

Saksa kevad esitleb

Näitus / pop-up shop:  
mood ja mõnda  
Eestist ning Saksamaalt

# Disain, loomulikult!



ALINASCHUERFELD

Alma & Lovis

Anne Gorke

Anniko Laigo

Birgit Skolimowski

deepmello

EKN Footwear

Erkki Engso

HULA

Isabelle de Hillerin

Karl Annus

kelpman textile

Maarja Naan

Reet Aus

SEY Jeans

4.–13.05.2012

Pood: "Disain, loomulikult!"  
Mood ja mõnda Eestist  
ning Saksamaalt

Iida galeriis Suur-Karja 2, Tallinn

Avatud:  
E–R 11–18, L 11–17, P 11–15

---

04.05.2012

Kell 14–18.30 Seminar:  
"Jätkusuutlik disain:  
ideest eduka tooteni"

Iida Galerii II Korrus,  
Suur-Karja 2, Tallinn  
Eelregistreerimine,  
osalemistasu 5€

---

05.05.2012

Kell 14 vestlus jätkusuutliku disaini  
teemal. Vestluses osalevad Selma  
Yasdut ja Sabine Lydia Müller  
Sey-Fashionist Saksamaalt ning  
Reet Aus Eestist.

Café D, Apollo Raamatupood  
& Kehrwieideri Kohvik  
Solarise Keskuses,  
Estonia pst. 9, Tallinn

# Eessõna

Kogu maailmas on Goethe Instituudi nüüdishetke töös muu hulgas temaatilisteks raskuspunktideks *kultuur ja kliima*. Eestis toome projektiga *Disain, loomulikult!* esile jätkusuutlikkuse aspekti ja ühtaegu valgustame tähtsat loomemajanduse valdkonda Saksamaal ja Eestis.

Kaugeltki mitte viimases järjekorras andsid selleks tõe Eesti valitsuse initsiatiivid, kes näeb oma strateegilistes põhijoontes kultuuri- ja loomemajandust olulise faktorina kultuuri ja majanduse jätkusuutlikuks arenguks.

Koostöös Eesti Disainikeskuse ja Loov Eestiga tutvustame 3.–13. maini 2012 ühes Tallinna *pop-up*-poes saksa ja eesti disainereid. Seda saadavad ettekanded, esitlused ja erialased diskussioonid.

Arusaamisel jätkusuutlikkuse mõistest juhindume tuntud kolme samba mudelist, kirjeldame seda ökoloogiliselt, majanduslikult ja sotsiaalselt ning tuletame sellest nõudmised osalevatele disaineritele.

Ökoloogiliselt – kasutatud materjalid rajanevad loodussäästlikul viljelusel ja tootmisviisidel, mis arvestavad

ökoloogia ja keskkonnakaitse tödesid.

Majanduslikult – ideaaljuhul asub materjal pidevalt uuenevas elutsüklis, kas orgaanilises või tehnilises ringluses (*recycling, upcycling*).

Sotsiaalselt – tootmisprotsess järgib sellised eetilisi aspekte nagu inimväärsed töötingimused, õiglased palgad ja tootjahinnad (*fair trade*).

Innovatiivselt – tooted esindavad tänapäeva disaini, tootmises võetakse kasutusele uusi tehnoloogiaid ja funktsioone.

Neile kriteeriumidele vastavalt tegid kuraatorid Magdalena Schaffrin ja Maarja Tali valiku kõige uuenduslikumate kaubamärkide hulgast Saksamaal ja Eestis. Minu tänu kuulub nende innukusele ja abile projekti elluviimisel.

*Dr. Ralf Eppeneder*  
*Juhataja*  
*Goethe-Institut Estland*

# Mood ja kestlikkus ei ole vastuolus



*Moodi on nähtud rohelise ja säästliku mõtteviisi vastandina. Missugune on rohelise moelooje filosoofia?*

Muidugi võib moodi ja säästlikkust esmapilgul näha suures kontrastis. Ent kui vaadata meie rolli lähemalt, siis ei asetsegi need kaks teineteisest nii kaugel. Mood paelub inimesi ja jõuab väga kiiresti paljude inimesteni korraga, võtab ruttu omaks ühiskonna trendid, näitab ühiskonnas toimuvaid liikumisi ning on ühiskonnaga pidevas interaktsioonis. Praegu on alanud liikumine, mis peegeldab paljude inimeste tunnet, et tarbimisele orienteeritud maailm ei pruugi tulevikku silmas pidades olla parim lahendus ega anna elule ka suurt mõtet. Need inimesed otsivad glamuurse fassaadi tagant väärtusi, otsivad tõelist luksust. Siin on väga tähtis kvaliteet, mis on oluline osa ka kestlikust mõtteviisist. Kui mingi toode on valmistatud halva kvaliteediga, ei pea see kaua vastu ega saa seetõttu olla kestlik. Teine oluline aspekt puudutab inimeste heaolu ja puhast südametunnistust. "Paremate" toodete tarbimine paneb sind ka tooteid endid enam nautima. Kolmas aspekt on iseendale head tegemine. Ökoloogiliste toodete tarbimine on enamasti tervisele kasulikum kui tavatoodete tarbimine. Kestlikkust propageerivas liikumises on veel

mitmesuguseid aspekte, kuid äsjamainitud on minu arvates kõige olulisemad.

### *Mis teeb roheline moelooje unikaalseks?*

Minu arvates eelkõige roheliste moeloojate arusaam kestlikkusest. Et nende töö aluseks on säästlik mõtteviis ning nad loovad oma tooteid sellelt aluselt, annab roheline moelooje võrreldes "tavalise" moega lisaväärtust.

### *Kas see on Saksamaal populaarne?*

Jah, Saksamaal on meil üsna pikk roheline moe ajalugu. Mõned selle valdkonna tuntumad kaubamärgid on loodud juba 1970. ja 1980. aastatel. Nende kaubamärkide loojad on teinud palju tööd standardite ja sertifitseerimise vallas, see on aluspõhi, millelt uus moeloojate põlvkond saab hakata oma tööd tegema. Nüüd on neil võimalus keskenduda oma kollektsioonide disainile ja moeturundusele. Mainitud aluse ja eeltööta ei saaks me praegu küsida kangamessil ökoloogilise sertifikaadiga kangaid. See teeb uuele moeloojate põlvkonnale lihtsamaks keskenduda ennekõike moele ja mitte niivõrd kestlikkusele, kuna viimane on nende jaoks muutumas iseenesestmõistetavaks.

### *Mis on selle tulevik?*

Minu arvates on kestlikkus ka laiemas mõttes meie tulevik, see lihtsalt peab nii olema. Me seisame praegu silmitsi väga suurte väljakutsetega, mis meil tulevikus ees seisavad, ja säästlik mõtteviis aitab neid probleeme lahendada. Üha enam inimesi mõistab seda ja teeb selle nimel tööd. Kuigi roheline mood on endiselt väga väike osa turust, kasvab see kiiresti. Luuakse üha uusi kaubamärke, üha enam firmasid kaasab loodussäästlikkuse oma asutuse strateegiasse. Ma usun, et standardid, millest me kõneleme praegu kui kestlikest, saavad kunagi lihtsalt tavalisteks.

*Magdalena Schaffrinit  
intervjueeris Liisi Poll  
Inglise keelest tõlkis  
Maarja Kaaristo*

# Maarja Tali

kuraator

Maarja Tali on kümmeaastat töötanud moeajakirjanikuna televisioonis ja kirjutavas meedias, korraldanud moeüritusi ja loonud Eesti esimese moe PR ettevõtte. Praegu on Maarja Tallinna vanalinnas asuva Arteljee Rätsepatoa stilist ja disainer. Arteljees valmistatakse rätsepatööna rõivaid nii meestele kui naistele ning valmib väike kolleksioon naiste- ja lasteriided, aksessuaare ning sisustustekstiile.

*"Eestlasele on alati olnud omane mõõdukus, säästlikkus ja vastutustundlik suhtumine end ümbritsevasse. Seda enne, kui hakkasime mängima "mängu" kellel on surres rohkem (odavaid) asju. Seepärast ei ole (peale mõiste enda) jätkusuutlikkus tegelikult midagi uut ega võõrast.*

*Minu jaoks ongi jätkusuutlikkus rõiva- ning tekstiilidisainis paljuski juurte juurde tagasi minek. Tehnoloogiad ja materjalid mida oskasid ja kasutasid meie esivanemad on osutunud paremateks (meile ja meid ümbritsevale keskkonnale) kui vahepealne progress. Ainult, et tänaseks on peaaegu kadunud võimalused nende põhimõtete*

*järgi Eestis toota. Disaineril, kes on teinud valiku, on täna oluline olla lisaks mõttemallide muutmisele ka aktiivne osa koostöös, et kaardistada, omandada ja edasi anda meistritl meistrile antud meetodikad ning neid kasutades edasi arendada ja täiustada.*

*Tunnen uhkust, et olen saanud osa leda ettevõtmises, mis just selliseid Eesti disainereid- erilisi inimesi ja loojaid- esile tõstab, julgustab ja seeläbi nende püüdlusi toetab!"*



# Magdalena Schaffrin

kuraator

*"Luksus seostub kvaliteedi ja ajaga. Luksuse aluseks on hea kvaliteet. Luksus on see, kui sul on aega. Aega on tarvis jätkusuutlike toodete arendamiseks ja nende nautimiseks. Luksus tähendab kogeda erakordselt head kvaliteeti ning saada lisakasu."*

Kui Magdalena Schaffrin oli lõpetanud oma moedisaainiõpingud Berliini Kunstide Ülikoolis, ei tahtnud ta loobuda ei kõrgekvaliteetseist peenest kangaist ega jätkusuutlikest tootmismeetodeist ning defineeris luksuse mõiste enda jaoks uuesti selliste omadustega nagu kvaliteet, kiiruse mahavõtmine ja jätkusuutlikkus. 2007. aastal rajas ta kaubamärgi \*Magdalena Schaffrin, mille jaoks kavandas kuni 2010. aastani ökoloogilistest materjalidest valmistatud ajatuid meeste- ja naistekolleksioone. Tänu sellele tööle süvenes ta tõsiselt ainesse ja omandas laialdased teadmised jätkusuutlikest tekstiiltoodetest, sertifitseerimisest ja tootmismeetodeist, millest ta vaba dotsendina peab tänini loenguid Meediadisaini Kõrgkoolis Berliinis. Vajadusest näidata oma moodi sobivas keskkonnas sündis

idee *GREENshowroom*'i loomiseks, mille kaasrajajaks Magdalena Schaffrin oli 2009. aastal ning mille teostamise ja korralduse eest ta tänini vastutab. Sellal kui *GREENshowroom* esitab *Berlin Fashion Week*'i raames Berliini Adlon-hotelli stiiliküllases miljööös jätkusuutlikult toodetud *high-end-fashion*'it, aksessuaare ja *lifestyle*-tooteid, on *Ethical Fashion Show Berlin* selline kontsept, mis näitab rohelist moodi *street-fashion*'i ja *casualwear*'i valdkonnast. Frankfurdi messi korraldajate ülesandel seisab Magdalena Schaffrin hea nii *GREEN-showroom*'i kui ka *Ethical Fashion Show Berlin*'i korraldamise ja läbiviimise eest.



# ALINASCHUERFELD



[www.alinaschuerfeld.com](http://www.alinaschuerfeld.com)



Alina Schürfeld rajas oma-  
nimelise tootemargi 2009. aastal  
Hamburgi Veddelis. Algselt pakuti  
eksklusiivset valikut meestekingi –  
praeguseks tunnevad sellest uuest  
kingakeelest rõõmu ka naised.

#### ALINASCHUERFELD –

see tähendab luksuslikke nahk-  
tooteid, mille fookuses on  
kingad ja käekotid. Disaini-DNA:  
selged jooned, mis ilmutavad  
sujuvat üleminekut ajavaimu ja  
ajatuse vahel, subtiilsed detailid  
ja provotseeriv materjalide  
segu. Toodetakse Itaalia  
manufaktuurides käsitööna  
traditsioonilise kingakunsti vaimus.  
Kaubamärgi isikupära tugineb  
töelistele väärtustele, visionäär-  
sele mõtlemisele ja autentsusele.  
Alina Schürfeldi pidevat püüdust  
iseloomustab selliste kingade  
ja käekottide arendamine, mis  
on ühtviisi vastavuses kesk-  
konnasõbralike, eetiliste ja ka  
esteetiliste kriteeriumidega.  
Kasutatakse eranditult taimselt ja  
keskkonnasäästlikult pargitud  
nahka ning biosertifikaadiga  
lõhenahka. See on omaette  
kingaklass, mis kõnetab vabasid  
vaime nii meeste kui naiste hulgas.

2011 sai ALINASCHUERFELD *Bunte  
Fashion new faces award*'i parima  
aksessuaar-kaubamärgina.

2012 avas ta esimese esinduspoe  
Hamburg-Eppendorfis.



# Alma & Lovis



[www.almalovis.de](http://www.almalovis.de)

## FAIR GARMENTS

Ökomoe kaubamärk "Alma ja Lovis" rajati 2010. aastal sooviga luua sümbioos moe ja jätkusuutlikkuse vahel. Lisaks panustab kaubamärk teadlikult looduslikele *premium*-materjalidele nagu biopuu vill, biolina, kanep, siid ja vill, tehes seda GOTSi ja teiste tunnustatud ökosertifikaatide põhjal. Kõik artiklid valmistatakse ausaid töötingimusi järgides, suurem osa kollektsioonist on kohalik Saksamaa toodang.

Disaineritel on rohkem kui 20-aastane ametikogemus nii looduskangast valmistatud kui ka tavapärase rõivastega. Sel taustal on "Alma ja Lovise" ümber koondunud disainerid võtnud sihiks luua individuaalset moodi naistele, kes tahavad end oma nahas ja riietuses hästi tunda. Kaubamärk spetsialiseerub kõrgväärtuslikule daamimoele ja aksessuaaridele kangaste, *jersey* ja kudumite vallas. Ajatud lõiked ja suur armastus detaili vastu annavad kollektsioonile trendikalt sundimatu ja lihtsa stiili. Eksklusiivsed fototrükid, kus koos töötavad kunst ja mood, rõhutavad erilist *look*'i.



# Anne Gorke



[www.annegorke.com](http://www.annegorke.com)

## *DISTINCT ORGANIC LUXURY*

Anne Gorke esindab selgeid jooni ja vaoshoitud elegantsi, mis on teostatud kõrgeimatele nõuetele vastavate ökoloogiliste materjalidega.

Kaubamärgi asukoht on Weimaris, *Bauhausi* asutamise linnas, mille vaimu ja loovat energiat võib seal tajuda veel praegugi. Nii ka nende kavandite arhitektoonilises vormikeeles, milles tõlgendatakse uuesti disaini põhimõtteid eneseteadliku elegantse naiselikkuse taustal.

Anne Gorke töötab eranditult kõige peenemate ökoloogiliste kangastega ja tooted valmivad täielikult Saksamaal.



# Annike Laigo



[www.annikelaigo.ee](http://www.annikelaigo.ee)

Mooki on värske vaibatootmisele spetsialiseerunud ettevõtte, mille asutamise tingis vajadus säilitada traditsioone, tootes ja müües käsitöövaipu. Meie eesmärk on olla kaasaegselt klassikaline, esteetiliselt jätkusuutlik ja kvaliteedilt vastupidav. Kombineerime oma vaipades retrohõngu ja moodsaid noote ning kasutame jätkusuutlikke materjale, mis on ennast ajas tõestanud. Vaibad on kootud kangastelgedel käsitsi, kasutades klassikalisi vaibakudumisvõtteid ja -traditsioone. Mooki esimese kollektiooni põhilise osa moodustavad erinevates värvi-, koe- ja materjalikombinatsioonides silesidusvaibad. Kollektiooni põhjaks on igihaljad lahendused, millele oleme täienduseks loonud originaalsed Mooki mudelid. Esindatud on nii klassikalised naturaalsed toonid kui ka rõõmsad, erksad värvikombinatsioonid. Uudsed on mahulised villased bukleevaibad.



# Birgit Skolimowski





Olen ehtekunstnik. Mind inspireerivad materjalid. Märkan neid igal sammul, kus parasjagu viibin. Pole oluline, kas kõnnin tänaval või metsas. Jalutan lapsega, teen süüa või vaatan filmi. Mind kõnetavad ajaga asjad, looga materjalid. Armastan mängida erinevate materjalidega, olgu nendeks kivid, puud, igasugu tükikesed ja killukesed, mis iganes leidobjektid. Materjal on minu jaoks nagu kirjaniku jaoks sõnad. Neid omavahel liites tekivad lood ehk ehted, igaüks neist peidab endas midagi ka minust enesest.

On vaja hetke, kus peas liikuvad mõtted ja õige materjal kokku sobivad, siis saabki ehe vormi ja kuju. Armastan mõelda, et ehte materjalil on oma jõud ja lisan omalt poolt ka jõu, millega ta tehtud on. Need talletuvad ehtesse ja annavad selle jõu kandjale edasi. Edasi talletab ehe omakorda kandja kogetud hetked. Tore oleks, kui see juhtuks põlvest põlve. Väärtus ja tema lugu aina kasvab. Püüan hetke ehtesse, kas või tükikese.

Annan elu täiesti tühiselt tunduvale asjale. Ajaga võib eseme vorm või kuju muutuda näiteks lusikast medaljoniks, sõrmusest mansetinööbiks. Või nii, nagu olen teinud kasekoorega oma viimastes töödes. Metsas tunduks

see kasekoor ühena paljude seast. Tuues ta aga teise keskkonda ning luues temast uued asjad – äratan ta justkui uuesti ellu. Usun, et meie ümber on palju unustatud esemeid või justkui väärtusetuna tunduvat materjali, mida üles korjates ning armastusega käsitledes on võimalik luua midagi täiesti uut.



# deepmello



[www.rooters-company.de](http://www.rooters-company.de)

*deepmello* esindab ainulaadsust, kvaliteeti ja erilisi tooteid, mis ei kaunista meid ainult riietusena, vaid mõjuvad hästi ka ümbritsevale keskkonnale.

*deepmello* taha jääb idee parkida nahka rabarberijuure ekstraktidega. Selle menetluse arendasid välja kaubamärgi loojad ise. Kogu rabarberinaha tootmisprotsess toimub 100% Saksamaal.

Kollektsioonid veenavad minimalistliku ja lihtsa vormikeelega ning läbimõeldud funktsionaalsusega. Jätkusuutlike materjalide kasutamisega saavutatakse huvitav mitmekesisus üksikute mudelite spektris. Moe vallas tehakse rabarberinahast koos õilsate materjalidega, nagu näiteks bio-siid, kleite, seelikuid, jakke, pluuse ja pükse. Aksessuaaride vallas pakub *deepmello* alates *Big Business Shopper*'ist kuni *iPad Cases*'te ja kingadeni kõike seda, mis paneb moetundliku südame kiiremini lööma.

*deepmello* kollektsioonid sünnivad koostöös erinevate disaineritega, kes töötavad vaimustunult rabarberinahaga ning arvavad, et põnev on arendada moetooteid koostöös teadlastega.



# EKN Footwear



[www.eknfootwear.com](http://www.eknfootwear.com)

Disaininud endine *Adidas Originals*'i disainer Sheldon McKenzie. ekn (foneetiliselt i'kin) tähendab vanas osmanite ja tänapäeva türki keeles seemet. Võrdsuse, vabaduse ja vendluse ideid kandvad ekn'i jalanõud on otsekui selle isikliku vahetu vastutuse seeme, mis on igal inimesel maailma ees. Nii kutsumegi me üles: "Ole seeme." Soovime olla tiptasemel ökojalanõude bränd ja teeme võtmeturgudel koostööd tuntud inimestega, nagu näiteks Saksamaal Max Herre, kes on ka ekn'i jalanõude signatuurmudeli paari omanik.

Ostjad saavad valida kuue erineva tallavärviga mudelite vahel.

## TOOTED

Kuna oleme ise kingseppade perest pärit, on meie eesmärgiks kvaliteet:

- kõik jalanõud on valmistatud käsitsi Portugalis;
- kõik aksessuaarid on valmistatud käsitsi Saksamaal.

Me kasutame keskkonnateadlikke materjale:

- 100% ehtsad ja kroovivabad taimparknahad Portugalist ja Saksamaalt;
- tallad ja paelad on valmistatud looduslikest materjalidest;
- orgaaniline puuvill / purjeriie;

- kingakarbid on valmistatud taaskasutatud materjalidest;
- transport: lühikesed vahemaad, süsinikneutraalne.

Tootmine:

- Portugalis ja Saksamaal;
- mõistliku pikkusega vahetused;
- ei kasutata lapstööjõudu;
- diskrimineerimisvaba töökeskkond;
- turvaline ja hügieeninõuetele vastav töökeskkond;
- reguleeritud töösuhe.

## PIIRATUD VÄLJALASE

Igalt poolt meie kaupa osta või isegi tellida ei saa. See tuleb ära teenida. Tutvunud meie tähelepanuväärsete sotsiaalsete ja ökoloogiliste kontseptsioonidega, võid internetipoes valida välja mõne Euroopa linna, kust oma kaup kätte saada (Berliinis näiteks Prinzessinnengarten). Ootame, et veedad kaupluses aega ning tutvud meie kontseptsiooniga. Teatud protsent toodete hinnast lähebki kontseptsiooni arendamiseks.

# Erkki Engso



[www.engso.ee](http://www.engso.ee)

ENGSO

TEE SEDA

Tee tihedalt  
Tee parajalt  
Tee õigesti

TUNNETA SEDA

Tunneta heli  
Tunneta ennast  
Tunneta sidet

KASUTA SEDA

Kasuta praegu  
Kasuta meiega  
Kasuta loodust

HOIA SEDA

Hoia väikest  
Hoia tugevalt  
Hoia seda kõike

See kõik on Sinu

Tee seda Iseendale  
teiste tarvis

ENGSO



# HULA



[www.hula.ee](http://www.hula.ee)



HULA on EKA Moedisaini osakonna kaubamärk, mis loodi 2002. aastal nelja üliõpilase magistritööna. Selle brändi projektidesse on sisse kodeeritud pidev areng, sest iga hooaja kaupu disainivad eri kursuste moetudengid.

HULA teeb Eetilist Eesti moodi, otsib põnevaid sotsiaalseid teemasid ja taaskasutab mitmesuguseid materjale, luues nendest nipikaid disainilahendusi. Punase niidina läbib kollektsoone teadmine – iga uue rõivaeseme tekkimine maailma peab olema igati põhjendatud ja läbi mõeldud.



# Isabelle de Hillerin



[www.isabelledehillerin.com](http://www.isabelledehillerin.com)

Isabelle de Hillerin lõi omanimelise moekaubamärgi 2009. aastal Berliinis. See ühendab voogavaid vorme ja silmatorkavaid löikeid traditsiooniliste rumeenia kangastega, mis tehtud käsitsi.

Isabelle de Hillerin'i kaubamärk esindab elegantsi ja ebatavalisi löikeid, millest õhkub möödunud aegade traditsiooni. Koostöös väikeste Rumeenia käsitöötetevõtetega püüab moekujundaja taaslustada kohapealset klassikalist tekstiilikäsitööd. Tema loomingule annavad omapära äravahetamatud käsitsi kootud kangad, Isabelle de Hillerini sihiks on toetada oma moega veel allesjäänud rumeenia kudumiskunsti meistreid. Tema looming annab traditsioonidele uut moodi tõlgenduse ning seob need kaasaegse disainiga, lootuses leida sellega vastukaalu praegusele kultuurikaole.



# Karl Annus



[www.karl.ee](http://www.karl.ee)

Ta on ehe ja eriline. Pilkupüüdev ja päris. Kandja- ja keskkonnasõbralik. Tegelikult on neid suisa paar. Või rohkemgi. Ja sellised Karlid on vaid Sinul.

Karl on jätkusuutlikku disaini viljelev prillibränd, kus iga prillipaar on loodud meister Karl Annuse poolt tellijale isiklikult, tema stiili, eripära ja eluviise arvestades. Kõik prilliraamid valmivad käsitööna naturaalsest puidust ja värvaineid kasutamata. Kerged, karged ja ajatult ilusad, kannavad Karli prillid endas ideed unikaalsest ja säästvast disainist.

2012. aasta sügisel esitleb Karl oma esimest *prêt-à-porter*-kolleksiooni, mis tähendab, et peagi saab valitud müügikohtadest osta ka valmisprille.

Karl Annus on noor Eesti disainer, kes on lõpetanud Tartu Kõrgema Kunstikooli ning jätkab hetkel õpinguid Eesti Kunstiakadeemia ja Tallinna Tehnikaülikooli ühises magistriõppes disaini ja tootearenduse erialal.



# kelpman textile



[www.marekelpman.eu](http://www.marekelpman.eu)

Minu tekstiilakssessuaarid on loodud erineva eesmärgiga, aga oluliseks pean lähiregioonide tootmisvõimaluste ja tooraine kasutamist. Väärtustan traditsioone ja vanu oskusi, mida kasutan uues võtmes – reserv-vanutamise, roostega värvimine, arhailiste tikandimustrite taaselusdamine laserlõikekangastes jm.

Lähtun toodete pikaajalisuse põhimõttest. Teen pigem vastupidavatest materjalidest ajatuid tooteid, millest saab pikalt rõõmu tunda. Jätkusuutlikkuse seisukohalt pean oluliseks eelkõige mõtteviisi muutmist ületootmise ja ületarbimise vähendamiseks ning lokaalse tootmise ja tooraine väärtustamist. Koos kodumaise tekstiilitööstuse hääbumisega kaovad ka unikaalsed oskused. Tekstiilitootmine on nagu leivategu, juuretise eest peab hoolt kandma. Mulle pakub huvi disainida tooteid erinevaks otstarbeks ja erinevatele sihtgruppidele. Kasutan mõnes kollektsioonis ka sünteetilisi materjale. Oleks silmakirjalik väita, et sünteesmaterjalid on muutnud meie igapäevast elu vaid halvemaks. Oluline on aga teada, mil moel materjalid on valmistatud ja mil moel taaskasutatavad.



mare kelpman tekstiilistuudio  
toodab tekstiilakssessuaare kelpman  
textile kaubamärgi all.

# Maarja Naan



[www.kikilips.ee](http://www.kikilips.ee)



Stsenograafi haridusega Maarja Naani nõrkuseks on stiilsed džentelmenid – tviidpintsakut ja perforeeritud ninaga nahkkingi kandvad härrad, kes hindavad head käsitööd, traditsioone ning unikaalsust. Kikilips on kõigi nende väärtuste sümbol.

Kollektsioon seotavaid, erineva lõike, kuju ning suurusega kikisid on valmistatud käsitööna rõivatööstuse jääkidest, vintaaž- ning orgaanilistest kangastest, mis saavad disaineri käe läbi uue elu. Kõik Maarja Naani kikilipsud on ainulaadsed autorieksemplarid.



# Reet Aus



[www.reetaus.com](http://www.reetaus.com)

Autorikolleksioon Reet Aus on sündinud 7 aastat tagasi soovist leida lahendusi moetööstuse keskkonnaprobleemidele.

Praeguseks on disaineri looming keskendunud väärtustavale taaskasutusele (*upcycling*), kuna tegemist on väikseimat keskkonnamõju omava meetodiga.

Kolleksioonis kasutatud materjalid on teiste ettevõtete ülejäägid, väärtustav taaskasutus hoiab ära nende prügmäele sattumise.

Samuti on oluline lokaalne tootmine, et tagada tootmisahela läbipaistvus, ning teadmine, et kõik Reet Ausi tooted on tagastatavad ja jätkuvalt taaskasutatavad.



# SEY Jeans



[www.sey-fashion.com](http://www.sey-fashion.com)

SEY®-Premium teksa-kaubamärk panustab ökoloogilis-eetiliselt korrektsele *sophisticated style*'ile.

*Organic-jeans-label SEY®* esindab nõudliku ja moeteadliku tänapäeva naise vitalset elutunnet. GOTSi sertifikaadiga puuvillast valmistatud stiilsed teksad on peaaegu vabad kemikaalidest. Kombineerituna perfektse jalasistumisega on SEY-teksad väga mugavad kanda ja lubavad stiilikindlat ülesastumist, olles ka igati naiselikud.

Brändilubaduse enese taga seisab noor bränd, mida esmakordselt esitleti 2009. aasta jaanuaris. Stiilsed daamiteksad on mõeldud moeteadlikele ja nõudlikele naistele, kes väärtustavad trendikaid malle, jätkusuutlikkust ja kandmismugavust ning seda, et teksad täiuslikult jalas istuksid. Selma Yasdut, kellel on aastatepikkune kogemus (muuhulgas mitu kuud Hiinas) tootearendamises, kvaliteedi- ja tootmiskontrollis nimekate rõivatootjate juures nii kodu- kui välismaal, ei järgi *Premium organic brand*'i turuletoomisega ainult oma isiklikku vastutustunnet, vaid ka tema kliendid pooldavad teadlikku tarbimist ja elutervet jätkusuutlikku elustiili, pidamata seejuures loobuma moest ja esmaklassilisusest.



# Kataloog

## VÄLJAANDJA

Goethe-Institut Estland  
Suurtüki 4B  
10133 Tallinn, Eesti  
+372 627 6960  
info@tallinn.goethe.org

## KOOSTAJA

Susan Lahesalu

## TÕLKIJAD

Mati Sirkel  
Maarja Kaaristo

## KEELETOIMETAJA

Tiia-Ann Lias

## GRAAFILINE DISAIN

Kaarel Nõmmik

## TRÜKK

Print 24

## PROJEKTIJUHTIMINE

Goethe-Institut Estland:  
Dr. Ralf Eppeneder,  
Susan Lahesalu,  
Ingre Riismann

## Eesti Disainikeskus:

Sirli Nõmm, Maris Takk

## Loov Eesti:

Eva Leemet, Helen Unt

# Pood

## ADDRESS

Iida Galerii  
Suur-Karja 2  
10140 Tallinn, Eesti  
+372 64 11 077

## KURAATORID

Maarja Tali  
Magdalena Schaffrin

## KUJUNDUS

KAOS Arhitektid:  
Margit Aule, Margit Argus

## TEOSTUS

Kaarel Narro

## POEASSISTENT

Carmen Kaarus

## VABATAHTLIK

Anna-Helena Saarsoo

saksakevad.ee

## Partnerid



## Sponsorid





# DEUTSCH LERNEN DEUTSCHLAND ERLEBEN

[WWW.DEUTSCH.EE](http://WWW.DEUTSCH.EE)



**GOETHE  
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.