

PRESSEMITTEILUNG GREENTECH FESTIVAL 2022

Neoökologie als gesellschaftliche Bewegung

Berlin, Juni 2022. In diesem Megatrend entwickelt sich das Bewusstsein für die Umwelt vom Lifestyle zu einer gesellschaftlichen Bewegung. Nachhaltigkeit wurde damit nicht nur zum Konsumtrend, sondern auch zum Wirtschaftsfaktor. Dieser Trend zu verantwortungsbewusstem Konsum führt dazu, dass Nachhaltigkeit zum Schlüsselement wird – für die globale Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft und Politik. So erfährt das gesamte bestehende Wirtschaftssystem eine fundamentale Neuausrichtung. Konkret bedeutet das: während Produktionen ihre Wertschöpfungsketten umstellen, Arbeitsbedingungen verändern und auf die Herkunft ihrer Materialien achten, werden diese Kriterien für Konsument*innen ausschlaggebend für Kaufentscheidungen.

Wie wir unsere Leben führen, richtet sich heute verstärkt nach Wünschen und Werten. Ansichten und Gestaltungsweisen sind fluide und können sich je nach verschiedenen Anlässen situativ verändern. Nachhaltigkeit, die Verantwortung für Ressourcen und die Sehnsucht nach Werten sind dabei oft prägend und werden von immer mehr Menschen alltäglich gelebt. Dabei durchdringen die Werte und das Bewusstsein jegliche Lebensbereiche: Ernährung, Finanzen, Konsum, Mobilität, Selfcare oder Wohnen. Auf dem GREENTECH FESTIVAL zeigen innovative Unternehmen ihre Produkte, Ansätze und Dienstleistungen, die einen Mehrwert für einen nachhaltigen Lifestyle schaffen.

Das iPhone der Kaffeemaschinen: Vor über 40 Jahren erfand der GTF Partner Nespresso Kaffeekapseln und ermöglicht seitdem die Zubereitung von erstklassigem Espresso und jeglichen Kaffeevariationen zuhause. Seit 2009 konnte der Kaffee-Pionier die CO₂-Emissionen entlang der gesamten Lieferkette, sowie des gesamten Produktlebenszyklus um 24 Prozent pro Tasse Kaffee reduzieren. Das kreislauforientierte Modell zielt auf einen langfristigen Materialeinsatz ab: Der Wertstoff Aluminium kann nahezu unendlich oft recycelt werden, woraus in einem zweiten Leben Produkte wie Fahrräder oder Stifte entstehen können. Für Vegan-Profis und Interessierte an pflanzenbasierter Ernährung entwickelt das Lebensmittelunternehmen Veganz seit über elf Jahren Ersatzprodukte, die vielen den Einstieg in ein fleischfreieres Leben erleichtern. Die Vorteile? Durch eine rein pflanzliche Ernährung können bis zu 4.200 Liter Wasser, 3,8 Quadratmeter Wald und 4,5 kg CO₂ pro Tag eingespart werden. Ein besonderes Highlight: Auf dem veganem Green Food Court des GTF wird der nachhaltig-vegane Käse von Veganz in der GTF Limited Edition erstmalig verkostet. Dieser findet nach dem Festival auch den Weg in den Handel.

Technologie bedingt Nachhaltigkeit

Gut für die Haut, gut für den Planeten: Immer mehr Menschen interessieren sich für Nachhaltigkeit von Kosmetika. Dr. Hauschka integriert Natur seit über 50 Jahren in Pflegeprodukte – bis zu 70 Prozent aller verwendeten Pflanzen werden in Dr. Hauschkas eigenen Gärten angebaut. Das Unternehmen L'Oréal treibt Beauty Tech und Nachhaltigkeit ambitioniert voran. Allein in Deutschland haben alle 5 Standorte im Februar 2021 zertifikatfreie CO₂-Neutralität erreicht, weltweit trifft diese bereits auf 58% aller L'Oréal Standorte zu. Auf dem GTF präsentiert das vor über 110 Jahren gegründete Innovationsunternehmen spannende Themen, die Beauty Tech und Nachhaltigkeit vereinen. Beispielsweise enzymatisches Recycling mit dem Partnerunternehmen Carbios, das PET unendlich oft recycelbar macht, oder den Waterloop-Standard, der bis 2030 für alle L'Oréal Produktionsstandorte weltweit gelten soll, und 100% des Wassers für industrielle Prozesse in einem eigenen Kreislauf hält.

Auch bei Spielwaren ist Nachhaltigkeit mehr und mehr im Fokus. Mattel ist das erste Unternehmen der Branche, das bereits ein nachhaltiges Produkt aus Ocean-Bound-Plastik auf den Markt gebracht hat. Und genau darum soll es auch auf dem GTF gehen: Barbie möchte über Plastikverschmutzung aufklären und gleichzeitig aktiv bei der Implementierung von alternativen und nachhaltigen Herstellungsprozessen voranschreiten. Mit der „Barbie Loves the Ocean“ Puppenlinie sollen Festivalbesucher:innen nun hautnah erfahren, wie Barbie Kindern beim nachhaltigeren Spielen hilft und gleichzeitig die Umwelt geschützt werden kann.

Die Stadt Berlin setzt als pulsierende Metropole nicht nur Trends in Mode, Musik und Kunst – auch das produzierende Gewerbe macht die Stadt zum Dreh- und Angelpunkt für visionäre Ideen und Produkte. Siebzehn lokale Unternehmen und Institutionen, die sich voll und ganz der Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit verschrieben haben, zeigen in Zusammenarbeit mit Berlin Partner auf dem GREENTECH FESTIVAL die dynamische Berliner Industrie mit dem Ehrgeiz, den Status quo zu verändern.

Von Berlin in die ganze Welt

Die Veranstaltung vom 22. bis 24. Juni in der Urban Tech Republic auf dem ehemaligen Flughafen Berlin TXL ist der Startschuss für eine konsequente Internationalisierung der Ansätze und Ideen des GREENTECH FESTIVAL. Die weiteren Stationen auf der GTF Worldtour 2022 sind New York (15. und 16. September), London (13. und 14. Oktober) sowie Singapur (17. und 18. November).

About

*Das GREENTECH FESTIVAL (GTF) der Gründer Sven Krüger, Nico Rosberg und Marco Voigt ist das größte Nachhaltigkeitsfestival Europas mit der GTF EXHIBITION, GTF CONFERENCE und GREEN AWARDS: Mehr als 200 Aussteller*innen in der Exhibition, eine Vielzahl an Panels und Keynotes auf der Conference sowie als Highlight die Awards, die die fortschrittlichsten Projekte weltweit in einem exklusiven Abendevent auszeichnen.*

Now is the time: Wir müssen unsere Art zu leben und zu wirtschaften radikal neu interpretieren. Jetzt. Nur so können wir eine Zukunft für Mensch und Umwelt auf diesem Planeten ermöglichen. Gemeinsam für den transformativen Wandel: Während des GREENTECH FESTIVAL in Berlin kommen alle zusammen, die etwas verändern wollen. Vom 22. bis 24. Juni 2022 wird das GTF zum Schauplatz für Innovationen, Inspirationen und Ideen und schafft einen Ort, an dem grüne Technologien präsentiert, diskutiert und prämiert werden – um zu zeigen, was es heißt, ressourcenschonender zu handeln, eine bessere Zukunft anzustreben und unseren ethischen Verpflichtungen gerecht zu werden.

Führen Sie Hintergrundgespräche zum Potenzial transformativer Innovationen im Lifestyle- und Foodsektor mit Entscheidungsträger*innen von (in Klammer die Standnummern):

- About You (H01)
- Airy Pot (A09)
- Arnold Druck / GMUND Papier (D09)
- Beeskin (D07a(e))
- Berlin Partner (i04b)
- Betaport (G14)
- BIGG (i10a)
- Bolt (G14)
- Città della Scienza (A01)
- Das Merch (D07a(g))
- Dr. Hauschka (G05)
- Fashion for Biodiversity Solutions (C01)
- FLSK (A09)
- Future Stories (C10a)
- Envision Digital (G14)
- Ginsep (G11k)
- Goodbag D07a(f))
- Grover (C09)
- Hansgrohe (C07)
- HEAVN. (A09)
- Italian Trade Agency (A01)
- Italien (A01)
- Janos Management AG (Swissdes & HPT) (G11d)
- Jondi&Moon. (A09)
- Juntos (D07a(j))
- KnowledgeCotton Apparel (A)
- KOA (H01)
- Kostad (B03a)
- Kulson (B05d)
- L'oréal (A05)
- Leef (C03)
- Mann+Hummel ((F04, G60d)
- Manyfolds (F05d)
- Mattel (A07)
- MCR Holding AG (G12f)
- Mitte Home (A09)
- Moet (H01)

- Moyu (G11c)
- MPB & ARTS Exhibition (F07a, F07b)
- Myclimate (B05c)
- Natch Labs (C10c)
- Nespresso (D05)
- Paul GmbH (D04b)
- Personio (H01)
- Pervormance (C02)
- Planetly (D07a(a))
- Planshop (C06)
- Schüco (G14)
- Scout24 (H01)
- DHDL-Shavent (G11g)
- SNG AG (G12e)
- Staiy & CLOTHESfriends (G12b)
- Ströer (F04)
- Supernatural (C08)
- The Green Network (C10d)
- The Latest (A09)
- The Paperbag (A09)
- Treedom (B09)
- Trilux (G14)
- Tripp Trapp (A09)
- TXL Project (A12)
- V.SUN. (A09)
- Viva Boon (F05e)
- Vöslauer (E)
- Wings for Living (G06c)
- Wirtschaftsförderung Dortmund (B04b)
- Worldwatchers (D07a(k))
- WWF (G12d)
- XPRESS Ventures/Fiege (B06a)
- Agrilution (B01)
- Bettafish (G11b)
- DHDL Happy Ocean Foods (G11H)
- Heydrate (G11B)
- Kitchentown (G11B)
- Veganz (A06)