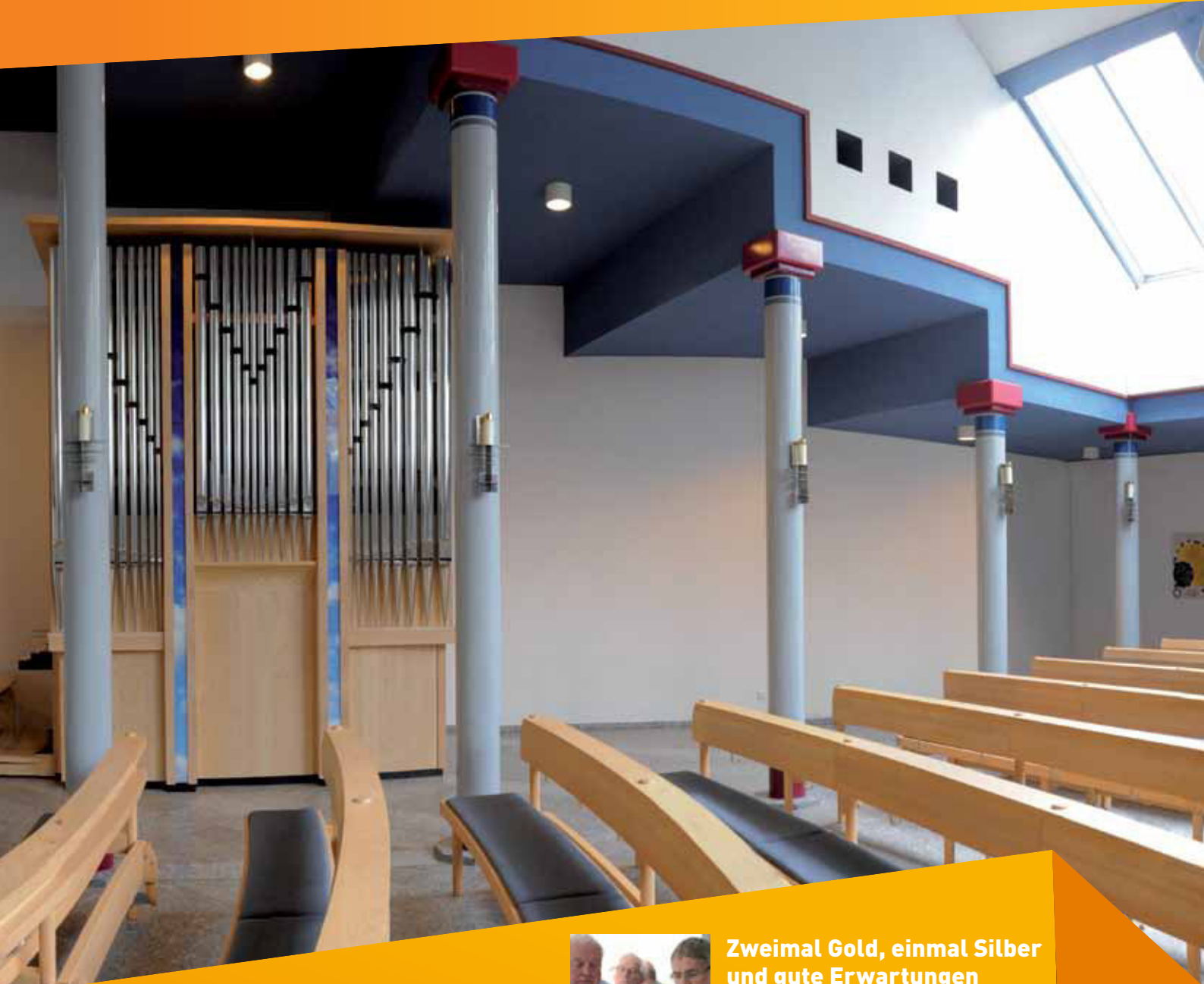


Ausgabe 6 / 2014

Perspektiven



Der Orgel die Seele einhauchen

Stockmann Orgelbau in Werl
feiert 125-jähriges Jubiläum
Mehr auf Seite 16



Zweimal Gold, einmal Silber und gute Erwartungen

Obermeistertagung und Mitgliederversammlung in Gummersbach
Mehr auf Seite 8



Wasserlacke sind nicht mehr trübe

Workshop zeigte den richtigen Einsatz der lösemittelarmen Systeme
Mehr auf Seite 28



Bild: Helmut Haybach

Nachhaltige Produkte werden immer stärker nachgefragt

Upcycling liegt im Trend

Die Möbel des Niederländers Piet Hein Eek, die er aus alten Einrichtungsgegenständen neu zusammensetzt, werden stark nachgefragt und erzielen hohe Preise.

Bio- und Fair-Trade-Lebensmittel haben schon lange Einzug in unseren Küchen gehalten. Nun klopft der Öko-Nachhaltigkeitstrend auch in punkto Einrichtung bei uns an. Ob Lebensmittel, Mode oder Wohnungseinrichtung – immer mehr Menschen wird es wichtig, nachhaltige und sozial verträgliche Produkte zu konsumieren. Berichte über miserable Arbeitsbedingungen in vielen Branchen und Katastrophen wie der Einsturz einer Textilfabrik in Bangladesch im vergangenen Jahr macht den Verbrauchern bewusst: Unser Wohlstand bedingt, dass Menschen in anderen Ländern leiden müssen.

Die „Fair-Trendstudie“ des Zukunftsinstituts Frankfurt fand 2013 unter anderem heraus, dass 47 Prozent der Deutschen sich mehr nachhaltig und sozialverträglich produzierte Mode-Waren wünschen. Der gesundheitliche Mehrwert von Produkten ist für 70 Prozent der Deutschen wichtig. 69 Prozent der Befragten wollen wissen, woher die Produkte stammen. Ebenso viele wünschen sich eine ehrliche Kommunikation. 66 Prozent der Befragten sind transparente Herstellungsbedingungen wichtig. Für die meisten Hersteller wird die Offenlegung von Produktions- und Handelsketten eine große Herausforderung sein.

Nachhaltige Entwicklung bedeutet laut dem „Rat für Nachhaltige Entwicklung“ der Bundesregierung „Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen“. Der Begriff der Nachhaltigkeit, in dem sich ökologische, ökonomische

und soziale Aspekte verbinden, gilt somit als Leitbild für eine zukunftsfähige Entwicklung der Gesellschaft: Nachhaltigkeit ist kein kurzlebiger Trend, sondern eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe.

Nachhaltige Einrichtung

Was macht nachhaltiges Möbeldesign aus? Es ist materialeffizient, energieeffizient, sozial verträglich, schadstoff- und abfallarm, ästhetisch, langlebig, Nutzungsgerecht,



Bild: René Kottmann

Der Autor René Kottmann, Inhaber der Firma Colourform, nutzt alte Skateboards und führt sie einer neuen Verwendung zu.

wirtschaftlich sowie recycling- und entsorgungsgerecht. Diesen Ansprüchen genügt beispielsweise das Prinzip „Cradle to Cradle“: Ins Deutsche übersetzt bedeutet dies „von der Wiege zur Wiege“. Dabei sollen möglichst alle Rohstoffe, die für neue Wohnaccessoires und Möbel verwendet wurden, recyclebar sein und letztlich wieder beim Ursprungshersteller landen. Eine sogenannte „zyklische Ressourcennutzung“ soll den Kreis schließen. Alle Materialien von Metall bis zu Kunststoff werden nach dem Ende ihrer ursprünglichen Verwendung wieder aufgearbeitet und für neue Produkte genutzt. In Zukunft werden die Hersteller ein Pfand- oder Belohnungssystem einführen müssen, um die produzierten Konsumgüter zurückzuerhalten.

Prinzip „Aus-alt-mach-neu“

Nachhaltiger als recycelte Möbel sind die meisten „Upcycling-Möbel“. Denn beim



Bild: Deutscher RecyclingDesignpreis

Alte Flaschen hat Daria Wartalska aus Polen nicht in den Container geworfen, sondern in dieses Service verwandelt. Damit hat sie es auf den zweiten Platz beim deutschen RecyclingDesignpreis 2013 geschafft.

Upcycling wird ein Gegenstand nicht mit hohem Energieaufwand getrennt, geschreddert oder eingeschmolzen, um einen Grundwerkstoff und ein Nebenprodukt zu erzeugen. Upcycling folgt dem Prinzip „Aus-alt-mach-neu“. Upcycling ist eigentlich nicht neu, es erlebt aber seit einigen Jahren dank cleverer Designer und Künstler eine Renaissance im hochwertigen Bereich. Der Begriff „Upcycling“ beschreibt einen Prozess, bei dem aus ausrangierten Gegenständen – manche mögen es Müll oder Schrott nennen – mit viel Kreativität und handwerkwerklichem Geschick hochwertige neue Produkte entstehen. Bei vielen Upcycling-Produkten handelt es sich um Einzelstücke, die von Kunden und anderen besonders geschätzt werden.

Stücke mit Geschichte(n)

Nicht zuletzt gelten Upcycling-Möbel als gesünder: Ausgasende Schadstoffe oder chemische Rückstände aus der Produktion haben sie zum größten Teil bereits an die Umwelt abgegeben. Die Herkunft, der ursprüngliche Einsatzzweck der Materialien und die Abnutzungsspuren erzählen authentische Geschichten und werden bei den Endprodukten hervorgehoben. Es sind gerade diese Geschichten, die Stücke oft besonders wertvoll machen. Verbraucher konsumieren immer häufiger Güter von Unternehmen, die nicht nur Waren-, sondern auch Sinnproduzenten sind. So kann das „Storytelling“ (auf Deutsch: Geschichtenerzählen) rund um nachhaltige Produkte und Marken zur Steigerung der

wahrgenommenen Qualität beitragen und einen höheren Preis zusätzlich rechtfertigen – vorausgesetzt, es handelt sich um authentische Geschichten.

Nachhaltigkeit als Lebensgefühl

Und wer sind die Konsumenten von nachhaltigen Produkten? Eine Gruppe, die auch für Tischler wichtig ist, sind die sogenannten LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability, auf Deutsch: Lebensstil der Gesundheit und Nachhaltigkeit). Laut Marktforschung machen sie einen wachsenden Anteil unter den Konsumenten aus. Die LOHAS, die zum Mittelstand gehören, verbinden Gesundheit und das eigene Wohlgefühl mit Gemeinnutz und ethischem Konsum. Das belegt eine Verbrauchermanalyse, die seit 2010 die Zielgruppe der LOHAS untersucht: 37 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren zählen heute hierzuland im weiteren Sinne zu dieser Zielgruppe. Dass Nachhaltigkeit den Alltag vieler Konsumenten prägt, zeigt sich auch daran, dass 42 Prozent der LOHAS von ökologisch und sozial verträglichen Produkten sagen, diese spiegeln ihr Lebensgefühl wider. Sie sind bereit, mehr Geld auszugeben – vorausgesetzt, der Preis ist auch gerechtfertigt – und sie erkennen den nachhaltigen Mehrwert. ■

Autor: René Kottmann

In der nächsten Ausgabe der Perspektiven berichtet René Kottmann über eine Design-Messe für nachhaltigen Konsum.



Tiefe Strukturen – spürbar und sichtbar

Feelwood - beidseitige Synchronporen-Oberflächen für Möbel und Innenausbau. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass ihre haptische Struktur spürbar und sichtbar dem optischen Verlauf der Maserung folgt und so den Eindruck von echtem Holz unterstreicht.



HolzTusche GmbH & Co. KG T +49 (0)2992 9700-0
 Unterm Ottnberg 12 F +49 (0)2992 9700-50
 34431 Marsberg info@holztusche.de

www.holztusche.de