

LAVAZZA-KALENDER 2021 - „The New Humanity“

Nachhaltige Kunst

Die 29. Auflage des Lavazza-Kalenders unter dem Motto „**The New Humanity 2021**“ ist ein allumfassendes Kunstprojekt, das die Liebe des Unternehmens zu allen Kunstformen, gleichermaßen die Leidenschaft für Exzellenz und sein tiefes Engagement für Nachhaltigkeit widerspiegelt – Werte, die die Quintessenz der Gruppe ausmachen.

Lavazza glaubt an die Idee „**nachhaltiger Kunst**“ auf zwei Ebenen. Einerseits als **verantwortungsvolle Kunst**: Kunst, nicht nur um ihrer selbst willen, sondern um die Menschen zu sensibilisieren, zu inspirieren und zu nachhaltigem Verhalten zu animieren. Andererseits als **aktivistische Kunst**, die ein Forum für Themen sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit bietet. Lavazza möchte einen Ort des Dialogs zwischen Intellektuellen unterschiedlicher Bereiche – Künstlern, Wissenschaftlern, Architekten – schaffen. Das gelingt, indem sie ihre jeweilige Disziplin in den Dienst des gemeinsamen Ziels stellen, dabei Ideen zu finden und zu diskutieren, um sich **auf der Basis einer neuen Menschlichkeit „The New Humanity“** die **bestmögliche Zukunft** auszumalen und diese zu verwirklichen.

Dies ist ein Kunstkonzept, das die Bedeutung von Wissen und Sensibilisierung zur Herbeiführung von Veränderungen anerkennt. In diesem Licht betrachtet **interagiert Nachhaltigkeitsbildung mit künstlerischer Bildung**: Bildung und Sensibilisierung bilden die Grundlage für wirksames Handeln zugunsten nachhaltiger Entwicklung. Und Kunst ist sowohl Teil dieser Bildung als auch ein Hilfsmittel zur Förderung von Nachhaltigkeit. Aus diesem Grund fördert Lavazza die Begegnung von Kunst und Nachhaltigkeit in einer Art multidisziplinärem Workshop, bei dem verschiedene Disziplinen gemeinsam auf eine nachhaltige Entwicklung hinarbeiten.

Mit dem Künstlerkollektiv und dessen kreativen Visionen einer neuen Menschlichkeit **ist „The New Humanity 2021“**, so wie andere derzeit laufende und in den letzten Jahren implementierte Projekte auch, **in diesem Konzept nachhaltiger Kunst verwurzelt**.

Unter den bildenden Kunstformen, die Lavazza ausgewählt hat, um sein Engagement für nachhaltige Kunst zu konkretisieren, gilt ein besonderer Fokus sowohl der sogenannten **Urban Art** – mit **Towards 2030**, das mit seinen 18 von den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen inspirierten Wandgemälden eine Nachhaltigkeitskultur fördert. Dies zeigt sich ebenso mit der Unterstützung für das Projekt **Beyond the Walls** des französisch-schweizerischen Künstlers Saype – sowie in der **Fotografie**, etwa in Form des seit 1993 jährlich erscheinenden **Lavazza-Kalenders**.

Denken Sie nur an die Kalender-Trilogie der Jahre 2015-2017, die den **Verteidigern der Erde (Earth defenders)** gewidmet war. Die Fotos von **Steve McCurry, Joey Lawrence und Denis Ruvre** haben eine weltweite Öffentlichkeit in die Lage der Kaffeebauern versetzt.

Rückfragehinweis

Pressebetreuung Lavazza Österreich | currycom communications GmbH | Klaus J. Wegenstein und Stefanie Muraier | Tel.: 01 599 50 | Fax: 01 599 50 509 | E-Mail: klaus.wegenstein@currycom.com | stefanie.muraier@currycom.com | Mariahilfer Straße 99 | 1060 Wien | www.currycom.com

Der Kalender des Jahres 2018 des Fotografen **Platon**, der ein starker Verbündeter bei der Verfolgung des Projekts „Goal Zero – Spread the message of Agenda 2030“ ist, stand unter dem Titel „**2030: What Are You Doing?**“. Das Ziel von Lavazza ist die Unterstützung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen zur Vermittlung der Agenda 2030 sowie der Nachhaltigkeitsthemen an möglichst viele Menschen. Achtung der **Natur** und gemeinschaftliches Handeln zum Schutz der Umwelt sind die Themen des Lavazza-Kalenders 2019 von **Ami Vitale** und der Auflage von 2020 von **David LaChapelle**.

Und schließlich stehen Lavazzas über die Jahre hinweg ergriffene wegbereitende Initiativen im Bereich der bildenden Künste im Einklang mit seiner Vision eines „**modernen Patronats der Künste**“. Lavazza ist Partner verschiedener bedeutender Einrichtungen, darunter der Peggy Guggenheim Collection und dem Musei Civici Veneziani in Venedig, der National Gallery of Victoria in Melbourne (Australien) und der Eremitage in St. Petersburg (Russland). Lavazza unterstützt zudem die Triennale di Milano und das MUDEC in Mailand, das Camera (*Centro Italiano per la Fotografia*) in Turin sowie eine Anzahl der bedeutendsten internationalen Kunstereignisse.

Mehr Informationen zu Towards 2030 finden Sie hier:
<https://www.lavazza.com/en/landing/toward-2030.html>

Bildmaterial | Beyond the Walls



[Link zum Bilddownload](#)



[Link zum Bilddownload](#)



Der französisch-schweizerische Künstler Saype bei der Arbeit | [Link zum Bilddownload](#)

Rückfragehinweis

Pressebetreuung Lavazza Österreich | currycom communications GmbH | Klaus J. Wegenstein und Stefanie Muraier | Tel.: 01 599 50 | Fax: 01 599 50 509 | E-Mail: klaus.wegenstein@currycom.com | stefanie.muraier@currycom.com | Mariahilfer Straße 99 | 1060 Wien | www.currycom.com



Über die Lavazza Gruppe

Das im Jahre 1895 in Turin gegründete Unternehmen Lavazza befindet sich seit vier Generationen im Besitz der gleichnamigen Familie. Als eine der wichtigsten Kaffeeröstereien der Welt ist der Konzern heute über Beteiligungsunternehmen und Vertriebsgesellschaften in mehr als 140 Ländern aktiv, 64 Prozent der Erlöse werden in den Märkten außerhalb Italiens erzielt. Lavazza beschäftigt insgesamt über 4000 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2018 einen Umsatz von 1,87 Milliarden Euro. [Der Unternehmens- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 wurde erstmals gemäß den internationalen Rechnungslegungsstandards (IFRS) erstellt.]

Lavazza erfand schon in seinen frühen Jahren das Prinzip des Blendings, also des Mischens von Kaffeesorten unterschiedlicher geografischer Herkunft, das bis heute ein entscheidendes Merkmal seiner meisten Produkte ist. Lavazza produziert und vermarktet seit 30 Jahren portionierte Kaffeesysteme und -produkte und war der erste italienische Anbieter von Espresso-Kapselsystemen. Die Aktivitäten von Lavazza erstrecken sich auf alle Geschäftsbereiche wie At-home, Away-From-Home und Office-Coffee-Service, stets mit besonderem Augenmerk auf innovative Technologien und Systeme.

Durch bedeutende Partnerschaften, die exakt der Internationalisierungsstrategie entsprechen, konnte Lavazza die Bekanntheit seiner Marke steigern. Dies betrifft die Bereiche Sport mit der Unterstützung der Grand Slam Tennisturniere und Kunst durch Kooperationen mit namhaften Museen, darunter das Guggenheim Museum in New York, die Staatliche Eremitage in St. Petersburg und die National Gallery of Victoria in Melbourne.

Zur Lavazza Gruppe gehören Carte Noire und ESP aus Frankreich (erworben 2016 bzw. 2017), Merrild aus Dänemark (2015), Kicking Horse Coffee aus Nordamerika (2017), Nims aus Italien (2017) und das Unternehmen Blue Pod Coffee Co. aus Australien (2018). In Folge einer Übernahme wurde Ende 2018 der Geschäftsbereich Lavazza Professional gegründet, der mit Flavia und Klix zwei führende Marken in den Segmenten Office Coffee Service (OCS) und Vending umfasst. Mehr unter www.lavazza.at.

Rückfragehinweis

Pressebetreuung Lavazza Österreich | currycom communications GmbH | Klaus J. Wegenstein und Stefanie Muraue | Tel.: 01 599 50 | Fax: 01 599 50 509 | E-Mail: klaus.wegenstein@currycom.com | stefanie.muraue@currycom.com | Mariahilfer Straße 99 | 1060 Wien | www.currycom.com