



Nachhaltiger Konsum: Zukunftsfähige Lebens- stile verbreiten

Die Nachhaltigkeitskommunikation in unserer Gesellschaft steht vor einem Paradigmenwechsel. Die ideologisch-moralische Definition von Nachhaltigkeit weicht immer mehr einer ästhetisch-pragmatischen Einstellung. Nicht das schlechte Gewissen über unseren „ökologischen Fußabdruck“ motiviert die neuen Nachhaltigkeitsmilieus in unserer Gesellschaft, sondern die Verbindung von Lebensqualität mit ökologischer Verantwortung, von Schönheit und Genuss mit global-ethischem Denken, von Konsumfreude mit Gerechtigkeitsinn.

Chiffre dieses Wandels ist der von Trendforschern geprägte Begriff Lohas für „Lifestyle of Health and Sustainability“. Können wir den Lohas-Trend nutzen, um nachhaltige Lebensstile und Konsummuster zu verstärken und zu verbreiten?

In einem von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Modellprojekt möchten wir einige Fragen beantworten, die für die Unterstützung und Verbreiterung eines „nachhaltigen Konsums“ in unserer Gesellschaft heute entscheidend sind. Das Projekt will Akteure der Umwelt- und Verbraucherbildung und -beratung in die Lage versetzen, ein neues, lifestyle-orientiertes Paradigma der verbraucherbezogenen Nachhaltigkeitskommunikation praktisch umzusetzen. Zu diesem Zweck werden auch eigene Marktforschungsergebnisse verwendet.



Verführung zur Nachhaltigkeit



Das sind die Experten aus der Marktforschung, die das Projekt begleiten: Dr. Stefan Siemer (&EQUITY), linkes Bild, und Florian Allgayer (Allgayer Media GmbH).

„Viel Wort, aber wenig Witz. Viel Appeal, aber wenig Sex-Appeal“ - das bescheinigt der Kommunikationsexperte Dr. Stefan Siemer den Verfechtern von „Nachhaltigkeit“ und erklärt damit die Erfolglosigkeit

fast jedweder „Nachhaltigkeitskommunikation“. Andererseits beweist die wachsende „Lohas“-Welt, dass es durchaus Konsumentenbedürfnisse gibt, die inhaltlich sehr viel mit Nachhaltigkeit zu tun haben. Die Welt könnte also besser werden - nicht wegen politisch-pädagogischer Programme, sondern wegen der Konsumententscheidungen vieler Menschen. Denken Sie mit uns darüber nach, wie es gehen könnte, dass Nachhaltigkeit nicht mit Verzicht und Langeweile assoziiert, sondern richtig verführerisch wird! Am 29./30. Mai in Berlin. An einem kreativen Ort...

Partner für zukunftsfähigen Lebensstil

Lebensstil ist das Thema Nr. 1 für viele Branchen, die erkannt haben, dass immer mehr Menschen nicht nach Produkten suchen, sondern nach Sinn, Wert und Selbstausdruck. Für viele Zielgruppen sind Aspekte der Nachhaltigkeit heute ein wesentliches Kriterium bei Kaufentscheidungen und im Konsumverhalten. Ob „Netzwerkinder“, Angehörige der „Generation X“ oder die in die Jahre kommenden „Babyboomer“ - in allen Altersgruppen spielt der ethische Konsum eine zunehmende Rolle. Um die gesellschaftliche Breite des Themas zu erfassen, stellen die Dialogpartner des Projekts ihre eigenen Erfahrungen und Praktiken in der Nachhaltigkeitskommunikation und im Zielgruppen-Marketing zur Verfügung. Mit dabei sind bislang: Arcandor AG, Norintra House of Fashion, AOK Baden-Württemberg, das Internetportal LOHAS.DE, Die Zunft AG sowie als Medienpartner ECO WORLD.

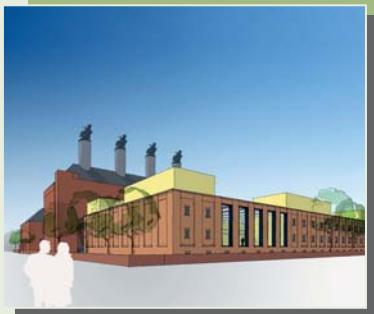


Zukunftsfähige Lebensstile entwickeln

Malzfabrik, Bessemerstraße 2-14, 12103 Berlin*

Donnerstag, 29. Mai 2008 (Konferenz)

- 10:30 Uhr Eröffnung durch **Hella Dunger-Löper**, Staatssekretärin, Senat für Stadtentwicklung (angefragt)
- 11:00 Uhr Begrüßung durch **Frank Sippel**, Geschäftsführer Real Future AG
- 11:30 Uhr „Gibt es die Lohas wirklich?“ **Peter Parwan**, Betreiber des Lifestyle-Portals www.lohas.de
- 12:30 Uhr „Was will das stratum-Projekt erreichen?“ **Richard Häusler**, Geschäftsführer stratum GmbH
- 13:00 Uhr Mittagspause
- 14:00 Uhr „Nachhaltiger Konsum und mediale Inszenierung“ **Fritz Lietsch**, ECO WORLD
- 15:00 Uhr Kaffeepause
- 15:30 Uhr „Kommunikative Verführung zu Nachhaltigkeit“ **Dr. Stefan Siemer**, &EQUITY
- 16:30 Uhr „Anfragen an die Marktforschung - Panel der Projektpartner“
- 17:30 Uhr „Lohas-Orte - Pläne für die Alte Schultheiss Mälzerei“ **Axel Koschany**, Koschany + Zimmer Architekten KZA und **Martin Rossi**, Die Zunft AG
- 18:15 Uhr Rundgang durch das Gelände



Freitag, 30. Mai 2008 (Workshop)

- 09:30 Uhr „Zielgruppen finden und gewinnen“ **Florian Allgayer**, Allgayer Media GmbH
- 10:30 Uhr „Systematische Zielgruppen-Analysen in verschiedenen Nachhaltigkeitsmärkten“
- 13:00 Uhr Mittagspause
- 14:00 Uhr Interne Projektplanung mit den Partnern (bis ca. 16 Uhr)

* Bezirk Schöneberg-Tempelhof, Nähe ICE-Haltepunkt Südkreuz, Autobahnausfahrt Alboinstraße, S-Bahn Südkreuz, U-Bahn Alt-Tempelhof, Bus Eresburgstr.

stratum® GmbH

**Boxhagener Str. 16
Alte Pianofabrik
10245 Berlin
Deutschland
Fon 030.22325270
Fax 030.22325271
Mobil 0172.8332362
info@stratum-consult.de
www.stratum-consult.de**

**Geschäftsführer
Claudia Kerns . Richard Häusler
Amtsgericht Charlottenburg
HRB 112361 B**



A n m e l d u n g

So sind Sie von Anfang an dabei! Sichern sich Ihren Platz auf der Kick-off-Konferenz gleich jetzt!

Vorname

Name

Institution

PLZ Ort

Straße

E-Mail

Teilnahme nur am 29. Mai (Konferenz) - EUR 89,00*

Teilnahme am 29./30. Mai (Konferenz + Workshop) - EUR 99,00*

*** inkl. Tagungsunterlagen und Bio-Verpflegung zzgl. MwSt.**

Ich melde mich hiermit verbindlich an!

Unterschrift