

SOMMER  
2011  
30. JAHRGANG  
€ 3,50

# JOURNAL

MÜNCHEN

LEBEN · LEUTE · LIFESTYLE

SOMMER 2011

**Sommer  
satt!**

München als  
Eis-Eldorado

**REISETIPPS**

TECHNIK FÜR DEN  
TRAUMURLAUB

**ABENTEUER LUXUS:**

KREUZFAHRT PER SEGELSCHIFF

TITELSTORY:

**Trendportrait: Go Green!**

Wie sich München eine grüne Zukunft schafft



# Green Products

Rund 1,8 Millionen Menschen arbeiten derzeit in Deutschland in der Umweltbranche, laut Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Das sind weit mehr als etwa für die Auto-Industrie tätig sind. Für Verbraucher macht sich der Trend hin zur grünen Wirtschaft vor allem bei den Alltagsprodukten bemerkbar, die statt mit den Schlagwörtern „super“ und „neu“ nun mit den neuen Lieblingen der Werbesprache „Nachhaltigkeit“, „umweltschonend“ und „Bio“ prahlen. Welche Produkte aber noch weit mehr bieten, als „nur“ umweltfreundlich produziert zu sein, zeigen wir Ihnen hier.



**SLOGGI** Triumph International unterstützt gemeinsam mit dem italienischen Materialhersteller Eurojersey eine tolle Umweltinitiative: Mit jedem Meter „Sensitive“-Stoff, den Untermarke „Sloggi“ für die Sommerkollektion 2011 verbraucht, wird mittels Eurojersey-Spenden an den „World Land Trust“ ein Meter Regenwald im Yaboti Biosphärenreservat in Argentinien gerettet. „Grey Jungle“-Bikini-Kollektion 2011 (Höschen ab 20 Euro, Oberteil ab 23 Euro).



**L'ORÉAL PROFESSIONNEL** pflanzt für jeden Kauf eines Produkts der neuen „Série nature“ (eine mit „Ecocert“ und „Cosmébio“ zertifizierte Haarpflege-Linie ohne Silikone, Parabene, mit natürlichen Inhaltsstoffen und in zu 100 Prozent recycelbaren Flaschen, ab 9 Euro) gemeinsam mit „Plant-for-the-Planet“ jeweils einen Baum. Damit lassen sich rund sechs Kilogramm CO<sup>2</sup> täglich binden – sechsmal so viel wie ein Mensch durchschnittlich produziert oder knapp halb so viel wie bei einer 50-km-Autofahrt ausgestoßen wird.

**UNIQUE NATURE** Durch die ganze Stadt bis zur Boutique eines Bio-labels zu fahren, das muss nicht sein. Der Online-Shop Unique Nature vereint viele designorientierte Mode-, Accessoires- und Möbelmarken mit ökologischem Hintergrund und hohen Ethikwerten und liefert bequem nach Hause. Kleid von Stewart + Brown (um 189 Euro), Ivy Clutch von Reveal aus recyceltem Satin (um 49 Euro), beides über [www.unique-nature.com](http://www.unique-nature.com).



**DORISSIMA ORGANIC ALPS** Doris Brugger verknüpft in ihrer neuen Spa-Linie „Dorissima“ reinste Naturbelassenheit mit Spiritualität, Sinnlichkeit und puristischem Luxus. Das begeisterte auch den Bayerischen Hof – dort gibt es das Dorissima-Konzept in zwei extra angefertigten Räumen als Treatments im „Blu Spa“.



„Entspannung und ganz man selbst zu sein, das ist mein Inbegriff von Luxus.“ – Doris Brugger

**STROMWERK** Handys, MP3-Player, Navis & Co. brauchen Strom – zwar nicht viel (für einmal Aufladen rund 3 Wattstunden), aber warum den vom heimischen Stromnetz zapfen, wenn es doch viel natürlicher geht: Die Solartaschen von Stromwerk aus LKW-Planen sorgen dank der Solarzellen für eine mobile Stromtankstelle. Messenger-Bag „Tera“ um 185 Euro.



Sind nie mit leeren Akkus unterwegs: Stromwerk-Gründer Rudolf Schuler und Martina Schuler-Zölzer

