



11.06.2021

Pressemitteilung der AUBII GmbH (Markenvertrauen Deutschland)

Namaste. Yoga im Einklang mit der Umwelt

Umfrage zum Markenvertrauen in Anbieter für nachhaltiges Yoga-Zubehör

Markenvertrauen hat im Mai 2021 eine Umfrage zum Markenvertrauen in Anbieter für nachhaltiges Yoga-Zubehör durchgeführt. Den 1.954 Teilnehmenden standen diese Marken zur Wahl: *Lotuscraft*, *Lotus Design*, *Lululemon*, *Luviyo* und *Southern Shores*. Mit einem Stimmenanteil von 26,2 % liegt *Luviyo* in den Umfragewerten auf Platz 1.



Bewusst leben: Yoga stärkt mehr als nur das Rückgrat

Es ist kein Zufall, dass ausgerechnet Yoga und Nachhaltigkeit im Team auftreten. Die bewusste Beschäftigung mit der Körpermitte und dem eigenen Platz in dieser Welt legt den Fokus auf umweltverträgliches Leben. Unsere Verantwortung für den ökologischen Fußabdruck akzeptieren, den wir bei aller Vorsicht hinterlassen und dabei aktiv nach Lösungen suchen, ist für viele Yogis eine Herzensangelegenheit. Ein Leben im Einklang mit der Natur bedeutet, sich bei allem, was wir tun, bewusst zu entscheiden. Nachhaltigkeit ist eines der ökologischen Ziele beim Einkauf. Müllvermeidung durch den Verzicht auf Fast Fashion, faire Produktionsbedingungen und soziale Verantwortung für Menschen innerhalb der Produktionskette sowie Ressourcen-schonende Methoden sind Eckpfeiler für umweltverträgliche Konsumgüter. Yoga-Zubehör stößt auf eine breite Community, die sich aktiv mit den Vor- und Nachteilen auseinandersetzt und sich bewusst für das Richtige entscheidet.



Design trifft Qualität – auf bestem Niveau

Yoga-Zubehör hat neben Umweltverträglichkeit weitere Aufgaben zu erfüllen. Da Yogis ihre direkte Umwelt sehr bewusst wahrnehmen und Wert auf eine harmonische Umgebung legen, sollte die Optik gefallen. Dazu kommt ein professioneller Anspruch an die Qualität. Eine Yogamatte ist nur sinnvoll, wenn sie über ausreichend Grip verfügt. Eine Trinkflasche, die Heißes heiß und Kaltes kalt hält, darf nur mit in die Tasche, wenn sie auch auslaufsicher ist. Funktion ist ein wesentliches Kriterium beim Kauf aus Überzeugung. Das Schweizer Unternehmen *Luviyo* unterstützt die Sheldrick Wildlife Trust, eine Organisation, die es sich zum Ziel gesetzt hat, bedrohte Elefanten zu retten. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Bekämpfung der Wilderei und gilt der Hege von Elefantenwaisen.

Schönwetter-Mentalität vs. Umwelt-Mantra

Naturschutz liegt im Trend. Die Zahl der Veganer und Vegetarier nimmt weltweit zu, das Bewusstsein für eine nachhaltige Lebensweise zieht immer größere Kreise. Fridays for Future – eine Bewegung ambitionierter Jugendlicher – erobert die Herzen von Verbrauchern und sammelt viele Nachahmer. Dennoch: Bei aller Begeisterung und der Notwendigkeit, Klimaziele nicht nur anzustreben, sondern tatsächlich zu erreichen, ist die Zahl der Schönwetter-Aktivisten noch sehr hoch. Viele Menschen greifen nur dann zu hochwertigen, umweltverträglichen Produkten, wenn es sich gerade mal anbietet, der Preis identisch ist oder sie in die direkte Verantwortung genommen werden. Wer sich nur gelegentlich dafür entscheidet, das Richtige zu tun, schlägt leider noch zu oft den falschen Weg ein. Die Welt um uns herum ist einmalig, wunderschön und schützenswert. Zeit und Muße sind keine Selbstverständlichkeit, wir entscheiden uns jeden Tag von Neuem für ein nachhaltiges Leben. Yoga ist Harmonie und Achtsamkeit. Alles, was wir dafür brauchen, holen wir reinen Herzens in unser Leben und nutzen es für eine lange Zeit. Om.

Hintergrund: Das Deutsche Institut für Markenvertrauen ist eine Marke der AUBII GmbH mit Sitz in Hamburg. Gegründet wurde das Unternehmen von Arne Kahlke und Sören Kress, den erfolgreichen Internetunternehmern und Mehrfachgründern von Unternehmen wie z.B. ElitePartner. Das Deutsche Institut für Markenvertrauen untersucht regelmäßig verschiedene Branchen mittels Marktforschung und Kundenfeedback.

Pressekontakt: Lena Voith - presse@markenvertrauen-deutschland.de