

Konsum **w**end

Eine Motto-Show
zur Nachhaltigkeit





Erleben Sie, was Nachhaltigkeit real werden lässt und treffen Sie Menschen, die die **Konsumwende** leben. Vielfältig, kontrovers und unterhaltsam.

Nachhaltigkeit wird heute als universelle Lösungsformel gehandelt. Nachhaltigkeit bedeutet: Die Welt wird global gerechter, der Klimawandel wird gestoppt und die Gegensätze zwischen Ökonomie und Ökologie lösen sich auf.

Was bislang eine politische Vision war, ist inzwischen auch in den Alltag eingedrungen. Wir entdecken den „nachhaltigen Konsum“ als neuen Lebensstil und ernennen die so genannten LOHAS zur Avantgarde des nachhaltigen Zeitalters. **Werbung für nachhaltigen Konsum**, so die Hypothese, könnte in Zukunft **erfolgreicher** sein als alle politische Bildung und Öko-Aufklärung der letzten dreißig Jahre.

Nachhaltiger Konsum ist Thema für...

Schirmherr der Konsumwende

Dr. Franz Ehrnsperger: Inhaber von Neumarkter Lammsbräu und der Wegbereiter für Biobier

„Immer heftiger auftretende Naturkatastrophen, wie kürzlich die Erdbeben in Indonesien, zeigen die bedrohlichen Konsequenzen des menschlichen Eingriffs in die Natur. Allein die konventionelle Lebensmittelherstellung, wie beispielsweise der Einsatz von Kunstdünger und Pestiziden, trägt mit 25% zum negativen Klimaeffekt bei. Mit Hilfe des Öko-Landbaus wird dieser Effekt jedoch vermieden.

Das Bier- und Erfrischungssortiment von Neumarkter Lammsbräu wird 100% ökologisch hergestellt, d. h. ohne Beimischung von künstlichen Zutaten und Hilfsmitteln. Die ökologische Anbauweise verhindert zudem den Eintrag gefährlicher Pestizide und erhält die Artenvielfalt. Für solch eine lebenswerte Zukunft brauchen wir Menschen, die an die Zukunft glauben und etwas dafür tun. So möchten wir mit unserem Unternehmenskonzept auch andere anstecken und verleihen deshalb seit 8 Jahren den Nachhaltigkeitspreis, der inzwischen sehr hohes Ansehen in Deutschland genießt.

Eine Kultur der Nachhaltigkeit kann aber auch von jedem Einzelnen gefördert werden, zum Beispiel durch einen nachhaltigen Lebensstil. Damit solch eine ökologische Konsumwende eintritt, bedarf es nachhaltiger Kaufkriterien: frisch und regional einkaufen, am besten Bio. Zu diesem spannenden Thema veranstaltet stratum® am 27. November die Konsumwende: Eine Motto-Show zur Nachhaltigkeit und gibt damit einen Anstoß zum nachhaltigen Lebensstil.“



...Dr. Franz Ehrnsperger...

Mottoüberblick zur Konsumwende

- 8:30** Empfang und Small Talk
- 9:00** „Lebensstile“ zum Frühstück. Ein Feature-Talk mit Videos und lebenden Beispielen.
Dr. Gunter Frank . Silke Peters . Malte Mehler . Ingrid Theißen . Dr. Harald Hoppe
- 10:30** Neuromarketing für Nachhaltigkeit. Ein Wissenschaftsmagazin mit Praxiswert
Dr. Hans Georg Häusel
- 12:00** Wer wird (Nachhaltigkeits-)Millionär? Das Quizduell zwischen LOHAS und LOVOS.
Moderation: Marcus Richter
- 13:00** Mittagspause
- 14:00** Grünmagazin am Mittag. Aktuelle Nachrichten aus der Welt der Nachhaltigkeit.
Moderation: Claudia Kerns
- 14:30** Kontrovers und ehrlich. Der Nachhaltigkeitstalk zur LOHAS-Marketingformel von stratum®.
*Jacqueline Roussety . Toralf Staud . Kathrin Hartmann . Peter Unfried . Cornelia Menner
Johannes Schwaderer*
- 15:45** Kaffeepause
- 16:00** Mitten im Leben. Bewegende Beispiele aus erster Hand. Parallelworkshops.
Dr. Gunter Frank . Dr. Harald Hoppe . Heiko Rittweger . Matthias Patzelt
- 18:00** Grünmagazin zum Abend. Im Gespräch mit zwei Bio-Unternehmern.
Frank Lüske . Ulrich Unbekannt . Moderation: Gerd Dehnel
- 18:45** Wer will, kann gehen... zum Chillout in die stratum® lounge.



...einen ganzen Tag...

Grusswort: Prof. Dr. Maximilian Gege, Vorsitzender von B.A.U.M. e.V.

*Kommen Sie zur Konsumwende,
weil ohne nachhaltigen Konsum
keine gesellschaftliche Verände-
rung möglich ist!*

„Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V. und seine inzwischen mehr als 500 Mitgliedsunternehmen setzen sich seit 25 Jahren für ein umweltverträgliches, nachhaltiges Wirtschaften ein. „Ein Planet wird geplündert“, so lautet der Titel eines Buchs von Herbert Gruhl, das für mich 1979 eine Initialzündung darstellte und mein Engagement für B.A.U.M. begründete. Doch nicht nur Wirtschaft und Politik, auch der Einzelne kann seinen Beitrag dazu leisten, dass unser Planet nicht geplündert wird: durch Energiesparen im Haushalt, den Einsatz Erneuerbarer Energien, die Nutzung von Ökostrom, effizientes Heizen und die Durchführung von Dämmmaßnahmen an Gebäuden, durch die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel, den Konsum von Bioprodukten. Politisch motivierte Konsumentenboykotts haben in der Vergangenheit gezeigt, wie groß die Macht der Verbraucher ist. Nutzen wir diese Macht positiv: Kaufen wir kritisch und nachhaltig!“



...B.A.U.M. e.V....

Dr. med. Gunter Frank
Bestseller-Autor und Ernährungsspezialist mit unbequemen Erkenntnissen.

Essen, worauf man Appetit hat! Das ist die Botschaft von Arzt und Ernährungsspezialist **Dr. Gunter Frank**. Mit seinem Bestseller „Lizenz zum Essen“ sorgt er seit einem Jahr für Wirbel um allgemeine Lehrmeinungen der Ernährung, wie auch bei „Menschen bei Maischberger“. Mit seiner revolutionären Beschreibung von Frau Rundlich und Herrn Hager räumt er auf mit dem Mythos, dass sich Sport und die vermeintlich gesunde Ernährung positiv auf das Körpergewicht auswirken. Er spricht den gesunden Menschenverstand und die Tatsache an, dass Menschen von Natur aus unterschiedlich sind.

Auch nachhaltiger Konsum lebt von Glaubenssätzen. Deshalb freuen wir uns auf die kritischen Diskussionsimpulse von und mit Dr. Gunter Frank, der am Beispiel von Ernährung und Gesundheit die **Grenzen des nachhaltigen Konsums** aufzeigt.

Special Guest



Warum Ihr Gewicht mehr mit Stress zu tun hat, als mit dem, was Sie essen

...Dr. med. Gunter Frank...

Moderatorinnen mit Profil Anja Heyde und Sandra Berndt



Anja Heyde gehört zum Team des **ZDF-Morgenmagazins**. Für die Moderatorin ist dies eine große Herausforderung, denn keine andere Sendung in Deutschlands TV-

Landschaft schafft am frühen Morgen den Spagat zwischen seriöser Information und lockerer Unterhaltung wie das „Moma“.

Anja Heyde moderiert 9:00 das Frühstücks-Feature der **Konsumwende**.

Sandra Berndt ist Wirtschaftsmoderatorin der **Deutschen Welle**. Ihre bisherigen journalistischen Stationen waren beim RBB, beim Hessischen Rundfunk in Washington, bei RTL und SAT.1. Von ihr stammt der Satz: „Je mehr Information, desto besser!“. Diesem eine verständliche Form zu geben, das ist ihr persönlicher Anspruch.

Sandra Berndt moderiert 14:30 den Nachhaltigkeitstalk.



...Fernsehjournalisten...

Motto 1:

„Lebensstile“ zum Frühstück. Ein Feature-Talk mit Videos und lebenden Beispielen.

9:00

Silke Peters empfiehlt Rosen aus Ecuador und hat ein gutes Gewissen dabei. Als Geschäftsführerin von Flower Label Program ist **Fairness in der Zierpflanzenproduktion** ihr persönliches Anliegen.

Malte Mehler ist Koch und lädt zu neuen Geschmackswelten ein. Mit „Malte kocht“ organisiert er Kochkurse für Kinder. Seine persönliche Mission ist es, Menschen die **Lust am Kochen wieder beizubringen**.

Ingrid Theißen vertritt als Biofriseurin gern das **Geheimnis nachhaltiger Schönheit**. Die Unternehmerin führt in ihrer „haarpraxis“ in Köln ausschließlich ganzheitliche Haarbehandlungen durch.

Dr. Harald Hoppe begeistert Schulkinder für Salat, Gemüse und 100% Bio. Sein Bio-Catering für Schulen wuchs innerhalb kurzer Zeit rasant. Inzwischen ist er auch erfolgreicher Restaurantbesitzer.



Mit Praxisworkshop am Nachmittag!

...Menschen, die bewegen...

Motto 2:

Neuromarketing für Nachhaltigkeit. Ein Wissenschaftsmagazin mit Praxiswert.

10:30

Dr. Hans Georg Häusel ist Autor mehrerer Bestseller zu Neuromarketing und Experte für Konsumentenverhalten. Er entwickelte Limbic®. Ein Modell, das Erkenntnisse der Gehirnforschung, der Psychologie und der Evolutionsbiologie mit empirischer Konsumentenforschung verbindet. Mit hohem Nutzwert für die Marketingpraxis.

Limbic® ist faszinierend und liefert Erkenntnisse, die bislang **noch nicht in der Nachhaltigkeitsdiskussion angekommen** sind. Deshalb ist es nahezu ein Muss für alle Nachhaltigkeitsunternehmer und -engagierten, Limbic® zu kennen. Und nichts ist faszinierender, als es von Dr. Hans Georg Häusel zu erleben. Nutzen Sie diese seltene Gelegenheit!



...Experten, die faszinieren...

Motto 3:

**Wer wird (Nachhaltigkeits-)Millionär?
Das Quizduell zwischen LOHAS und
LOVOS.**

12:00

Zwei Welten liegen im Streit miteinander. LOHAS und LOVOS. LOHAS wollen sich die bessere Welt kaufen. LOVOS bewahren die Welt durch Bescheidenheit. Wer wird glücklicher? Wer wird gewinnen? Wer wird die Welt retten? Unser Wissens- und Einstellungsquiz bringt die Entscheidung. Beobachten Sie unsere Rateteams und entscheiden Sie mit, wer die Welt retten darf.

Motto 4:

**Grünmagazin am Mittag. Aktuelle
Nachrichten aus der Welt der Nach-
haltigkeit.**

14:00

Unsere News-Redaktion hat die neuesten Meldungen und Hintergründe für Sie zusammengestellt: Wie weit sind die Unternehmen mit der Nachhaltigkeit? Spielen die Konsumenten mit? Durchschauen Sie das Greenwashing? Können Politik und Verbände die richtigen Weichen stellen? Mit Videobeiträgen zur Stimmungslage sowie der Toplist der Nachhaltigkeitsmythen.



Moderiert wird das Quizduell von **Marcus Richter**, Redakteur und Moderator bei FRITZ (rbb) und Redakteur beim ZDF.



Moderiert wird das Grünmagazin von **Claudia Kerns**, Geschäftsführerin der **stratum®** GmbH.

...für Menschen mit Humor...

Motto 5:

Kontrovers und ehrlich. Der Nachhaltigkeitstak zur LOHAS-Marketingformel von stratum®.

14:30

Jacqueline Roussety unterstützte den Tatort-Kommissar Andreas Hoppe in seinem wohl schwersten Fall: seinem Selbstversuch, sich regional zu ernähren. Sie setzte seine Erfahrungen literarisch in Szene und hat einiges zu berichten aus einem Jahr „emotionales Achterbahnfahren“, wie Hoppe seinen Versuch selbst bezeichnet. Denn auch für die Schauspielerin und Regisseurin war es **nicht nur ein Literaturprojekt...**

Toralf Staud hinterfragt kritisch und will bewegen. Deshalb reizte es ihn, die Flut der grünen Unternehmenspressemitteilungen detailliert zu recherchieren. Heraus gekommen ist eine Art Ratgeber, **der kurzweilig und ironisch Dutzende Fälle von Greenwashing aufspießt**. Von A wie Airbus bis X bis X-Leasing ein kritischer Blick auf Unternehmen und Lobbyisten, deren Marketing viel verspricht, aber weniger hält.



© Gerrit Hahn

...Globalisierungskritiker...

Motto 5:

Kontrovers und ehrlich. Der Nachhaltigkeitstak zur LOHAS-Marketingformel von stratum®.

14:30

Kathrin Hartmann beschreibt in ihrem neuen Buch „**Ende der Märchenstunde**“ ebenso kritisch wie humorvoll das Lebensgefühl der Generation, die durch Konsum die Welt schmerzfrei verändern will.

Peter Unfried ist Chefreporter der taz. Er bezeichnet sich als neuen Öko und **glaubt an die Kraft des Konsumbürgertums**. Als Dr. Dilemma entlastet er Utopisten von schlechtem Konsumgewissen.

Cornelia Menner verdient mit **LOHAS ihr Geld**. Als Chefredakteurin des ausgewiesenen LOHAS-Magazins „MYLIFE“ weiß sie, wie die Zielgruppe anzusprechen ist und wozu sie sich bewegen lässt.

Johannes Schwaderer studiert noch und ist schon Unternehmer. Sein Produkt: Bier. Doch die Aufmachung lässt zweimal hinschauen. **Mit maximaler Schlichtheit und Ehrlichkeit will er der Werbeflut entgegen treten.**



...Kontroversen...

Motto 6:

Mitten im Leben. Bewegende Beispiele aus erster Hand.

Parallelworkshops zum Mitmachen.

16:00

Dr. med. Gunter Frank liegt es am Herzen, aufzuklären. Seit über 10 Jahren erlebt er in seiner Praxis täglich Fragen zu gesunder Ernährung. Verglichen mit wissenschaftlichen Studien stellte er fest, dass das Bild von Ernährung, das von Journalisten, Experten und Medizinern in die Medien transportiert wird, sich weder mit den Erfahrungen seiner Patienten noch mit den aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen deckt. Diesen Missstand klärt er auf. Seien Sie gespannt auf kontroverse Diskussionen in seinem Workshop zum Thema: **Gesunder Lebensstil - wissenschaftliche Notwendigkeit oder Ersatzreligion?**



Dr. Harald Hoppe weiß, was Kindern schmeckt. Der Öko-Unternehmer versorgt mit Dr. Hoppe Bio-Catering 40 Schulen und Kitas in verschiedenen Bundesländern mit insgesamt bis zu 7000 Mittagessen täglich und ausschließlich aus ökologisch erzeugten Zutaten. Und den Schülern schmeckt's, weshalb bis zu 95% der Schüler zum „Free Flow Buffet“ in die Mensa kommen. 2007 macht ihn dieses Konzept zum „Caterer des Jahres“. Und um erfolgreich zu sein, entwickelt er sich laufend weiter. Wie, das verrät er Ihnen in seinem Workshop zum Thema: **In der Schule essen lernen - Nachhaltigkeit muss schmecken.**



...Aufklärer und Unternehmer...

Motto 6:

Mitten im Leben. Bewegende Beispiele aus erster Hand.

Parallelworkshops zum Mitmachen.

16:00

Heiko Rittweger besetzt eine Nische. Seine Werbeagentur RITTWEGER und TEAM ist in Thüringen die bekannteste für LOHAS-Marketing. Zu seinen Kunden gehört das Bio-Seehotel Zeulenroda, ein Mekka der LOHAS-Szene in Deutschland. Außerdem war er an der Erarbeitung eines zukunftsorientierten Leitbildes für den Naturpark Thüringer Wald beteiligt. Liest man die Identitätsversprechen seiner Agentur, so entsteht der Eindruck, dass hier Leistung und ein gutes Gefühl zusammen gehören. Ob diese Verbindung wirklich zusammen geht, erfahren Sie in seinem Workshop: **Im Einklang mit der Natur - „Gutes“ Greenwashing.**



Matthias Patzelt ist im bürgerlichen Leben Nachhaltigkeitsmanager bei der BayernLB. Wer Matthias Patzelt kennen lernt, merkt jedoch schnell, dass dies für ihn nicht entscheidend ist. Was ihn auszeichnet, ist seine Liebe zum systemischen Denken. Außerdem traut er sich, offen zu sprechen. Da kann es schon vorkommen, dass er seinen Eindruck von den zahlreichen Nachhaltigkeitsveranstaltungen, an denen er teilnimmt, auch öffentlich äußert und bei Gelegenheit bekennt: „Ich spüre nur ein wenig von der Bewegung, die Veränderung bewirkt.“ Freuen Sie sich auf einen bewegenden Workshop mit ihm: **Das große Wir-Gefühl - Produzenten, Handel und Verbraucher Hand in Hand.**



...Werber und Banker...

Motto 7:

Grünmagazin zum Abend. Im Gespräch mit zwei Bio-Unternehmern.

18:00

Sind wir nicht alle ein bisschen LOHAS? Zwei Bio-Unternehmer - zwei unterschiedliche Philosophien. Die Bio-Unternehmer **Frank Lüske** (Biolüske) und **Ulrich Unbekannt** (viv BioFrischeMarkt) gehören zu den Größen der Berliner Bio-Welt. Doch Bio ist nicht gleich Bio. Freuen Sie sich auf ein spannendes Doppelinterview mit kontroverser Charme und einer Portion persönlicher Unterschiedlichkeit.



Moderiert wird das Grünmagazin zum Abend von **Gerd Dehnel**, Redakteur bei rbb inforadio Berlin.

...Unternehmen...



Wer will, kann gehen... zum Chill-out in die **stratum® lounge**.

Seien Sie unsere Gäste, wenn Sie die Motto-Show **Konsumwende** angemessen ausklingen lassen wollen. Wir freuen uns auf Sie in der **stratum® lounge**, nur eine U-Bahn-Station vom Veranstaltungsort. Unser Tipp: Gehen Sie zu Fuß, lassen Sie die „Stalinbauten“ der Karl-Marx-Allee auf sich wirken und tauchen Sie anschließend in das Flair des Friedrichshainer Kiezes ein.

In der **stratum® lounge** ist **Platz und Atmosphäre für den persönlichen Austausch, kreatives Denken und visionäre Phantasien**. Treffen Sie **stratum®** backstage und genießen Sie das Ambiente der Alten Pianofabrik. Loungemusik umsonst, Drinks zum fairen Preis.

...entspannten Austausch...

Modellprojekt

Strategisches Nachhaltigkeitsmarketing. Kennenlernen unserer Praxispartner am Vorabend in der stratum® lounge.



Den nachhaltigen Konsum mit Strategien, Instrumenten und Methoden eines verbesserten Nachhaltigkeitsmarketings fördern. Das war das Ziel des Modellprojektes, das **stratum®** für die Deutsche Bundesstiftung Umwelt konzipiert und realisiert hat. Alle Praxispartner treffen Sie auf der Motto-Show **Konsumwende**. Wollen Sie jedoch hinter die Kulissen der Projektumsetzungen schauen und die Akteure persönlich zu deren Erfolgen und Schwierigkeiten sprechen, dann kommen Sie am Vorabend des Erlebnistages in die **stratum® lounge**.

26.11.2009 . 18:00 Uhr . stratum® lounge

Lernen Sie kennen:

- Die Biosphären-Koch- und Genießerschule (Saarland)
- Das Konzept für effektives „Klimacoaching“ (Bayern)
- Den Aufbau eines regionalen Blumenmarktes (Berlin)
- Den „Garten der Metropolen“ für Großstadt-LOHAS (Mecklenburg-Vorpommern)
- Den Naturkrimi als die bessere Alternative zum Fernsehen (Mecklenburg-Vorpommern)

...Neugierige...



Auf der Motto-Show **Konsumwende** bekommt Nachhaltigkeit viele neue Gesichter und Stimmen: Infotainment, das bewegt.

Nachhaltiger Konsum ist ein cross-kulturelles Thema, das Wirtschaft und Zivilgesellschaft, Staat und NGOs, Profit- und Non-Profit-Organisationen verbindet. Auf der Motto-Show sollen diese Verbindungen auch sichtbar gemacht und genutzt werden. Bewusst werden deshalb Akteure aus den verschiedenen Sphären eingeladen.

Außerdem wird die Veranstaltung nicht im üblichen akademischen Design stattfinden, weil Marketing und Lebensstil-Kommunikation adäquatere Inszenierungen erfordern, um dem Thema „**Nachhaltigkeit**“ **Attraktivität und Lebensnähe** zu **verleihen**.

...die Verbindung der Welten...



Anmeldung:
stratum-consult.de/news

Sichern Sie sich Ihren Platz bei der Motto-Show **Konsumwende**. Tickets ab sofort erhältlich.

Mit dem Ticket zur Motto-Show **Konsumwende** erhalten Sie Eintritt zur Veranstaltung im Palisa, Pausenverpflegung und -getränke, direkte Ansprachemöglichkeit aller Motto-Gäste, Eintritt zum Chillout in der **stratum® lounge**, ein Subskriptionsexemplar der Publikation „Nachhaltigkeit für alle“ und die Option, am Vorabend die Praxispartner des Modellprojekts „Strategien für Nachhaltigen Konsum“ in der **stratum® lounge** kennen zu lernen.

Das Ticket kostet 290,00 Euro. Kleine NGO's und Studenten zahlen bei Vorlage eines Nachweises 145,00 Euro. Ihr Beitrag zur Finanzierung der Staatskassen verlangt zzgl. 19% MwSt. **Frühbucher** erhalten bis 30.9. **15% Rabatt**.

...schnelle Entscheidungen...

Meine Anmeldung zur Motto-Show Konsumwende

Ich will dabei sein! Deshalb erwarte ich mit Spannung die Teilnahmebestätigung von **stratum®**.

Name

Vorname

Institution

Straße

PLZ/Ort

E-Mail

Telefon

per Fax an:
030.22325271

Der Ticketpreis ist mit Erhalt der Rechnung fällig. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 30 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behalten wir uns vor.



...Formalitäten...



Ein Industriedenkmal mit besonderem Charme. Die Motto-Show **Konsumwende** im Palisa. Seien Sie dabei!

Ort des Erlebnistages

Palisa.de GmbH

Umspannwerk Ost
Palisadenstr. 48
10243 Berlin

www.palisa.de
Fon: 030. 49 85 50 90

Chillout in der stratum® lounge

stratum® GmbH

Boxhagener Straße 16
Alte Pianofabrik
10245 Berlin

www.stratum-consult.de
Fon: 030. 223 25 270

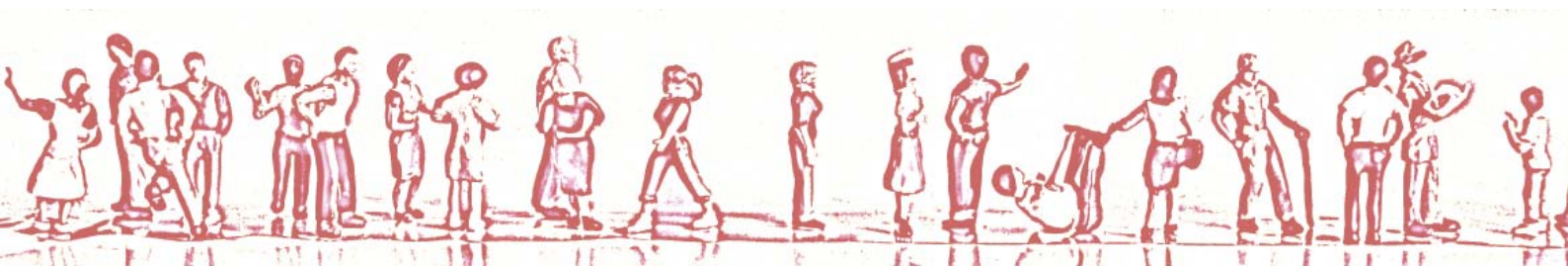


...und spannende Orte.

Unsere starken Partner

Konsum **w**end

Eine Motto-Show
zur Nachhaltigkeit





brand eins

Wirtschaftsmagazin

www.brandeins.de

brand eins beschreibt den momentanen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft, den Übergang vom Informations- zum Wissenszeitalter. Das Magazin holt das Thema Wirtschaft aus der fachlichen Ecke heraus und befreit es vom Image des Kalten, Sachlichen und Unverständlichen. Ohne Nachhaltigkeit im Untertitel zu führen, verbindet brand eins Wirtschaft mit Menschen, Gesellschaft und Zukunft.

Medienpartner



MY LIFE
DIE NEUE ART BEWUSSTER ZU LEBEN

www.mylife-magazin.de

Burda änderte zu Jahresbeginn den Fokus seines vierteljährlichen Gesundheitsmagazins MY LIFE. Die Themenschwerpunkte Umwelt und Nachhaltigkeit werden ausgeweitet, um die LOHAS-Zielgruppe stärker anzusprechen. Darum wurde auch das Layout der Zeitschrift überarbeitet. MY LIFE konzentriert sich auf die Themenbereiche Ernährung, Beauty, Bewegung, Medizin und Umwelt, Ziel ist eine verkaufte Auflage von 150.000 Exemplaren.

Medienpartner



Forum

Nachhaltig Wirtschaften

www.nachhaltigwirtschaften.net

Der Ableger des Öko- und Nachhaltigkeitsportals ECO-WORLD wirft seine ganze mediale Power in die Wagschale, um mit dem FORUM Nachhaltig Wirtschaften die Verantwortung der Unternehmen im Sinne von CSR darzustellen. Das FORUM erscheint auf Englisch auch in einer internationalen Ausgabe. Das Magazin ist seit 2007 vierteljährlich im Zeitschriftenhandel erhältlich.

Medienpartner



www.lebensart.at

Nachhaltiges Wirtschaften, soziale Verantwortung und ökologisches Handeln stehen im Zentrum der Lebensart Verlags GmbH. Das österreichische LOHAS-Magazin erreicht mit dem monatlich erscheinenden Magazin und dem Online Portal 170.000 Leser. Doch LEBENSART ist nicht nur ein öffentlichkeitswirksames Medium. Gleichfalls versteht es sich als Netzwerk für Unternehmen und NGO's.

Medienpartner



changeX IN DIE ZUKUNFT DENKEN

www.changex.de

changeX ist ein Online-Medium, das Ideen für morgen aufspürt, sichtbar macht und voranbringt. changeX identifiziert Themen und Ideen, die für eine selbstbestimmte Zukunft wichtig sind, ordnet sie in die Diskurslinien der Zeit ein und arbeitet ihre Bedeutung für Wirtschaft und Gesellschaft der Zukunft heraus. Die beliebten Formate von changeX sind Interviews, Essays, Buchrezensionen und Reports.

Medienpartner

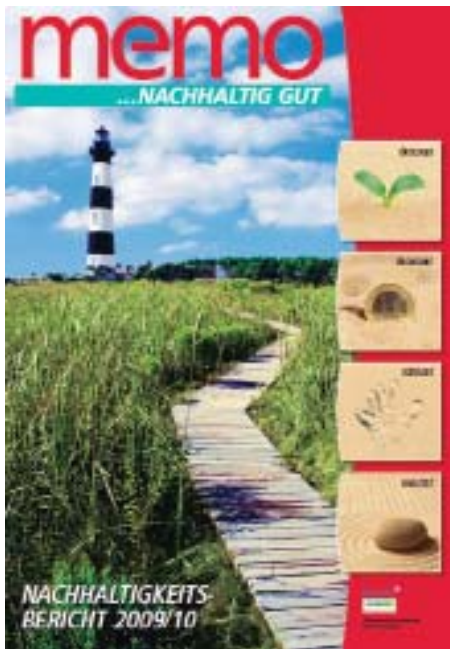


ACHTUNG: Teilnehmer von Konsumwende und Utopia-Konferenz erhalten ab 5.11. 50% Rabatt auf ihre Tickets!

<http://konferenz.utopia.de>
www.utopia.de

Zum zweiten Mal lädt Utopia am 26.11. ein, die wichtigsten „Changemaker“ aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Medien zur Utopia Konferenz in Berlin kennen zu lernen. Unter dem Motto „Der große Hebel“ geht es um DIE 10 großen Ideen und Ansätze, die in den nächsten Jahren wirklich einen Unterschied machen werden. Im Rahmen der Veranstaltung werden am Abend mit den Utopia Awards Vorbilder, Unternehmen, Organisationen und Produkte ausgezeichnet, denen ein solcher Unterschied zugeschrieben wird.

Kooperationspartner



memo
...NACHHALTIG GUT

www.memo.de

memo ist der Vorreiter der nachhaltigen Beschaffung. Seit 1991 hat Jürgen Schmidt konsequent den Versandhandel für das umweltfreundliche Büro ausgebaut. Heute reicht das Sortiment vom Bleistift bis zum Büroschrank. memo beschäftigt 100 Mitarbeiter und gibt natürlich einen Nachhaltigkeitsbericht heraus, der nicht nur die Nachhaltigkeit der Produkte, sondern auch des gesamten Unternehmens belegt.

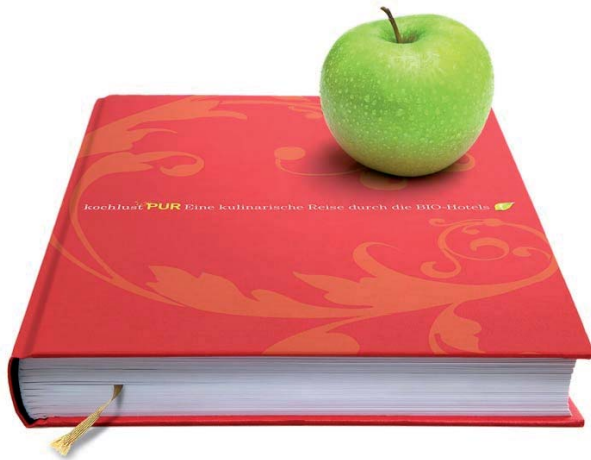
Sachsponsor



www.cellamella.de

Unter dem Label cellamella vermarktet die Imkerei Robert Friedrich Honig aus Erzeugung nach Demeter Richtlinien als Lifestyle-Produkt. Der USP des Konzepts basiert auf der besonderen Produktverpackung - einem violetten Lichtschutzglas und einer Etikettierung, die an pharmazeutische Wellness-Produkte denken lässt. Sieht nicht nur gut aus – schmeckt auch mehr als super lecker.

Sachsponsor



www.biohotels.info

100% Bio - Das Leben pur genießen! Die BIO-Hotels haben die Vision, ihren Gästen eine intakte Landschaft anzubieten - in einer schönen Umwelt, mit sauberem Wasser und guter Luft. Als Gast soll man etwas Besonderes erleben können und viel Spaß haben. Deshalb arbeiten die BIO-Hotels anders. Mit Unterstützung vieler Unternehmen aus der Bio-Szene sprechen sie gezielt die Bedürfnisse bewusster Verbraucher an.

Sachsponsor



www.myclimate.org

myclimate ermöglicht innovative Lösungen im Klimaschutz und fördert den Einsatz von erneuerbaren Energien und energieeffizienter Technologie. Die internationale Initiative gehört weltweit zu den führenden Anbietern von freiwilligen Kompensationsmassnahmen. Zu ihrem Kundenkreis zählen grosse, mittlere und kleine Unternehmen, die öffentliche Verwaltung, Non-Profit Organisationen, Event-Organisatoren sowie Privatpersonen.

Sachsponsor



www.dbu.de

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt ist eine der größten Stiftungen in Europa. Sie fördert innovative beispielhafte Projekte zum Umweltschutz. Bis heute hat sie über 7300 Projekte mit mehr als 1,3 Mrd. Euro Fördervolumen unterstützt. Neben Umwelttechnologie und Umweltforschung gehört auch die Umweltkommunikation zu den Projektschwerpunkten. Der jährlich von der Stiftung vergebene Deutsche Umweltpreis hat ein hohes Renomé.

Förderpartner



B.A.U.M.

Bundesdeutscher Arbeitskreis
für Umweltbewusstes
Management e. V.

1984 - 2009

www.baumev.de

B.A.U.M. (Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V.) ist seit 25 Jahren das Informations-, Beratungs- und Kontaktnetzwerk für Unternehmen mit Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsgedanken. Über 500 Mitglieder profitieren von dem Aufbau und der Pflege vielfältiger nationaler und internationaler Kontakte in Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden, Politik und Medien, die B.A.U.M. initiiert und entwickelt hat.

Netzwerkpartner



www.buchboxberlin.de

Junge Literatur aus aller Welt. Das ist die Leidenschaft der Macher der BUCH-BOX! Kiezbuchhandlung. In Berlin Friedrichshain und Prenzlauer Berg leben sie damit eine besondere Geschäftsphilosophie: Die Kiez-Kultur-Zone. Mit Lesungen, Konzerten, Partys und Street Art lassen sie ihre Kunden an dieser Leidenschaft nicht nur teilhaben, sondern binden sie aktiv ein. Am 27.11. sorgen sie vor Ort für die literarischen Genüsse und Mitbringsel.

Literaturpartner



Botschafter



www.rundum-natur.de



www.bnn-einzelhandel.de



www.eco-world.de

www.BIO-Markt.Info

Online Magazin für den Naturkosthandel

www.bio-markt.info

Nicht ohne meine Bank?!

Nützliche Kontakte. Diskret, persönlich und unverbindlich

Veranstaltung am 10. Dezember in Berlin

www.nomeba.de



YogaRelations
Das Yoga Online Magazin

www.yogarelations.com

Botschafter



Sie wollen Partner der „Konsumwende“ am 27.11. werden? Sprechen Sie mich an!

Konzeption, Organisation, Umsetzung

stratum® GmbH
Boxhagener Straße 16
Alte Pianofabrik
10245 Berlin

www.stratum-consult.de

Ihre Ansprechpartnerin: Claudia Kerns

c.kerns@stratum-consult.de

Fon: 030. 223 25 270