

Ansprechpartner:
Richard Häusler



Datum:
29.09.09

Kontakt:
stratum® GmbH
Boxhagener Str. 16
Alte Pianofabrik
10245 Berlin

Fon 030.223 25 270
Fax 030.223 25 271

info@stratum-consult.de
www.stratum-consult.de

Motto-Show in Berlin

Für die Konsumwende werben

Neuartige Konferenzform soll nachhaltigen Konsum verstärken

Auf die Konsumenten ist auch in der Krise Verlass. Weder brach bisher der private Konsum in Deutschland ein noch hat sich die Geiz-ist-geil-Mentalität weiter ausgebreitet. Im Gegenteil weisen viele Untersuchungen darauf hin, dass gerade in den Zeiten der Wirtschaftskrise die Qualitäts-, Service- und Wertorientierung der Kunden gestiegen ist. Nachhaltigkeit ist ein Kaufkriterium vieler Konsumenten geblieben, das zeigt die konstante Nachfrage Produkten aus ökologischer Erzeugung und fairem Handel.

Mancherorts erwartet man allerdings noch mehr von den konsumierenden Bürgern. Der Anteil der nachhaltigkeitsbewussten Käufer müsste nämlich noch viel größer werden, wenn tatsächlich so etwas wie eine ökologische Konsumwende eintreten soll, um die Klimawirkungen und die Energiebilanz unseres Lebensstils merklich zu verbessern. Aus diesem Grund wirbt der Rat für Nachhaltige Entwicklung für einen „nachhaltigen Warenkorb“ und macht sich die Deutsche Bundesstiftung Umwelt Gedanken darüber, wie man einen nachhaltigen Lebensstil durch Marketing und Werbung noch attraktiver machen kann. Letztere hat zu diesem Zweck ein Projekt der Berliner Agentur stratum gefördert. In einer ganztägigen öffentlichen Veranstaltung am 27. November in Berlin werden die Projektergebnisse unter dem Titel „Konsumwende“ vorgestellt und diskutiert. Dabei soll der nachhaltige Konsum möglichst viele Gesichter und Stimmen bekommen. Keine akademische Konferenz will man zu diesem Zweck veranstalten, sondern eine abwechslungsreiche „Motto-Show“.

Die Veranstaltung wird in der Art des Frühstücksfernsehens beginnen. Unter dem Titel „Lebensstile zum Frühstück“ wird eine Talkrunde mit Videos und lebenden Beispielen angekündigt, in der es um fairen Blumenhandel, regionale Nahrungsmittel, eine Biofriseurin und gesunde Schulverpflegung

gehen soll. Als besonderer Gast wird Dr. med. Gunter Frank angekündigt, der mit der provokativen These auftritt, dass es für nachhaltige Gesundheit unwichtig ist, ob man sich „bio“ oder nicht „bio“ ernährt. Im Anschluss tritt mit Hans-Georg Häusel ein Experte für Neuromarketing auf, der erklären kann, welche Nachhaltigkeits-Versprechungen überhaupt die Chance haben, auch emotional im Gehirn des Konsumenten verankert zu werden. Nach dem Mittagessen gibt es einen Wechsel aus Diskussionsrunden und Workshops. Auftreten werden Journalisten, Banker, Globalisierungskritiker, Vertreter des Nachhaltigkeitsrates der Bundesregierung und Werbefachleute. Die Agentur stratum hat angekündigt, ihre eigenen Erkenntnisse über „die Formel, mit der man Nachhaltigkeit am besten verkaufen kann“, preiszugeben. Kurze magazinartige Features lockern das Geschehen immer wieder auf.

Mehr Informationen zu der ersten deutschen Motto-Show über Nachhaltigkeit gibt es im Internet unter www.stratum-consult.de oder Telefon 030-22325270.