

"Nachhaltigkeit" ist kein Marketingbegriff!

12.01.2020

The logo for Domotex, featuring the word "DOMOTEX" in white, uppercase, sans-serif font on a solid purple rectangular background.

DAS Trendthema auf der Domotex 2020, der Weltleitmesse für Teppiche und Bodenbeläge, in Hannover, lautet: Nachhaltigkeit. Aber, "Nachhaltigkeit" ist kein Marketingbegriff, sondern eine notwendige Lebensweise, die dafür sorgen soll, unseren Planeten für die zukünftigen Generationen zu schonen. Auf der Messe zeigen Unternehmen, wie der Bodenbelag von nachhaltigen Gedanken mittlerweile geprägt ist.

Leadin

DAS Trendthema auf der Domotex 2020, der Weltleitmesse für Teppiche und Bodenbeläge, in Hannover, lautet: Nachhaltigkeit. Aber, "Nachhaltigkeit" ist kein Marketingbegriff, sondern eine notwendige Lebensweise, die dafür sorgen soll, unseren Planeten für die zukünftigen Generationen zu schonen. Auf der Messe zeigen Unternehmen, wie der Bodenbelag von nachhaltigen Gedanken mittlerweile geprägt ist.

Beim Holzfußboden geht man davon aus, dass es sich um ein nachhaltiges Produkt handelt. Wobei auf der Domotex auffällt, dass viele Aussteller gerade mit dem Holz aus heimischen Regionen werben. Ein umweltschonender Gedanke, weil auf lange Transportwege verzichtet wird. Beim Designboden ist man sich schon nicht mehr ganz so sicher, ob der auch noch umweltschonend ist. Das Unternehmen Tarkett zeigt hierfür aber ein gutes Beispiel. Aus alten Windschutzscheiben wird ein neuer Bodenbelag, erklärt Christian Dörr.

O-Ton

Die Firma Freudenberg gehört nach eigenen Angaben zu den größten Wiederverwertern von PET-Getränkeflaschen in Europa - und die landen dann als Trägerschicht in neuen Teppichen, hierin wird das Garn vernäht, damit daraus ein Teppich werden kann, sagt Gerhard Stuppy.

O-Ton

Passend zur Domotex hat sich ein Startup-Unternehmen mit den Bodenbelägen der über 1.400 Ausstellern beschäftigt. Meistens sieht man an den Ständen Teppichböden. Bei Dirk Pieper von Paprfloor steht man auf Papier.

O-Ton

Also wurde der Papier-Teppich erfunden. Noch gibt es nicht den großen Durchbruch, aber die Zeit wird kommen, da ist man sich hier am Stand sicher und man ist darauf vorbereitet. Wenn ein herkömmlicher Teppich verlegt wird, wird er oftmals verklebt. Das Unternehmen Uzin Utz stellt solche Kleber her. Und als Mitarbeiter Frank Wittkowski das Thema "Nachhaltigkeit" hört, muss er erst einmal leicht die Augen verdrehen.

O-Ton

Uzin Utz beschäftigt sich schließlich schon seit den 80er Jahren mit genau diesem Thema. Wobei Nachhaltigkeit auch seine Grenzen hat.

O-Ton

Und genau so sollte aus auch sein, denn "Nachhaltigkeit" darf nicht nur ein Marketingbegriff sein.

Tim Kuchenbecker, Redaktion ... Hannover