

Thema: Klaus-Dieter Koch

Autor: k.A.

MARKEN



PRAXIS



Nachhaltigkeit ist kein Trend

Mit Trends ist das so eine Sache. Hört sich schlüssig und gut an, ist aber oft nur eine gut gerührte und aufgekochte Brühe, die nicht die Auswirkungen hat, wie sie einmal von Trendgurus mit ausgefeilter Rhetorik beschrieben wurden. Vielen ergeht es bei dem Trend-Wort „Nachhaltigkeit“ zur Zeit ähnlich. Sie rätseln darüber und zweifeln daran, ob es wirklich so wie beschrieben kommen wird. Soll man wirklich sein gesamtes Unternehmen der Nachhaltigkeit unterordnen wie es Jochen Zeitz, der CEO von Puma, kürzlich angekündigt hat? Soll man wirklich nachhaltige Produkte entwickeln, will dies der Kunde denn auch und ist er bereit den Mehrpreis zu bezahlen? Fest steht: Ein bisschen Nachhaltigkeit geht nicht. Entweder ganz oder gar nicht. Das bedeutet massive Änderungen am gesamten Geschäftsmodell des Unterneh-

Klaus-Dieter Koch
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust

mens, verbunden mit großen Investitionen und Risiken. Damit sind Skepsis und Zweifel von vielen Unternehmern sicher berechtigt.

Wir sagen dazu : Die Nachhaltigkeit wird unser ganzes restliches Leben bestimmen und damit die Art und Weise wie wir konsumieren, arbeiten, wirtschaften und leben massiv und für immer verändern. Diese absolute Aussage hat einen einfachen Grund: Die Transparenz des Internets. Jede Umweltkatastrophe wie aktuell im Golf von Mexiko, jeder neue Lebensmittelskandal sensibilisiert die Menschen weiter. Diese lassen sich nicht mehr über klassisches Marketing manipulieren, denn das Internet sagt sofort wie es wirklich ist.