

Natur nach Maß: Das hohe Marktpotenzial von Naturprodukten

Beigesteuert von MissSunshine

Saturday, 20. December 2008

Letzte Aktualisierung Saturday, 20. December 2008

Natur und Naturprodukte sind in der heutigen Zeit ein großes Thema – nicht nur in der Raumausstatterbranche. „Back to the roots“ das ist das Motto, unter dem Bodenbeläge, Pflegeprodukte, Textilien und auch Sonnenschutz auf ökologische Weise und mit ökologischen Materialien hergestellt werden. Für viele Menschen sind diese Bereiche (Bodenbeläge, Pflegeprodukte, Textilien und Sonnenschutz) wichtige Teilbereiche des täglichen Lebens, in denen man von Naturprodukten Gebrauch machen und auch profitieren kann. Die Statistiken zeigen, dass viele Verbraucher sich dafür interessieren, wie viel CO2 bei der Herstellung und bei dem Transport eines Artikels anfällt: Die Nachfrage nach umweltverträglichen Produkten aus nachhaltigen Materialien wie zum Beispiel Holz ist gestiegen. Außerdem fordern immer mehr Verbraucher eine CO2 Kennzeichnung, mit deren Hilfe auch eine Laie erkennen kann, wie hoch der CO2 der Ausstoß bei der Herstellung eines Produktes ist. Anderen Verbrauchern wiederum, die sich nicht für den CO2 Ausstoß interessieren, geht es ausschließlich um natürlich wirkende Optiken und um von der Natur inspirierte Strukturen. Die natürliche und einfache Schönheit der Materialien begeistert. Auch der Begriff sustainability (dt. Nachhaltigkeit) ist längst kein Fachbegriff der Sozialkunde mehr; Das Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein der Verbraucher steigt mehr und mehr. In einer Zeit wie der jetzigen, die tragbare, zukunftsorientierte Konzepte fordert, die in gleichem Maße Raum für eine nachhaltige Entwicklung von Mensch und Natur sicherstellen, haben viele Unternehmen bereits ihre Fühler in Richtung Natur-/Naturprodukte ausgestreckt. Viele weitsichtige Sonnenschutzhersteller haben den so genannten „Naturtrend“ mittlerweile erkannt und bereiten dem Klischee „öko ist gesund, aber langweilig“ ein Ende, denn mittlerweile kann man die Liebe zu Design und Luxus mit dem Umweltbewusstsein unter einen Hut bringen, denn natur und moderne Formgebung passen perfekt zusammen, wie viele Hersteller verschiedener Produkte bewiesen haben. Viele Unternehmen arbeiten daran, nachhaltige Rohstoffe zu nutzen, Emissionen zu verringern und Produkte mit langer Lebensdauer und einem minimalen Bedarf an Pflege zu gestalten. Der Genuss von Luxus ohne schlechtes Gewissen, Produkte, die in Einklang mit der Natur und dem Menschen in Einklang, das fordern viele Verbraucher von den Herstellern. Beim Sonnenschutz hat dieses Thema bereits einen hohen Stellenwert. Auf einer Messe in Paris im September diesen Jahres fielen besonders die extra breiten Holzjalousien der Firma Hotspotblinds auf, die mit Stoff oder Furnierholz verkleidet waren. Hotspotblinds, das Unternehmen aus Brandenburg, fertigt Produkte aus mehr als 300 verschiedenen Materialien, die zu etwa 80% aus natürlichen Ausgangsstoffen bestehen. Der Grundgedanke dabei war es, natürliche Ausgangsstoffe zu verwenden, die so weit wie möglich ökologisch und zukünftig auch ökologisch organisch sind. Dabei soll in Zukunft auch auf synthetische Lacke verzichtet werden, die durch organische Farben, Öle und Wachse ersetzt werden. Auch bei Firmen wie Kadeco, MHZ Hachtel oder Büscher setzt man auf Naturmaterialien wie Bambus, Baumwolle, Leinen oder Jute. Die neue MHZ Flächenvorhang Kollektion „Natur und Moderne“ soll den Verbraucher an Streifzüge draußen, an Gräser im Wind oder an Ranken im Gegenlicht erinnern. Auch die Produkte der Naturals Kollektion von Kadeco soll Wohlbefinden und Entspannung beim Verbraucher erzeugen. Der Sonnenschutzanbieter Büscher brachte ebenfalls bereits eine Bambus Kollektion mit dem Namen „Fargesia“ auf den Markt. In den nächsten Jahren wird dieser Naturtrend voraussichtlich noch an Bedeutung gewinnen.