

Tota 2: Die smarte Art des Wäschesammelns von Joseph Joseph



Mit durchdachten Details und intelligenter Funktionalität bringt Joseph Joseph wieder einmal frischen Wind in den Haushalt. Mit **Tota 2** präsentiert die britische Brand die nächste Generation ihres beliebten Wäschekorbs. In drei Varianten – als 60-Liter-Wäschekorb sowie als 90-Liter-Modell mit zwei oder drei Fächern – sorgt Tota 2 für mehr Ordnung beim Wäschesammeln und Vorsortieren. Herausnehmbare Tragetaschen, praktische Griffe am Boden und ein neuer Filzdeckel machen Transport und Entleeren besonders komfortabel. Gleichzeitig fügt sich das modernisierte Design stilvoll in Bad, Schlafzimmer oder Hauswirtschaftsraum ein.



Preise: Tota 2 One 60L – 105,00 € | Tota 2 Twin 90L – 145,00 € | Tota 2 Trio 90L – 155,00 €

Hinter den Kulissen des Designs: Ein Blick in die Entwicklung



Doch wie entsteht aus einer alltäglichen Herausforderung ein durchdachtes Designobjekt? Die Zwillingbrüder **Richard und Anthony Joseph** (v.l.n.r.), Co-Gründer und kreative Köpfe hinter der Marke, verraten, was ihre Vision für die Tota-Serie war und was die zweite Generation so besonders macht:

Was hat Sie zu der ursprünglichen Idee für Tota inspiriert?

Die Idee zu Tota entstand aus der Beobachtung alltäglicher Wäschegewohnheiten: Viele Menschen tragen ihre Wäsche unhandlich auf dem Arm vom Korb zur Waschmaschine und verlieren unterwegs gerne Socken oder andere Kleinigkeiten. Außerdem

haben wir beobachtet, dass Körbe oft erst auf dem Boden ausgekippt werden müssen, um die Wäsche zu sortieren. Das kostet unnötig Zeit und Mühe. Wir wollten eine smarte Lösung entwickeln: einen einzelnen Wäschekorb mit getrennten Innenfächern, der das Sortieren, Transportieren und Entleeren mehrerer Ladungen mühelos macht. Ebenso wichtig war uns dabei, dass auch das Design überzeugt und sich harmonisch in unterschiedlichste Einrichtungsstile einfügt.

Wie lange dauerte die Entwicklung von Tota und was waren die größten Herausforderungen beim Design?

Die Entwicklung von Tota hat rund zwei Jahre in Anspruch genommen. Die größte Herausforderung bestand darin, ein hochwertiges Produkt im wohnlichen Design zu kreieren, das sich für einen effizienten Versand flach verpacken lässt und sich in wenigen Minuten ganz ohne Werkzeug aufbauen lässt. Durch intensives Prototyping haben wir die perfekte Balance zwischen Funktionalität, Ästhetik und Nachhaltigkeit gefunden – bei minimalem Verpackungsaufwand, reduzierter Transportbelastung und einem rundum durchdachten Nutzererlebnis.



Was ist das cleverste Detail an Tota, das man vielleicht nicht auf den ersten Blick bemerkt?

Eine der am häufigsten übersehenen – und vielleicht nützlichsten – Funktionen ist der praktische Griff am Boden jeder Tasche. Während die Sortierfächer die meiste Aufmerksamkeit bekommen, haben wir noch einen weiteren Knackpunkt entdeckt: das Entleeren. Indem wir uns auf diesen letzten Schritt fokussiert haben, entstand ein einfaches Detail, das den gesamten Wäscheprozess spürbar erleichtert und angenehmer macht.



Was haben Sie aus der ersten Generation von Tota gelernt und was wurde bei Tota 2 verbessert?

Wir haben gelernt, dass die Kombination aus praktischer Wäschentrennung und wohnlichem Möbeldesign bei den Kundinnen und Kunden extrem gut ankommt. Tota 2 geht noch einen Schritt weiter: Der neue Filzdeckel unterstreicht die hochwertige Formsprache, macht die Handhabung im Alltag noch komfortabler und sorgt dafür, dass sich die neue Generation perfekt in unterschiedlichste Interieurs fügt.

Joseph Joseph ist eine international erfolgreiche Designmarke aus London, die seit 2003 für intelligentes Küchen- und Haushaltsprodukt design steht. Gegründet von den Zwillingbrüdern Antony und Richard Joseph, entwickelt das Unternehmen aus klar definierten Problemstellungen heraus innovative, anwenderorientierte Lösungen. Die Verbindung von intuitivem Nutzen und modernem Design schafft Produkte mit echtem Mehrwert im Alltag – von platzsparenden Küchenhelfern über durchdachte Aufbewahrungs- und Abfalltrennsysteme bis hin zu cleveren Reinigungswerkzeugen. Zahlreiche internationale Designauszeichnungen unterstreichen den Anspruch der Marke, Funktionalität und Ästhetik konsequent zu vereinen.

www.josephjoseph.com