

Heimtextil-Blognachrichten

Gast-Beitrag: Generation Y glaubt an die Macht des Individuums

Trend zu Long-lasting statt Fast-moving

Freitag, 30.11.2018

Millennials, zwischen 1980 und 2000 geboren, werden oft nicht wirklich schmeichelhafte Charaktereigenschaften attestiert: smartphonedfixiert, politisch uninteressiert und faul. Eine 2017 veröffentlichte [Studie von Morgan Stanley](#) beweist, dass Millennials die bewussteren Konsumenten sind. So kaufen sie doppelt so häufig Produkte nachhaltiger Marken wie die durchschnittliche Bevölkerung.

Das Nachhaltigkeitsportal Utopia fand ebenfalls in seiner [Studie](#) im gleichen Jahr heraus, dass Millennials unter den nachhaltigen Konsumenten ein „ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein“ haben. So betrachten sie ihr Einkaufsverhalten als politisches Manifest. 57 Prozent stimmen „voll und ganz“ zu, mit ihren Konsumententscheidungen etwas verändern zu wollen. Sie sind mehr als jede andere Altersgruppe bereit, für ihre Ethik einzustehen: Für ein Mehr an Nachhaltigkeitseigenschaften bei Produkten, geben sie gerne ein Mehr an Geld aus. Sie wünschen sich „ein gutes Leben“ zu führen und anderen keinen Schaden zuzufügen.

Langlebige Produkte schaffen Vertrauen & Loyalität

Die schwedische Regierung traf 2018 eine drastische Entscheidung gegen die Wegwerf-Ökonomie: Die Steuersätze für Reparaturen von Fahrrädern, Schuhen, Textilien und Hausgeräten wurden gesenkt. Umgerechnet 76,5 Mio. € umfasst die Steuerentlastung um 50 Prozent. Der Kauf langlebiger Produkte muss attraktiver werden. Und Hersteller entdecken dieses Potenzial wieder. Zentrale Aufgabe für alle Markenhersteller ist, Millennials zu faszinieren – in relevante Dialoge zu ziehen und gelebte Zugehörigkeit zu ermöglichen sowie sinnvolle Produkte zu kreieren. Denn sie haben viel Macht. Es liegt an ihnen zu entscheiden, wo und wofür sie Geld ausgeben. Es geht nicht darum, dass jede Designcompany gleich perfekt „öko“ sein muss. Was zählt, ist, dass Unternehmer transparent agieren und sich bemühen, sich stetig zu verbessern. Authentizität ist gefragt. Authentische Marken werden wertgeschätzt.

Dass Konsumenten heute nach neuen Standards leben, spiegelt sich in den fünf Themen des [Heimtextil Trendbuchs „Toward Utopia“](#). Mehr Infos zur Bedeutung dieser Strömungen für das Interior Design sowie die Gestaltung und den Einsatz von Textilien finden Sie auf der Heimtextil im [Trend Space, Halle 3.0](#).

Nina Jung

Generation Y glaubt an die Macht des Individuums

Links

- [Heimtextil](#)