

Gelebte Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in vorbildliche Unternehmen verschiedener Branchen



Bei der 1. new ethics Marketingkonferenz am 24. und 25.11.09 konnten die mehr als 40 TeilnehmerInnen die „Architektur eines wertebasierten, zukunftsfähigen Unternehmens“ durch die engagierten und kompetenten Beiträge der Referenten entstehen sehen und aktiv diese Entwicklung während der zweitägigen Veranstaltung begleiten. Die wegweisende Konferenz zu den Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung (CSR) über verschieden Branchen hinweg wurde von den TeilnehmerInnen als sehr inspirierend und motivierend beurteilt.

Rainer Plum – new ethics Mitgründer und Veranstalter

Orientierung über das realistische Potenzial im Kundensegment LOHAS gab erst einmal **Tanja Merkle** von Sinus Sociovision. Sie zeigte mit ihrem Vortrag anhand der aktuellen Studie „**LOHAS: Mehr als Green Glamour**“ auf, wie die fünf wichtigsten LOHAS-Typen „ticken“ und mit welchen Maßnahmen sie langfristig gewonnen werden können. Und sie stellte dabei heraus, dass das Kernsegment der sogenannten LOHAS in Deutschland ca. 10% der Bevölkerung ausmacht und weitere ca. 10% einem Randsegment von handlungsbereiten KonsumentInnen angehören.



Tanja Merkle – Sinus Sociovision

Danach zeigte **Klaus Fasold**, der Marken-Experte vom new ethics Institut, in seinem Vortrag auf, welche hohe strategische Bedeutung den **gelebten, authentischen Unternehmenswerten** und deren zielgruppenorientierter Kommunikation zukommt und wie viel brachliegendes Marktpotenzial durch echtes, wertebasiertes Marketing noch gewonnen werden kann.

Und am Beispiel der „Neuformierung“ stellte **Erwin Perlinger**, Vorstand der neuform VdR, den **werte-orientierten Repositionierungsprozess** der Reformwarenbranche vor, die sich damit seit ca. drei Jahren am Beginn einer sehr erfolgversprechenden Marktentwicklung befindet.



TeilnehmerInnen – World Café

In der Folge erarbeiteten die TeilnehmerInnen in zwei **World-Café** Runden Antworten auf die Fragen „Was gibt einem Unternehmen Orientierung, Beständigkeit und Authentizität?“ und „Was braucht es im Unternehmen für einen Rahmen, um ein authentisches Wertesystem auf allen Ebenen zu leben?“

Mit einem emotional sehr bewegenden Vortrag konnte **Kurt Nübling**, Geschäftsführer von Primavera Life, wunderbar aufzeigen, wie viel **persönliches Engagement und Tatkraft** erforderlich sind, um ein Unternehmen langfristig und erfolgreich bei den potenziellen Zielgruppen bekannt zu machen und zu verankern.



Kurt Nübling – Primavera Life

Und **Wolf Lüdge**, Geschäftsführer von hessnatur, machte mit großer Klarheit in seinem Beitrag „Von der Nachhaltigkeit zur Mode“ die Prinzipien einer **erfolgreichen Markenkommunikation** auch unter Einbeziehung der **Web 2.0** Aktivitäten wie Community, Blog, Facebook-Fanclub, Homeparty und Kundenbotschafter deutlich.

Dr. Claudius Schmitz, Professor für Marketing und Handel an der Fachhochschule Gelsenkirchen bewies in seinem humorvollen Vortrag eindrücklich, dass das „sympathische Rüberkommen“, ob von Personen, Unternehmen oder Marken eine der elementarsten Leistungen im Marketing darstellt. Und wie dabei öde, preisgesteuerte Kundenbindungsprogramme von **Begeisterung durch**

charismatische Unternehmen abgelöst werden.

„Der Preis mag den Kopf ansprechen, aber über Billigangebote gewinnt man das Herz des Kunden nicht und wird ihn nicht langfristig an eine Marke binden.“ Vor allem die Verbindung der beiden zentralen Themen „Familie“ und „Natur“ und den Megatrend „Gesundheit“ stellte er in das Zentrum seiner Ausführungen.



Prof. Dr. Schmitz – FH Gelsenkirchen

„Öko-Sex trifft Neo-Öko“

Martin und Peter Unfried, laut Stern die „**Rock'n' Roller des Klimaschutz**“

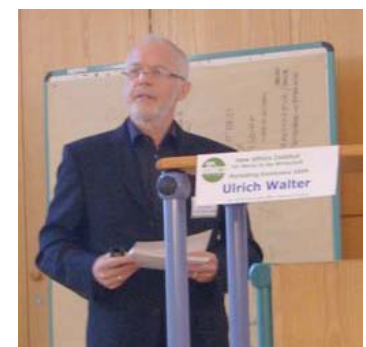


Foto: Jan Zappner

verwandelten am Abend bei ihrer Weltpremiere mit geistreichem und amüsanten Infotainment die Konferenz zu einem unterhaltsamen **Nachhaltigkeits-Event**. Neben den KonferenzteilnehmerInnen vergnügten sich dabei auch die Trainees und Veranstalter aus dem Ausbildungsprogramm der Stiftung Ökologischer Landbau, die parallel in Oberursel tagten.

Tag 2

Den zweiten Tag der new ethics Marketingkonferenz eröffnete **Ulrich Walter**, Geschäftsführer der Ulrich Walter GmbH, Marke Lebensbaum. Eindrucksvoll stellte er dar, wie die Meilensteine in der **Entwicklung zu einem nachhaltigen Unternehmen** eines vielfach ausgezeichneten Bio-Lebensmittelherstellers konzipiert und umgesetzt worden sind. Und wie dieses unerschütterliche Festhalten an der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens und des Unternehmers auch die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg gelegt haben.



Ulrich Walter – Lebensbaum



Robert Rogner jr, Geschäftsführer des Rogner Bad Blumau, fesselte alle TeilnehmerInnen mit seinem fulminanten Vortrag darüber, welche Faszination das 4 Sterne Thermalhotel – ein **Hundertwasser Architekturprojekt** – bei den Gästen auslöst und wie in diesem großen europäischen Tourismus-Vorzeigeprojekt die **Prinzipien der Nachhaltigkeit** zum Nutzen der KundInnen gelebt werden.

Robert Rogner jr. – Rogner Bad Blumau

Wie **Nachhaltigkeit in Unternehmen** am Beispiel von Tourismusbetrieben **messbar gemacht** werden kann, zeigte detailliert und mit großer Klarheit **Rolf Pfeifer**, langjähriger Vorstand des Forums anders reisen, einem Zusammenschluss von über 120 kleinen und mittelständigen Reiseveranstaltern. Dabei wurde deutlich, dass diese Reiseveranstalter wunderbar aufzeigen, wie der Weg über Bio hinaus (Beyond Bio) hin zu Nachhaltigkeits- und CSR-Konzepten auch für die Lebensmittel- und Naturwarenbranche aussehen könnte.



Rolf Pfeifer – Forum anders reisen

Unsere **globale gesellschaftliche Verantwortung** für die gemeinsamen



Lebensgrundlagen hob **Frithjof Finkbeiner**, Vorstand der Global Marshallplan Foundation, in seinem Beitrag eindrucksvoll hervor. Und er schilderte, wie sein heute zwölfjähriger Sohn Felix 2007 die **Plant-for-the-Planet** Bewegung ins Leben gerufen. Felix Finkbeiner ist inzwischen UNEP Vertreter der Kinder und ihm ist es zu verdanken, dass sich Kinder und Jugendliche aus über 50 Ländern der Welt verpflichtet haben, mindestens eine Million Bäume in ihrer jeweiligen Heimat zu pflanzen. „**Denn WIR Kinder haben morgen das Klima, das IHR Erwachsenen heute macht!**“

Frithjof Finkbeiner – Global Marshallplan Foundation

Nach dem Ausflug in die gesamtgesellschaftliche Verantwortung führte **Ronald Steinmeyer**, Geschäftsführer des bio verlag, unter dem Motto „**Erfolg - gemeinsam erarbeitet, sinnvoll geteilt**“ die TeilnehmerInnen in die Welt der unternehmerischen Verantwortung für die mitarbeitenden Menschen. In seinem zukunftsweisenden Vortrag zeigte er dabei unter anderem auf, dass die Übernahme von Verantwortung, die vollständige Transparenz auch in der Gehaltsstruktur und die Beteiligung aller MitarbeiterInnen am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens erlernt und ständig geübt werden muss.



Ronald Steinmeyer – bio verlag

Gerhard Waterstradt, langjähriger ehemaliger Vorstand und Mitgründer der GLS-Bank, wies darauf hin, wie ein **am Menschen orientiertes Finanzsystem** lebensfördernde Initiativen und Projekte langfristig und nachhaltig unterstützen kann. In der Kürze der ihm gebliebenen Zeit, konnte er das Konzept der GLS-Bank sehr lebendig werden lassen und die Bedeutung von Transparenz und Offenheit bei dieser anderen Art des Umgangs mit den Menschen in Bezug auf Geld aufzeigen.



Gerhard Waterstradt – GLS-Bank, rechts

Beim Come-together am Abend, den Mittag- und Abendessen und den sonstigen Pausen fand in sehr freundschaftlicher Atmosphäre ein reger, intensiver Austausch unter den TeilnehmernInnen und mit den Referenten statt.



Die begleitende **Fachausstellung** bot die Möglichkeit, sich in Ruhe mit innovativen Unternehmen auszutauschen. So hat das **Planungsbüro der Petzinger** in einer sinnlichen und sehr aufwändigen Darstellung **Formen und Farben in der Gestaltung** von Räumlichkeiten vorgestellt.

Und Susanne Schmitz von **Bluebalance** verköstigte an ihrer **Edelsteinwasserbar** mit den wunderbaren „Vitajuwelen“ energetisiertes Wasser von seiner schönsten Seite.



In Kürze erscheint eine Tagungs-DVD mit den Beiträgen der Referenten. Für Euro 20.- zu beziehen bei r.plum@new-ethics.com.



TeilnehmerInnen – World Café

Wertschöpfung durch Wertschätzung

Wir freuen uns sehr, Sie bei der 2. new ethics Marketingkonferenz am 16. und 17. Juni 2010 in Oberursel begrüßen zu dürfen.



new ethics Institut
für Werte in der Wirtschaft

