

kunft ihrer Kinder wohl aussieht. Hierdurch entsteht eine wachsende Nachfrage nach ökologisch und gesundheitlich möglichst unbedenklichen Produkten.

## Die politische Komponente

Ökologische Tatsachen und öffentlicher Druck sorgen für Bewegung bei Entscheidern, Verantwortung für das eigene Handeln und die Zukunft zu übernehmen. Dies gilt auf globaler bis hin zur regionalen Ebene. Angefangen bei Verpackungsregulierung und Einschränkung von Kunststoffen bis hin zur Abfallverordnung: Gesetzgeberisch wird es wohl einige Regulierungen geben, um Klimaziele einzuhalten und Bürgerwünschen gerecht zu werden. Auch deshalb mag es für Hersteller derzeit noch eine große Investition darstellen, sich mit der sozial-ökologischen Verträglichkeit des Produktportfolios auseinanderzusetzen. Sobald aber regulatorische Einschränkungen greifen, zahlt es sich für Unternehmen mittelfristig aus, wenn sie sich schon jetzt entsprechend wappnen.

## Der Konsument in der Verantwortung

Aber nicht nur Forderungen seitens der Bevölkerung sind wichtig, Umsicht und Verantwortung beim Konsum ist ebenso Schlüssel für eine nachhaltigere Welt. Solange nachhaltiger Konsum ein Lippenbekenntnis bleibt, wird sich nichts ändern. Die effektivste Stellschraube zum Kauf „besserer“ Produkte ist jedoch der Preis. Lösungen, die sowohl die Wirtschaftlichkeit als auch das Gemeinwohl zugleich im Auge haben, werden daher das Rennen machen. Einen spannenden Ansatz zur Förderung sozialökologischen Konsums stellt hier die „Gemeinwohlökonomie“ dar, nach deren Regeln zum Beispiel der Outdoorhersteller VauDe aus Tettngang agiert.

## Der Beitrag der Industrie

Für nachhaltiges Produzieren haben sich verschiedene Ansatzpunkte etabliert. Grundlegend für den Richtungswechsel ist die Reflexion der eigenen Situation: Das Bekenntnis zu nachhaltiger Produktion muss sich im Firmenethos widerspiegeln. Der Taschen- und Accessoires-Hersteller Lässig tut sich hier mit sehr großem Engagement hervor: Nicht nur Prozesse im Unternehmen und der Lieferantenkette werden berücksichtigt, sondern auch Materialwahl und Lebensdauer bei den Produkten selbst.

ging. Not only are young people starting to speak out, but also young parents are asking what the future holds for their children. This is fuelling demand for environmentally friendly products that do not put their children's health at risk.

## The political element

Environmental facts and public pressure are encouraging decision makers to take responsibility for their own actions and for the future, both globally and locally. A good place to start is product packaging and reducing plastics and waste. On a legislative level, several regulations are in the pipeline aiming to meet climate targets and reflect the wishes of the general public. At present, having to enhance the social and ecological sustainability of a product portfolio may seem like a huge and unwelcome investment for manufacturers. However, as soon as the regulations come into force, manufacturers will thank themselves for preparing for the future now.

## The responsibility of the consumer

Of course, simply pointing the finger and making demands on producers is not enough. Careful and responsible consumption is also key to creating a more sustainable world. As long as sustainable consumption remains no more than lip service, nothing will change. The most effective adjusting screw for buying "better" products is, of course, price. Solutions that have an eye both on cost effectiveness and the common good will come out on top. An exciting approach to encouraging social and ecological consumption is the "Economy for the Common Good", the principles of which e.g. German outdoor manufacturer VauDe has adopted.

## The contribution of industry

Various approaches have established themselves in the field of sustainable production. When it comes to instigating change, it is important to consider each situation individually. A pledge for sustainable production must be reflected in the company's ethos. Lässig, the manufacturer of bags and accessories, is fully committed to its vision, blazing a trail for the cause of sustainability: Not only does it take a careful look at all the processes within the company and its supply chain but it also scrutinises the choice of materials and the durability of the products themselves.

The same is true of Heunec, who is strict

# Ihr Branchenverband



Kleine Helden  
leben sicher



Der Bundesverband Deutscher Kinderausstattungs-Hersteller e. V. (BDKH) vertritt mit seinen Mitgliedsunternehmen wie Britax Römer, Alvi, Lässig, Rotho Babydesign, Chicco oder Dorel/Maxi-Cosi die gesamte Bandbreite der Kinder-Hardware. Durch attraktive Einstiegsangebote steht der Verband auch Start-ups und kleineren Herstellern hochwertiger Produkte im Bereich DACH offen. Der BDKH bietet seinen Mitgliedern hochwertige Vortragsstage zu branchenrelevanten Themen. So wird beim kommenden November-Workshop Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH Köln, die Ergebnisse des neuesten „Branchenfokus Baby- und Kinderausstattung“ präsentieren. Mit der Initiative „Kleine Helden leben sicher“ informiert der Verband Endverbraucher über Unfallvermeidung und sichere Produkte.

## Vortrag zum Autokindersitz 4.0

Auf Einladung des BDKH referieren am ersten Messtags zwei international renommierte Kindersitz-Experten im Trend Forum zum „Autokindersitz 4.0“. Wo geht es hin bei der Forschung & Entwicklung der Rückhaltesysteme? Richard Frank, Entwicklungsleiter Kindersitze weltweit bei Britax Römer, und Erik Salters, Senior Engineer der Advanced Research Group für Kinderautositze bei Dorel Juvenile Europe, sprechen über die neuesten Trends bei den Sitzen. Im Anschluss an den Vortrag haben Medienvertreter und Blogger Gelegenheit zu Einzelinterviews mit den Experten.

Termin: 19. September von 15:30 bis 16:00 Uhr in Halle 11.1 E-050 F-059

[www.bdkh.eu](http://www.bdkh.eu)

[www.kleineheldenlebensicher.de](http://www.kleineheldenlebensicher.de)

BOULEVARD P-003A (ENPC)

**Heitmann Felle**  
Freudenthalstraße 50 Fon +49 5193 3077 info@heitmann-felle.de  
29640 Schneverdingen Fax +49 5193 1597 www.Heitmann-Felle.de

**Besuchen Sie uns:  
Halle 11.3, E010**