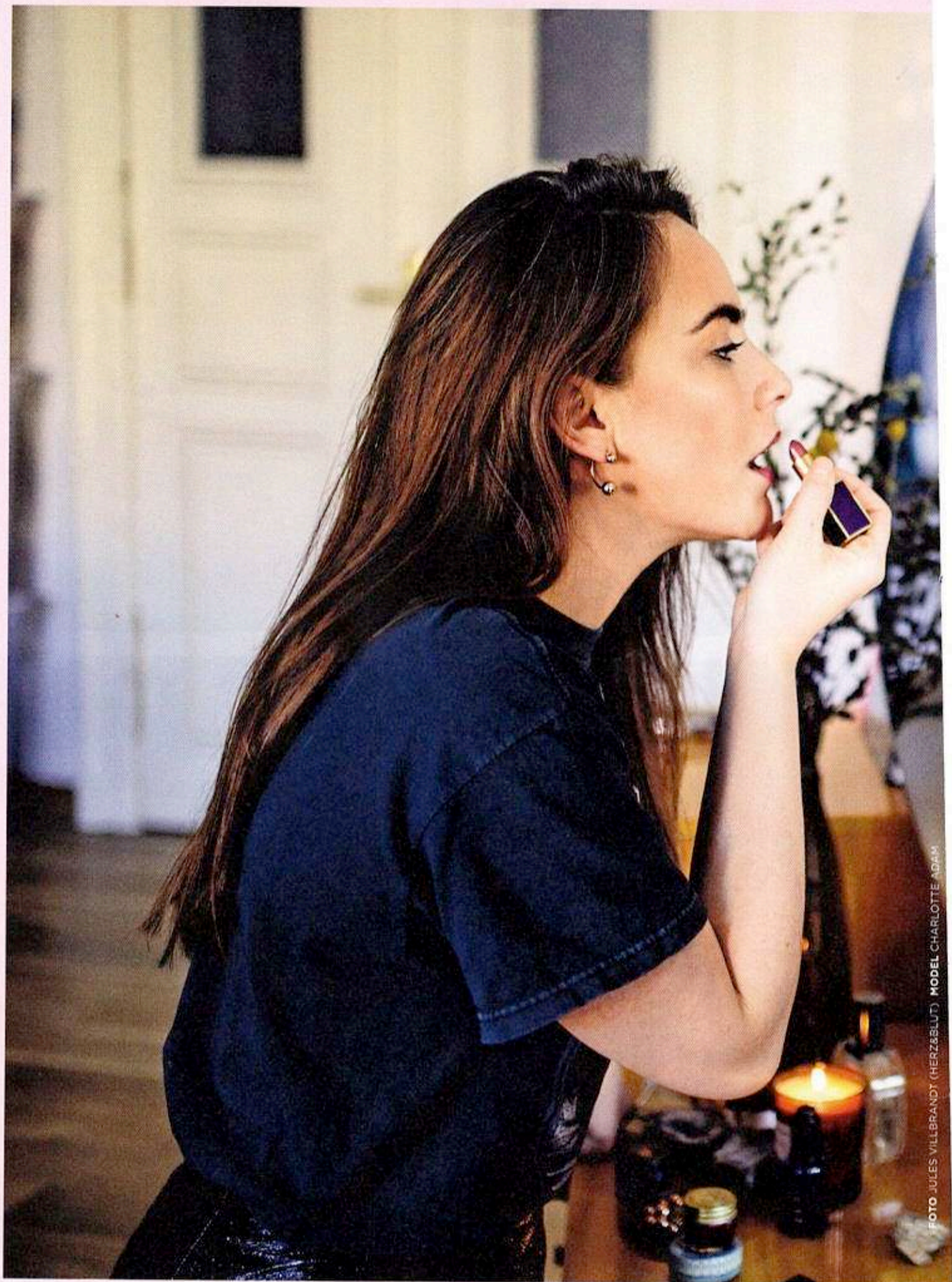
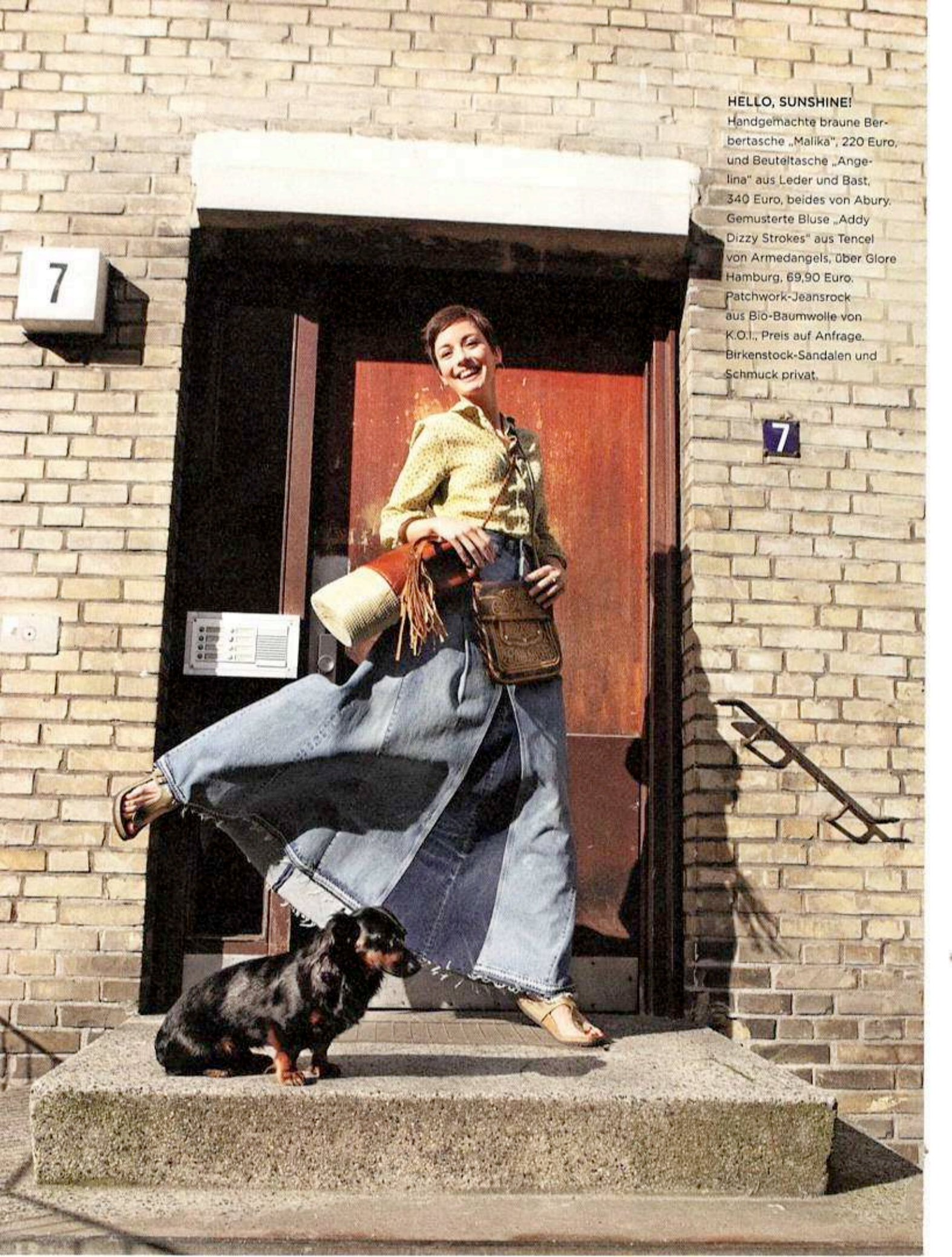


FOTO JULES VILLBRANDY (HERZ&BLUT) MODEL CHARLOTTE ADAM

Kapitel 4

Hegen & Pflegen.

** Abury – ein Social-Business-Label, das wir lieben *
Wie reist es sich ganz ungeschminkt? * Plus: jede Menge
Yoga, Mode und Schönes für Körper und Geist **



HELLO, SUNSHINE!

Handgemachte braune Berbertasche „Malika“, 220 Euro, und Beuteltasche „Angelina“ aus Leder und Bast, 340 Euro, beides von Abury. Gemusterte Bluse „Addy Dizzy Strokes“ aus Tencel von Armedangels, über Glore Hamburg, 69,90 Euro. Patchwork-Jeansrock aus Bio-Baumwolle von K.O.I., Preis auf Anfrage. Birkenstock-Sandalen und Schmuck privat.

Hey, die trägt SICH GUT!

Eine Tasche von ABURY ist mehr als nur ein hübsches Accessoire. Das Social-Business-Label verknüpft traditionelle Handwerkskunst mit Hilfsprojekten. Wir finden: ein Must-have zu den aktuellen Fair-Fashion-Kollektionen!

FOTOS SUZANA HOLTGRAVE
PRODUKTION WWW.PEPPERMYNTA.DE

BLUE GIRL

Handgefertigte Lederclutch von Abury, 169 Euro. Armband von Organic Tagua Jewelry, über www.abury.net, 39 Euro. Kleid von Haikure, über Glorie Hamburg, 149,90 Euro. Sport-Bra aus recyceltem Polyester von Under The Same Sun, 72 Euro. Ohrringe mit blauem Sodalith von Folkdays, 69 Euro.

LEO LOVE

Jeansjacke im Kimono-Look aus Bio-Baumwolle von K.O.J., 110 Euro. Gemusterte Leggings von Under The Same Sun, 99 Euro. Königsbläues Top aus Tencel von Wunderwerk, über Glore Hamburg, 79,95 Euro. Handgefertigte mit Stickereien verzierte Clutch im Leo-Look, 420 Euro, beides von Abury



FEELIN' BOYISH

Rosafarbene Bluse aus Bio-Baumwolle von Haikure, über www.moeon.de, 140 Euro. Brille „The Ace“ von Viu, 165 Euro. Ring „Minina“ von Folkdays, 84 Euro. Handgefertigte aprikotfarbene Berbertasche von Abury, 99 Euro



A CRUSH ON JEANS

Jeanshemd aus Bio-Baumwolle von hessnatur, 99,95 Euro.

Gemustertes Top von Lies in Layers x Stefan Marx, 139 Euro.

High-Waist-Jeans mit ausgefransten Säumen von Black Velvet Circus, 150 Euro.

Handgefertigte, pinkfarbene Berbertasche von Abury, 99 Euro. Blaue Espadrilles aus pflanzlich gegerbtem Leder von Act Series, 110 Euro.

MODE, DIE KEINE GRENZEN KENNT

Die Berlinerin ANDREA BURY bringt Designer und Handwerker aus aller Welt zusammen. Eine Win-win-Situation – auch für uns, weil die Kollektionen, die dabei entstehen, aufregend schön sind!

Wer Andrea Bury trifft, spürt sofort, wie viel Energie in dieser kleinen, zarten Person steckt. Es vergeht keine Woche, in der sie nicht neue Ideen verfolgt, Kontakte knüpft oder Verbindungen schafft, um ihre zahlreichen Projekte voranzutreiben. Denn Abury ist weit mehr als ein Taschen- und Accessoire-Label: Dahinter steckt auch eine Foundation, die Bildungsprojekte unterstützt, interkulturellen Austausch fördert und jährlich ein Stipendium an einen Designer vergibt. Mit „One of a Mind“ hat Andrea Bury außerdem ein Blogazine kreiert, das spannende Geschichten von Menschen, Plätzen und Produkten aus aller Welt erzählt.

Was waren 2011 deine Beweggründe, Abury ins Leben zu rufen?

Ich habe damals in Marrakesch gelebt und mein Haus gemeinsam mit einheimischen Arbeitern umgebaut. Fasziniert von ihrer Handwerkskunst habe ich begonnen, alte handbestickte Taschen zu sammeln, die heutzutage so kaum mehr hergestellt werden. Mit jeder Tasche erfuhr ich mehr über die schwierigen Umstände: Auch in Dritte-Welt-Ländern wird vieles bereits aus China importiert, dadurch fallen die Preise, und das Handwerk vor Ort stirbt langsam aus. Da ist die Idee entstanden, eine Plattform zu erschaffen, die den Menschen hilft, ihre Produkte zu modernisieren, um damit wieder Geld verdienen zu können.

Dafür hast du den „Abury Circle of Design“ entwickelt?

Richtig. Über die „Design Experience“ bringen wir die besten Kreativtalente auf der Welt zusammen – auf der traditionellen Handwerksseite und ambitionierte Modemacher. Wir geben den Designern



Andrea Bury ist eine erfahrene Marketingexpertin, Storyteller und Social Entrepreneur. Im Atlasgebirge gründete sie die Abury Foundation Schule für Frauen und Kinder

ein Reise- und Produktionsbudget, mit dem sie zwei bis drei Monate in ein Land gehen und dort mit den Menschen leben und arbeiten können. Sie geben Workshops und kreieren vor Ort eine Capsule-Kollektion. Bei der letzten Ausschreibung haben sich Designer aus 35 Nationen beworben. Darunter waren Absolventen der namhaftesten Fashion-Universitäten der Welt, wie dem Central St. Martins in London, der Parsons Design School in New York und viele mehr. Uns hat das gezeigt, dass wir mit dieser Herangehensweise an Mode einen Nerv getroffen haben.

Was passiert mit den Entwürfen, wenn die Designer nach Hause zurückkehren?

Die Kollektionen werden von uns vermarktet und von Deutschland aus verkauft. 50 Prozent der Profite gehen über die Abury Foundation zurück in die Herkunftsländer. Dort werden sie in Sozialprojekte reinvestiert. Die Menschen bekommen also nicht nur angemessene Löhne für ihre aufwendige Arbeit, sondern können auch selbst dafür sorgen, dass ihre Familien in eine positive Zukunft blicken.

Welche Projekte unterstützt die Abury Foundation?

Die Stiftung ist der gemeinnützige Arm, der zum Beispiel Bildungsprojekte umsetzt. Wir haben in Marokko seit drei Jahren eine Schule, die von rund 40 Frauen und 60 Kindern besucht wird. Außerdem haben wir das Projekt portraid.org ins Leben gerufen. Darin geht es um Augenoperationen für alte Kunsthandwerker. Auch ein Flüchtlingsprojekt werden wir in Kürze angehen.

Was können wir von anderen Kulturen und Völkern lernen?

Wo soll ich da anfangen? Gastfreundschaft, Offenheit, Familiensinn, Respekt gegenüber Fremden, Verlässlichkeit ... All das ist mir in fremden Kulturen sehr häufig begegnet. Das verändert natürlich auch den Blick auf die eigene Kultur und hat dazu geführt, dass auch ich mich stärker selbst hinterfragt habe.

Was ist dein nächster Schritt?

Dieses Jahr schicken wir einen Designer nach Äthiopien. Eine neue Kultur für uns – sehr spannend. Unser langfristiges Ziel: „Making it fashionable to care“. **•**
Mehr Infos unter www.abury.net