



Medium: SAZ Magazin

Erscheinungsdatum: Nr.2 / 2009

Land: Deutschland

Druckauflage: 20.000

Thema: Timo Perschke

FORUM

den, aus welchen Substanzen diese bestehen etc. Dieser Forderung muss der qualitativ hochwertige Handel Rechnung tragen. Daher wird sich ein immer größerer Nachfragedruck nach ökologisch einwandfreien Produkten ergeben. Das betrifft aber sicherlich nicht alle Preislagen und auch nicht die Gesamtheit der Konsumenten.

Bei Vaude haben diese Werte einen or-

Hans Taubenberger
Toni Sailer Sports



Bisher wurden wir mit derartigen Nachfragen von „unseren“ Händlern noch nicht konfrontiert. Dennoch sind auch wir nicht blind oder sehen nicht, was vor allem anten und -Produkt. Wir gehen davon er Zeit alles auf reingestellt wird, was würden, sofern die . Einen Einfluss auf lting hat dies aber

Josef Haider Löffler

Das sind für Löffler keine neuen Begriffe, dies wird bei Löffler schon lange aktiv gelebt. Wir haben dies nur in der Vergangenheit nicht so beachtet. Löffler hat seinen Produktionsstandort in Österreich, und wir beschäftigen rund 200 Mitarbeiter, die Produkte herstellen, die in Österreich entwickelt und nach umweltgerechten Standards gefertigt werden. Wir produzieren einen Großteil der Stoffe selbst in unserer eigenen Strickerei und können real von „nachhaltigen Produkten und Verantwortung“ sprechen. Die Nachfrage nach Produkten aus Österreich steigt, und das Interesse der Kunden über das Herkunftsland nimmt im Zuge der Wirtschaftskrise stark zu. Auf die Kollektionsgestaltung hat das keinen Einfluss, da wir schon seit Jahren nach diesen Grundsätzen produzieren. Wir werden jedoch dieses Gedankengut künftig verstärkt in unseren Marketingbotschaften transportieren.

Christian Wander
Helly Hansen

Trend ja, wird vorwiegend von Industrie und Medienseite gepusht. Auf Handelsseite gibt es schon einige erfolgreiche Opinion-Leader, die breite Masse allerdings hat bisher noch recht verhalten reagiert. Mittelfristig führt unserer Ansicht nach kein Weg daran vorbei: Deshalb haben wir vor zwei Jahren damit begonnen, eine Eco-Linie (Ekolab) auf die Beine zu stellen, die sukzessive ausgebaut wird. Ziel ist es, mittelfristig nachhaltiges Handeln in den kompletten Unternehmensprozess zu implementieren – als Teil der Unternehmenskultur. Unser Nachhaltigkeitsansatz ist holistisch und bezieht alle Bereiche mit ein – Design, Produkt, Produktion und Logistik. Mit dem Beitritt zur Bluesign-Zertifizierung im Herbst des vergangenen Jahres wurde ein weiterer Schritt in diese Richtung getätigt.

Andrea Haselmayer-Zanier

Konzepte noch nicht in vollem Umfang durchgesetzt. Dafür muss sich der Handel öffnen und auch neue Wege beschreiten. Unsere Kollektion widmet sich zu 100% dem Thema Ökologie. Alles, was wir anbieten, ist bereits aus recycelten Materialien gefertigt und wieder recycelbar. Unsere Kollektion wird davon lediglich in ihrer Breite beeinflusst – so bieten wir zum Beispiel keine Baumwollprodukte an – nicht jedoch in Funktion oder Qualität.

Timo Perschke
Pyua



Viele Industrien versuchen, sich vom Öl zu befreien, oder sind gerade im Umbruch. Ob Windkraft, hybride Antriebskonzepte oder Gezeitenkraftwerke, Nachhaltigkeit ist bei vielen nicht nur ein populärer Begriff, sondern bereits im täglichen Leben verankert. Das Interesse des Endverbrauchers ist aus unserer Sicht bereits vorhanden, jedoch werden viele

Fred Köhlkamp
Brunotti



Für Brunotti war Ökologie, Umweltschutz und Nachhaltigkeit schon immer ein fester Bestandteil der Firmenphilosophie. In Zukunft wird der mündige Verbraucher vermehrt und selbstbewusst beim Kauf der Textilien nachfragen und Unternehmen, die sich hier verantwortungsvoll engagieren, die Treue halten und unterstützen.

Timo Perschke
Pyua



Viele Industrien versuchen, sich vom Öl zu befreien, oder sind gerade im Umbruch. Ob Windkraft, hybride Antriebskonzepte oder Gezeitenkraftwerke, Nachhaltigkeit ist bei vielen nicht nur ein populärer Begriff, sondern bereits im täglichen Leben verankert. Das Interesse des Endverbrauchers ist aus unserer Sicht bereits vorhanden, jedoch werden viele

Anja Weigel
Scott



Die Nachhaltigkeit unserer Produkte wird bei Scott groß geschrieben. Vor allem im Bereich Softgoods verwenden wir vermehrt umweltfreundliche Materialien, wie z.B. die Cocona-Gewebe und -Garne. Dabei handelt es sich um recycelte, umweltverträgliche Materialien, die aus Kokosnussschalen (Abfälle aus der Lebensmittelindustrie) hergestellt werden.

