

Heimtextil-Blognachrichten

Gast-Beitrag: Marken auf der Suche nach Sinnhaftigkeit

Wie können Unternehmen die Zukunft mitgestalten?

Mittwoch, 17.10.2018

Konsumenten werden zunehmend kritischer, was die Haltung einer Marke zu politischen und sozialen Themen betrifft. Sie fordern Glaubwürdigkeit und Engagement von den großen Playern: umweltverträgliche und faire Produktionsbedingungen, nachhaltiges Wirtschaften und Lösungsansätze für globale Probleme wie Plastikmüll oder Ressourcenverschwendung.

Mehr und mehr erkennen international agierende Unternehmen, dass sie mehr als nur cleveres Marketing benötigen, um langfristig erfolgreich zu sein. Beim World Economic Forum 2018 in Davos gaben elf globale Marken bekannt, bis spätestens 2025 ausschließlich wiederverwertbare, recycelbare oder kompostierbare Verpackungen zu verwenden. Die Marken Amcor, Ecover, Evian, L'Oréal, Mars, Marks & Spencer, PepsiCo, The Coca-Cola Company, Unilever, Walmart und Werner & Mertz repräsentieren zusammen etwa sechs Millionen Tonnen Plastik pro Jahr. Modelabels wie ASOS, H&M und Zara unterzeichneten die [Roadmap towards responsible viscose and modal fibre manufacturing](#). Ein großer Schritt, um Massenware nachhaltig zu produzieren. Sie reagieren damit unter anderem auf ein Ergebnis des Edelman Trust Barometers von 2017, nach dem 57 Prozent der Konsumenten weltweit bestimmte Produkte kaufen und andere boykottieren – abhängig vom Umgang des produzierenden Unternehmens mit seiner gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung.

Kann nachhaltiges Design die Zukunft positiv beeinflussen?

Zumindest kann nachhaltiges Agieren ein globales Chaos verzögern und gerade Designer haben Möglichkeiten, grundlegend Strukturen zu verändern. Seit über 20 Jahren existiert in Köln die [Designhochschule ‚ecosign‘](#). 45 Lehrkräfte betreuen etwa 230 Studierende der Disziplinen Kommunikations-, Produkt- und Filmdesign, Fotografie sowie Illustration. Die Studenten können ihre Schwerpunkte selbst setzen und ganz nach eigenem Credo kombinieren, was ein wenig an pädagogische Konzepte aus Skandinavien erinnert. Es entsteht ein interdisziplinäres Designstudium mit ökologischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Kenntnissen – ideale Basis für nachhaltiges Gestalten.

Förderung von Manufakturen schafft transparentere Produktketten

Die in London beheimatete [Francesca Gentili](#) setzt auf Handarbeit und Originalität. Ihre wunderschönen Teppiche sind handgewebt von traditionellen Handwerkerinnen und Handwerkern aus Indien, Marokko und Peru. Sie alle arbeiten ausschließlich mit reinen Naturprodukten und wenden Hundert Jahre alte Webtechniken an. Jedes Stück erzählt eine Geschichte und je nach Verarbeitung, dauert die Herstellung bis zu ein Jahr. [Muska](#) aus Mailand produziert in Italien und dies nur mit Partnern, die verantwortlich agieren und die nachhaltigen Produktionsstandards des Labels einhalten. Mit ausnahmslos chemiefreien Naturfasern, einem Druckprozess, welcher deutlich Tinte und etwa 50 Prozent Wasser spart, avanciert das italienische Unternehmen zu einem Vorreiter in puncto Nachhaltigkeit.

Aus diesen Bestrebungen von Unternehmen, in eine neue Zeit aufzubrechen, und vielen weiteren

spannenden Entwicklungen hat der Heimtextil Trend Table die Trends 2019/2020 abgeleitet. Unter dem Titel [„Toward Utopia“](#) beschreiben fünf Strömungen eine Welt, in der wir nach spiritueller Bestätigung und mehr Sinnhaftigkeit streben. „Wir übernehmen die Verantwortung für unser Leben und suchen nach Lebensformen, die unser Wertesystem erfüllen, auf der Suche nach einer neuen Utopie – einer Gesellschaft, die das Wohl all ihrer Bürger zum Ziel hat“, erklärt Caroline Till, Co-Founder des Studios [FranklinTill](#). Dabei bildet die Suche nach neuen Lifestyles, in denen die Themen Achtsamkeit und Nachhaltigkeit eine tragende Rolle spielen, die Herausforderung der nächsten Jahrzehnte.

Mehr dazu können Sie im [Trendbuch „Toward Utopia“ erfahren, das bereits online bestellt werden kann](#), und während der Messe im [Vortragsareal des Trend Space](#) diskutieren.

Edda Simon

Marken auf der Suche nach Sinnhaftigkeit

Links

- [Heimtextil](#)