
Design für den guten Zweck

03.12.2019, 14:53 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Mutabor Design GmbH*



Das Logo besteht aus den Buchstaben von umoja, es orientiert sich an afrikanischen Symbolen

Die TSG Hoffenheim launcht die Lifestyle Marke »umoja«. Mit den in Afrika nachhaltig hergestellten Textilien unterstützt der Bundesligist Entwicklungsprojekte im ostafrikanischen Uganda.

Die Markenstrategie, das Logodesign und der Name sind ein Gemeinschaftsprojekt von der TSG, der CSR-Agentur Wagner und MUTABOR.

Die erste Kollektion wurde jetzt der Öffentlichkeit präsentiert. Der Kauf von umoja-Produkten unterstützt nachhaltig die Wirtschaft in Uganda. Ziel der Kollaborationsmarke ist es, neben dem Gewinn von B2C Kunden, auch Vereine, Unternehmen, Institutionen als Partner für eine Entwicklungshilfe-Bewegung zu akquirieren.

Die Idee hinter Namen und Logo:

Der Begriff umoja kommt aus der ugandischen Landessprache Swahili und bedeutet Einheit.

Die Wortmarke setzt sich zusammen aus typischen afrikanischen Mustern und Symbolen afrikanischer Aphorismen. Aus den zwei Anfangsbuchstaben ergibt sich wiederum das Logo, was einer afrikanischen Maske nachempfunden ist.

»Unsere Expertise als Markenstrategen und Designer für wertvolle CSR-Projekte wie umoja einzubringen, ist uns ein persönliches Anliegen. Für uns ist umoja mehr als eine Marke für Sport- und Lifestyleprodukte. Wir verstehen sie als sportliche Entwicklungshilfe«, erklärt MUTABOR Gründer und Geschäftsführer Heinrich Paravicini. Zuletzt hatte MUTABOR mit der Arbeit für die NGO fishAct verschiedene Awards gewonnen. fishAct setzt sich gegen die Überfischung der Meere ein.

Details zu umoja: Eine ethical-leisure Brand erdacht in Hoffenheim, aufgebaut in Afrika.

Bereits seit mehreren Jahren engagiert sich die TSG Hoffenheim auf dem afrikanischen Kontinent mit verschiedenen Programmen. Im Rahmen der Zukunftsstrategie »TSG ist Bewegung« kooperiert der Klub zudem seit mehr als einem

Jahr mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Die erste umoja-Kollektion ist zu 100 Prozent in Uganda hergestellt. Die Baumwolle: in der Kasese-Region angebaut, geerntet und »Cotton made in Africa«-zertifiziert. Die gesamte Wertschöpfung findet unter fairen und sicheren Arbeitsbedingungen statt – vom Anbau und der Ernte der Baumwolle, über das Entkörnen, Spinnen, Weben, Nähen bis hin zum fertigen Produkt. 10 Prozent der Brutto-Erlöse fließen direkt zurück nach Uganda, insbesondere in die Baumwollanbauggebiete und dortige Bildungs- und Entwicklungsprojekte. Weitere Infos: www.umoja.blue

Portrait

We are MUTABOR * – the leading house for design and transformation.

Wir sind über 140 MUTABORianer, die kreativ, strategisch und interdisziplinär in fünf Units zusammenarbeiten: Identity, Strategy, Experience, Architecture und Technology. Zu unseren Kunden zählen Audi, Clariant, Daimler, die DFL, Porsche, VW, Bahlsen, Vodafone und Faber-Castell. Von Hamburg aus realisieren unsere Teams Projekte überall auf der Welt – immer mit dem Anspruch an kreative und handwerkliche Perfektion. Ein Anspruch, der sich auszahlt: Mit über 500 nationalen und internationalen Awards und regelmäßigen Top-Platzierungen in Kreativ-Rankings ist MUTABOR eine Institution der Kreativbranche. 1993 publizierten die Kommunikationsdesigner Johannes Plass und Heinrich Paravicini MUTABOR als Design- Magazin an der Muthesius Kunsthochschule Kiel. 1998 gründeten sie eine Designagentur, die sich zu der größten inhabergeführten Deutschlands entwickelte. Heute initiiert, plant und realisiert unser Haus ganzheitliche Transformationsprozesse und führt nationale und internationale Unternehmen auf ihr nächstes Level. Weitere Infos: www.mutabor.de

News-ID: 1069762 • Views: 696 (Stand: 28.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1069762/Design-fuer-den-guten-Zweck.html>