

# Forum

## Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin



# Zukunft gestalten

Demografischer Wandel  
& Fachkräftemangel  
als Herausforderung

Special „Green IT & Energieeffizienz“





# Nachhaltigkeit ist Veränderung

**Diese Devise, mit der stratum® seit Jahren Non-Profit-Organisationen berät und zu kundenbezogenem Denken, marktorientierter Extraversion und wirtschaftlicher Risikobereitschaft motiviert, begegnet der Nachhaltigkeitsagentur mit Sitz in Berlin jetzt selbst. Die Veränderung bei stratum® führt weg von der alleinigen Spezialisierung auf den Non-Profit-Sektor. Dies gründet auf zwei Ursachen: LOHAS und CSR.**

LOHAS steht für die sich durchsetzende Idee, dass Konsum auch ethische Ziele verfolgen kann. Für eine wachsende Zielgruppe (44 Prozent aller über 14-Jährigen) ist „Nachhaltigkeit“ beim Konsum ein Entscheidungs- und Motivationsfaktor. „Wenn wir heute Non-Profit-Organisationen (NPO) in punkto Marktorientierung, Zielgruppen und Marketing beraten“, so erklärt stratum®-Geschäftsführerin Claudia Kerns, „dann beziehen wir uns immer öfter auf den LOHAS-Trend, beschäftigen uns mit Kon-

summarken und deren Nachhaltigkeitsimage.“ Das heißt: Auch für den Non-Profit-Sektor steckt viel Potenzial im LOHAS-Markt.

Und auch umgekehrt: Der Vertrauensvorsprung, den viele NPOs innerhalb der Bevölkerung haben, wird auf einmal interessant für Unternehmens- und Produktmarken des Profit-Sektors. Vom Cause-Related Marketing („Mit jedem Kasten Krombacher etwas für den Regenwald tun“) über Sponsoring bis zu Corporate Citizenship von Profit-Unternehmen wurde eine wertorientierte Ökonomie fast über Nacht zum Wettbewerbsfaktor.

Sogar im War for Talents spielt diese Entwicklung eine Rolle: „Die besten Absolventen wollen nicht einen Job mit mehr Geld, sondern mit mehr Sinn“ (Waldzell Institute, 2006). Die zunehmende Zahl von Social Entrepreneurs und die hohe Attraktivität, die Social Entrepreneurship auf junge, gut ausgebildete Menschen ausübt, sind ein weiterer Beleg dafür. Jede Woche

rufe mindestens ein BWL-Absolvent bei stratum® an und erkundige sich nach der Beraterkarriere im Non-Profit-Sektor, berichtet Claudia Kerns. Profit-Unternehmen haben diese Entwicklung erkannt. Corporate Social Responsibility (CSR) ist bei Konzernen ebenso wie im Mittelstand kein Fremdwort mehr. Die Herausforderung, Vertrauen nach innen und nach außen aufzubauen, zu kommunizieren und zu leben, wird für das Management in den nächsten Jahren rapide zunehmen. Dabei werden auch die Grenzen zwischen Profit- und Non-Profit-Bereich fließender. Beide Seiten brauchen gute Partner. NPOs und NGOs sind strategisch wichtig für die CSR der Unternehmen.

## **stratum® verbindet die Welten von Profit und Non-Profit unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit**

stratum® will seine Kompetenzen und seine Expertise deshalb in Zukunft nicht nur mehr einseitig auf den Non-Profit-Sektor begrenzen. „Die Entwicklung nimmt uns mit und wir freuen uns darauf, auch für Unternehmen und deren Nachhaltigkeitsstrategie tätig zu sein“, kündigt Richard Häusler, ebenfalls stratum®-Geschäftsführer und Senior Consultant, an.

Zum Beratungsportfolio von stratum® gehört die Entwicklung von CSR-Strategien für den Mittelstand, die Implementierung von CSR in die Unternehmenskommunikation nach innen und außen, die Moderation von Stakeholderdialogen sowie Beratung bei Sponsorships und CSR-Kooperationen zwischen Unternehmen, zivilgesellschaftlichen Akteuren und staatlichen Partnern.

**stratum®**

**stratum® GmbH**

Boxhagener Straße 16

Alte Pianofabrik

10245 Berlin

Fon +49 (0)30 / 2 23 25 27 - 0

Fax +49 (0)30 / 2 23 25 27 - 1

E-Mail [info@stratum-consult.de](mailto:info@stratum-consult.de)

[www.stratum-consult.de](http://www.stratum-consult.de)

# ECO World

Das Branchenbuch mit den wichtigsten Adressen für Ihr gesundes & nachhaltiges Leben!



Bestellen Sie noch heute unter [www.eco-world.de](http://www.eco-world.de) oder telefonisch unter 089 / 74 66 11 - 0