

1/2-2013

Szene DMV



News und Impressionen aus dem Deutschen Marketing-Verband

www.marketingverband.de
info@marketingverband.de

INHALT

Gala 1977: 35-jähriges Jubiläum MC Aachen	Seite 65
Norddeutscher Vertriebstag: Zwei Tage, zwei Themen	Seite 66
DMV überreicht den Deutschen Marketing-Preis 2012 an Zalando	Seite 67
Marketing-Awards der Marketing-Clubs	Seite 68

→ MC Bergisch-Land

Wachstum neu definieren

Zum Thema „Nachhaltige Produktion und Wohlstandsentwicklung – (k)ein Widerspruch?“ hatte der Marketing-Club Bergisch-Land die Leiterin der Forschungsgruppe „Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren“ am Wuppertal Institut, Prof. Dr. Christa Liedtke, sowie den Bundestagsabgeordneten der Partei Die Grünen, Dr. Hermann E. Ott, zum Vortrag eingeladen. Ott ist seit 2009 im Bundestag und unter anderem Obmann seiner Partei in der Enquete-Kommission Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität. Dem Wuppertal Institut ist er seit 1994 verbunden und leitete zuletzt dessen Dependance in Berlin.

Ott möchte eine neue Sicht auf den Begriff Wachstum, den „Fetisch der Ökonomen“, schaffen, denn Wachstum sei mehr als nur die Arbeitslosenquote und das Bruttoinlandsprodukt. Neben den wirtschaftlichen zählen auch soziale und ökologische Indikatoren dazu. Ebenso spiele der Faktor Glück eine wichtige Rolle. Ein großes Problem sei der Rebound-Effekt beim Einsparen von Ressourcen, denn die Effizienzgewinne werden den Verbrauch bis heute nicht kompensieren. „Die ökologischen Grenzen unseres Planeten sind die Grenzen unseres Handelns“, warnt Ott. Doch er weiß, dass ein Umdenken nur im Konsens und in kleinen Schritten erreicht werden könne.

Mit der Initiative „hundertprozentig.ERNEUERBAR“ möchte er die Region Bergisches Land zu einem Vorreiter auf dem Gebiet der erneuerbaren Energien machen. Mit Partnern

wie dem Institut, der Universität, der Energieagentur oder der Bergischen Entwicklungsagentur sieht er die Region auf dem Weg in eine neue Nachhaltigkeitsstrategie gut gerüstet.

Christa Liedtke stimmt ihm zu. Für die promovierte Biologin und studierte Theologin, die seit 1993 am Wuppertal Institut forscht, ist der Weg hin zu nachhaltigem Konsumieren und Produzieren ein hochkomplexes System. „Wir sind noch nicht da, wo es hart wird“, erklärt Liedtke. Er meint damit mehr oder weniger restriktive Maßnahmen, die einen Wandel erzwingen könnten. Das sei weder das Ziel, noch realisierbar. Dieser könne nur in den Köpfen der Menschen geschehen, und dazu sei es notwendig, vor Ort zu schauen, wie Nutzer leben und produzieren, was ihre Lebensstile sind und wie man sie vor diesen Hintergründen sensibilisieren könne. Was macht die Menschen glücklich? Lohnt es, sie zu einem Verzicht der heutzutage so wichtigen Statussymbole überreden zu wollen, wenn dieser Verzicht immense soziale Kosten verursachen würde?

Für den nötigen und grundlegenden Transformationsprozess seien in jedem Fall neue Ideen und neue Instrumente gefragt, sagt Liedtke und wies auf bereits laufende Projekte hin: das europaweite SusLabNWE mit der InnovationCity Ruhr und der Modellstadt Bottrop für den Klimaschutz, die Initiative Kurs21, die in den Schulen verschiedener Bundesländer Grundwissen zum Thema Nachhaltigkeit vermitteln will, oder das Netzwerk GET NEUTRAL für klimaneutralen Konsum. In der sich anschließenden regen Diskussion stellte Clubmitglied Jochen Stiebel von der Bergischen Gesellschaft für Ressourceneffizienz abschließend das Projekt „Neue Effizienz“ vor, das das Ziel hat, die Ressourceneffizienz der Unternehmen im Bergischen Städtedreieck zu verbessern.