

Stand 21.03.2012 • Version 1.0

 **Ergebnis**  
**Nachhaltiges Produktdesign  
eröffnet neue Märkte**





## Ergebnis

# Nachhaltiges Produktdesign eröffnet neue Märkte

*Von der Wiege bis zur Wiege - Cradle to Cradle (C2C): Neuartige Produkte sind am Ende ihres Lebens kein Müll, sondern Rohstoffe für die nächsten Waren. In Anbetracht knapper werdender Rohstoffvorräte und einer wachsenden Weltbevölkerung ist es an der Zeit neue – ökologisch, sozial und wirtschaftlich tragbare – Wege im Produktdesign zu gehen. Meist wird darüber erst nachgedacht, wenn es bereits zu spät ist.*

Wertvolle Materialien sind auf Nimmerwiedersehen in schnell veraltenden Produkten geparkt und entstandene Schäden an Umwelt und Gesellschaft müssen zu hohen Preisen behoben werden. Dabei wäre es doch viel sinnvoller Produkte zu entwickeln, die für dieselben Zwecke wiederverwendet werden können. Es würden weniger Rohstoffe verbraucht, weniger

Emissionen entstehen und wertvolle Materialien nicht zu Parkbänken verarbeitet. Die Umwelt würde geschützt werden und Unternehmen könnten sich Millionen an Flickschusterei sparen.

Weniger als ein Prozent sämtlicher und für High-Tech-Produkte wichtiger Metalle – wie etwa Gallium, Indium und Neodym – werden wiederverwertet, ergab die Studie eines Forscherteams um Thomas Graedel von der Yale School of Forestry and Environmental Studies für das Ressourcen-Panel der UN-Umweltorganisation (International Panel for Sustainable Resource Management, kurz: Resource Panel).

Leider hat sich noch nicht überall die Erkenntnis durchgesetzt, dass eine vorausschauende Planung günstiger ist als die Rechnung für

(c) andybahn / photocase.com





## Ergebnis

# Nachhaltiges Produktdesign eröffnet neue Märkte

Reparaturkosten im Nachhinein, weil bei der Produktspezifikation und dem Design nicht an Umwelt- und Ressourcenschutz gedacht wurde. Nach Aussage von Experten werden 80 Prozent aller umweltrelevanten Entscheidungen spätestens beim Produktdesign getroffen. Umso wichtiger ist es, dass Unternehmen von Anfang an umweltrelevante und soziale Auswirkungen berücksichtigen und die Verantwortung für alle Lebensphasen von Produkten übernehmen. Eine derartige Ausrichtung steigert die Innovationsdynamik in der Produktenwicklung. Dadurch können sogar neue, wirtschaftlich erfolgreiche Geschäftsbereiche entstehen.

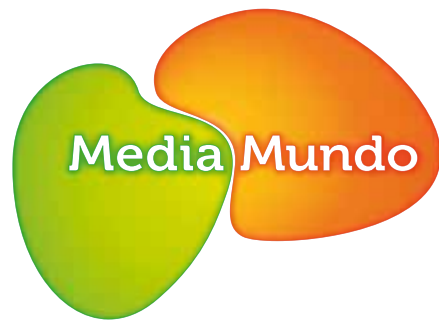
Die Nachfrage für nachhaltiges Produktdesign ist in der Druck- und Medienproduktion durchaus gegeben. Schließlich wächst der Markt für nachhaltige Produkte nicht erst seit gestern. Als Beispiel sei hier Tchibo genannt. Das Unternehmen will in diesem Jahr alle Sorten der Tchibo-Marke Privat Kaffee sowie des Kapsel-systems Cafissimo nachhaltig erzeugen. Mit

Blick auf den pro Jahr weltweit um etwa ein Prozent wachsenden Kaffeeverbrauch muss die Branche die Anbauflächen besser nutzen, um sie auch für die Zukunft zu erhalten. Beinahe alle Kaffeeröster befinden sich daher in einem Umdenkprozess.

Natürlich soll auch auf den Verpackungen auf den nachhaltigen Anbau hingewiesen werden. Dabei müssen die Designer teils völlig neue Wege gehen, um die nachhaltige Anfertigung der Produkte entsprechend umzusetzen. Denn einfache Kunststoff-Gebilde, die alles andere als ressourcenschonend sind, können bei einem nachhaltigen Produktdesign nicht verwendet werden, auch wenn diese besonders preisgünstig sind.

Die Spielwiese ist für Sie eröffnet. Jetzt sind Sie mit Ihren Ideen gefragt.

**Katrin Tremmel**  
[katrin.tremmel@zukunftswerk.org](mailto:katrin.tremmel@zukunftswerk.org)



Fachverband Medienproduktions e.V. (f:mp.)  
**MediaMundo**

Waldbornstraße 50  
56856 Zell/Mosel  
fon +49 (65 42) 54 52  
fax +49 (65 42) 54 22  
info@f-mp.de  
www.mediamundo.biz