

PRESSEMELDUNG

Nachhaltig handeln zahlt sich langfristig aus

Unterschleißheim, 19.04.2011 - Die Marketing-Referentin Susanne Büttner berät Unternehmen und hält Vorträge darüber, wie Unternehmen Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und Wertschätzung von Mensch und Natur täglich leben können. Sie erläutert dabei gangbare und effiziente Wege, die sich auch mit den wirtschaftlichen Unternehmenszielen vereinbaren lassen.

Als langjährige Lohas-Anhängerin lebt Susanne Büttner seit Jahren genau das, was sie als Expertin für zukunftsorientiertes Marketing mehr und mehr Unternehmen näher bringt: Ethisches Handeln bremsst nicht den Unternehmenserfolg, sondern fördert das Unternehmen auch aus wirtschaftlicher Sicht. Wenn man es richtig macht.

Unternehmen, die für ihre Leistungen 2010 sogar mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet wurden machen es vor: Deutsche See, alverde NATURKOSMETIK (dm), SAP, C&A, Daimler, REWE, Unilever und Vaillant vereinen Nachhaltigkeit, Ökologie und Ökonomie. Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist längst in den großen Unternehmen angekommen.

Doch es gibt auch Beispiele dafür, was passieren kann, wenn Unternehmen nicht auf gesellschaftliche geforderte Werte achten. Nachrichten werden heute schnell und in Zukunft noch schneller verbreitet. Dafür sorgen soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter. Längst werden auf diesen Portalen mehr Nachrichten ausgetauscht als die viel belächelten Belanglosigkeiten früherer Tage. Diese Tatsache und die Macht, die die sozialen Netzwerke haben, dürfen Unternehmen einfach nicht mehr vernachlässigen. Ein aktuelles Beispiel und der bisher erfolgreichste Umweltprotest im Internet ist die Greenpeace-Kampagne „Nestlé, give the Orang Utan a break“ aus dem März 2010. Die Kampagne richtet sich ganz gezielt gegen den Nestlé-Schokoriegel Kitkat, denn dieser enthält Palmöl. Greenpeace will mit der Aktion den Ausbau von Palmölplantagen stoppen, da sie

susanne büttner

Expertin für zukunftsorientiertes Marketing

den indonesischen Regenwald verdrängen, den Lebensraum der Orang-Utans vernichten und den Klimawandel verstärken. Mit einem drastischen Video protestiert Greenpeace im März 2100 dagegen und fordert zu weltweiten Protesten gegen Nestlé auf. Nur zwei Monate später, im Mai 2010, ist es geschafft. Nestlé erklärt öffentlich, in Zukunft auf Palmöl und auf Papier aus dem indonesischen Regenwald zu verzichten. Der Internet-Protestaktion waren 250.000 Menschen gefolgt. 1,5 Millionen Menschen hatten bis dahin das Video bei YouTube gesehen. 2.000 Menschen twitterten die Forderung an Nestlé, die Greenpeace von der Nestlé-Zentrale in Frankfurt am Main auf einer Großbild-Leinwand zeigt. Nestlé ist der größte Lebensmittelkonzern der Welt mit einem Jahresumsatz von über 80 Milliarden Euro.

Dieses Beispiel zeigt, dass selbst große und größte Unternehmen die Macht der sozialen Netzwerke nicht unterschätzen dürfen. Es gibt zahlreichen weitere Beispiele, in denen kleinere Ursachen ähnliche Wirkungen hervorriefen. Das Beispiel zeigt auch, dass Umweltschutz-Organisationen und kritische Verbraucher besonders gut in den sozialen Netzwerken verankert sind, eine hohe Akzeptanz und hohes Vertrauen genießen und dieses begleitet von einem professionellen Marketing für ihre Zwecke zu nutzen wissen.

Wie Unternehmer jeder Größenordnung erfolgreich und ökonomisch sinnvoll Nachhaltigkeit implementieren können und wie sie dies kommunizieren mithilfe der sozialen Netzwerke, das erklärt die Marketing-Rednerin und Expertin für zukunftsorientiertes Marketing Susanne Büttner auf Ihren Vorträgen. Mehr Informationen gibt es auf der Webseite: <http://www.susannebuettner.de/>

.....
Susanne Büttner überzeugt durch lebendige und verständliche Marketing-Vorträge. Sie vermittelt Wissen auf eine spritzige, frische Art, die die Zuhörer regelmäßig mitreißt. Ihr umfangreiches Marketingwissen beruht auf jahrelanger Erfahrung und regelmäßigen Fortbildungen. Susanne Büttner versteht es, ihre Zuhörer dauerhaft zu motivieren und sie gibt ihnen praktische Tipps an die Hand. Mit der von ihr entwickelten Kirschkerne-Strategie® lässt sich Marketing einfach umsetzen und kontrollieren. www.susannebuettner.de