

Nachhaltigkeit in der Welt der Werbung und des Verkaufens

● Madeira3 demonstrated the new CR 20 Metallic thread with dtex 530
● Madeira zeigte das neue das voluminöse CR 20 Metallic Garne mit dtex 530.

Nachhaltigkeit war das wiederkehrende Thema bei der zweiten Ausgabe der World of Advertising and Selling.

Text: Marion Zuurveen

Diesmal konnten die Besucher die PromoTex Expo, PSI und viscom mit einer Eintrittskarte besuchen. Im Messenetzwerk waren fünf Messehallen mit total 960 Aussteller aus 37 Länder mit Kreativität und Inspiration, Live-Auftritten und Future Labs gefüllt.

PromoTex Expo 2020

Die PromoTex Expo zog 16.367 Textilproduzenten, Schilderhersteller, Werbearbeitshändler, Agenturen und Vermarkter aus 37 Länder. Dies war ein Anstieg der Besucherzahlen im Vergleich zur ersten PromoTex Expo im Jahr 2019 (13.217 Besucher). Insgesamt 110 Aussteller (2019: 127), davon 80 % aus dem Ausland, belegten das ökologische, wirtschaftliche und soziale Engagement der Textilindustrie.

Re-Cycling, Up-Cycling, Kreislaufwirtschaft. Wer die PromoTex Expo besuchte, kam nicht umhin, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. „Drei Viertel der Deutschen legen Wert auf nachhaltige Mode. Sie wollen wissen, wie ihre Bekleidung hergestellt wird, und das zu Recht. Deshalb freue ich mich, dass die Promotex Expo die Nachhaltigkeit im Jahr 2020 in den Mittelpunkt stellt“, sagt Dr. Gerd Müller, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, der die Schirmherrschaft über die PromoTex Expo übernommen hat.

Der Textil-Campus als zentrale Anlaufstelle bot den Textilexperten einen Überblick über nachhaltige Möglichkeiten und Best Practices in der Textilbranche. „Gemeinsam mit der Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und ‚Der grüne Knopf‘

haben wir die Branche aufgefordert, ihre verstärkten Bemühungen um nachhaltige Produktion und faire Arbeitsbedingungen zu zeigen“, erläutert Petra Lassahn, Direktorin der PromoTex Expo, das Schwerpunktthema der Messe.

Die PSI feiert 60-jähriges Jubiläum

Einige „Champagner-Geister“ im Stil der 20er-Jahre, ein wenig „Roaring Twenties“ und eine Menge „verrückter“ Ideen: Die diesjährige PSI war ein echter Streifzug in die „Roaring Twenties“. Sie unterstrich in ihrem Jubiläumsjahr ihre Rolle als wichtiger Treffpunkt für die Branche und das internationale Netzwerk in Europa. Obwohl die Zahlen leicht unter dem Vorjahresniveau lagen, zog die Messe 16.367 Besucher aus 81 Ländern an (2019: 17.602).

„Die PSI ist der globale ‚Schmelztiegel‘ für eine ganze Branche. Sie bewegt Menschen, Märkte und eine Milliarde Euro Umsatz im globalen Maßstab. Das macht sie weltweit einzigartig“, fasst PSI-Geschäftsführer Michael Freter die Ergebnisse der PSI-Messe in Düsseldorf zusammen, auf der 700 Aussteller aus 37 Länder (2019 772 Aussteller aus 38 Länder) aktuelle Innovationen und Trends präsentierten. Dass dieses Jubiläum nicht ganz ‚vergoldete‘ Rekordzahlen brachte, war wie eine seismographische Reaktion auf das sich derzeit verschlechternde Marktumfeld in einigen Branchen, wie zum Beispiel der Automobilbranche. Traditionell gehört die Automobilindustrie zu den Hauptabnehmern von Werbearbeiten.

Nachhaltigkeit als Megatrend

Als Megatrend oder, wie ein Aussteller es ausdrückte, „die Zukunft der Branche“, ist das Thema Nachhaltigkeit ganz oben auf die Prioritätenliste gerückt. Dies wurde durch einen Blick in die Hallen bestätigt. Ob es um die Auswahl von Materialien, den Herstellungsprozess oder die Aufwertung und das Recycling von Produkten geht, dieses Thema war noch nie so sichtbar wie in diesem Jahr.



● The new Melco EMT 16 X embroidery machines were well received

● Die neue Melco EMT 16 X Stickmaschinen waren sehr beliebt