

Wirtschaft regional!

# Wirtschaftsblatt

DAS STANDORTMAGAZIN FÜR KÖLN-BONN-AACHEN-LEVERKUSEN

DEUTSCHLANDS AUFLAGENSTÄRKSTES TRANSPORTMEDIUM FÜR IDEEN IM MITTELSTAND.

AUSGABE 3/11 4. JAHRGANG 5,- EURO



## Lifestyle trifft Nachhaltigkeit

Kölner Start-Up launcht Onlineplattform livingResponsible für Produkte mit Geschichte

### Leistungsstarkes Leverkusen

StandortCheck: Die Stadt, ihre Stützen, ihre Standortbotschafter

### Bewegende Ideen

Spezial: Konzepte und Lösungen, die Menschen, Material und Maschinen bewegen

**EXKLUSIV**

Der Chancen-  
Quotient CQ:  
Wo man noch  
Fachkräfte  
findet



**Marktlücke entdeckt: Christian Schmitt bietet nachhaltige Produkte über das Shopping-Magazin *livingResponsible* im Internet an**



***livingResponsible*: Lifestyle-Produkte aus den Bereichen Living, Fashion und Beauty**

# Kundenbindung durch Nachhaltigkeit

Ein Produkt, das mit einer Geschichte verknüpft ist. Ein *Onlineshop*, in dem nicht das angebotene Sortiment im Mittelpunkt steht sondern ökologische und soziale Projekte – das ist es, was die *E-Commerce*-Plattform *livingResponsible* von allen anderen unterscheidet. Das *Shopping*-Erlebnis erhält eine völlig neue Dimension und Unternehmen interessante Instrumente zur Kundenbindung.

**W**ir möchten mit neuen Technologien den verantwortungsvollen Konsum beflügeln“, erklärt Christian Schmitt, Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter des jungen Unternehmens SOCIAL<sup>2</sup>, die Idee, die hinter *livingResponsible* steckt. Mit einem ausgewählten Angebot an nachhaltig hergestellten Produkten in einem *OnlineShopping*-Magazin hat der Jungunternehmer eine Marktlücke entdeckt. Denn eine solche Bündelung von Hintergrundberichten und Produkten auf einer Plattform gab es bisher noch nicht. „Nachhaltige Produkte profitierten bisher nicht richtig vom *E-Commerce*“, sagt Schmitt, der mit der Realisierung von *livingResponsible* im Mai diesen Jahres nicht nur eine Imageverbesserung für verantwortungsvoll hergestelltes und Dienstleistungen geschaffen,

sondern damit auch eine neue, vertrauensvolle Marke etabliert hat.

## Lifestyle trifft Nachhaltigkeit

Neben fair gehandelten Waren bietet das *Shopping*-Magazin hochwertige, aus recycelten Rohstoffen produzierte *Lifestyle*-Produkte und stilvolle Handarbeiten an. Das Besondere dabei: Im Mittelpunkt steht nicht allein das Sortiment, sondern die Personen, sozialen Projekte und Geschichten hinter den Produkten. Den Anstoß zur Umsetzung von *livingResponsible* gab die Messe FAIR in Dortmund. „Wir waren selbst überrascht, welche tollen Produkte dort angeboten wurden: Wohnaccessoires, Möbel aus nachhaltigen Rohstoffen und *Upcycling*-Produkte. Im *Upcycling* werden weggeworfene Dinge zu höherwertigen Produkten verar-

beitet“, erklärt Schmitt. Köln bot sich als idealer Standort für die Vermarktung solcher Waren an, gerade hier gibt es viele *Upcycling*-Projekte. Als Beispiel benennt er den gemeinnützigen Verein JACK IN THE BOX, bei dem Langzeitarbeitslose unter anderem alte Bahncontainer zu Büros, Wohnungen und Verkaufsräumen aufbereiten. Diese sozialen Projekte sind derzeit noch nicht verkaufsorientiert. Aber gerade die Geschichten, die hinter den Produkten stehen, schaffen einen besonderen Kaufanreiz. Daher sollen genau diese im journalistisch aufbereiteten Magazin *livingResponsible* präsentiert werden und Kunden ansprechen. Es ist die emotionale Bindung mit den Menschen hinter den Produkten, die deren Wertigkeit und Einzigartigkeit signifikant erhöht. „Hintergrundinformation direkt bei der Kaufentscheidung bereitzustellen, ist der gro-

ße Mehrwert, den wir bieten“, erklärt der Initiator, der insbesondere mittelständische Firmen als Paten für die Projekte auf *livingResponsible* gewinnen will. „Unternehmen, die sich unterstützend einbringen, werden bei der Projektbeschreibung im Magazin genannt, so dass ihr verantwortungsvolles Engagement für Kunden direkt transparent wird und nicht – wie bei vielen anderen Nachhaltigkeitsberichten – einfach verpufft“, sagt Schmitt.

## Interessant für Unternehmen

Neben der Übernahme von Partnerschaften können sich Unternehmen auch einbringen, indem sie die auf *livingResponsible* angebotenen Produkte direkt erwerben, um sie als Präsente oder Prämien an Kunden und Mitarbeiter weiterzugeben. „Unternehmen können mit einem solchen nachhaltigen Geschenk, das sich ebenso wie jedes industriell hergestellte auch personalisieren lässt, dem Beschenkten eine besondere Wertschätzung zuteil werden lassen. Das trägt zu einem positiven Image und stärkerer Kundenbindung bei“, weiß der Jungunternehmer.

Mit dem ausgewählten Sortiment aus den Bereichen *Living*, *Fashion* und *Beauty* wird insbesondere auch die stetig wachsende Konsumentengruppe der LOHAS angesprochen, die eine große Kaufkraft

besitzt. Der Name steht für „*Lifestyle of Health and Sustainability*“ (Lebensstil für Gesundheit und Nachhaltigkeit), also Personen, die durch ihr Konsumverhalten und gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern wollen. Und für diese Käufergruppe ist *livingResponsible* besonders interessant, da durch die Bündelung von Kaufkraft verantwortungsvoll hergestellte Produkte zu konkurrenzfähigen Preisen abgegeben werden können. So erzielt das Projekt eine *Win-Win*-Situation für alle Seiten.

## Ausgezeichnetes Engagement

„Wir definieren uns über die Dienstleistung. Jeder, der in der Wertschöpfungskette seine Leistung erbringt, soll auch fair dafür bezahlt werden. Wir selbst sind ein Sozialunternehmen, das in erster Linie nicht an Gewinnmaximierung interessiert ist, sondern auch andere Projekte wie beispielsweise das Social Lab KÖLN unterstützt“, sagt Schmitt.

Entstanden ist sein junges und dynamisches SOCIAL<sup>2</sup>-Team aus dem Seminar für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement der Universität zu Köln. Das erklärt, warum das *Start-Up* gezielt auf die Nutzung innovativer Technologien, cross-medialer Interaktion und die Macht von *Social Media* setzt. Für ihr Engagement wurden die Initiatoren bereits im Februar von der

Gesellschaft zur Förderung des Forschungstransfers e. V. mit dem GFFT-Förderpreis für hervorragende Innovationen im Bereich „Bestes *Start-Up*“ ausgezeichnet.

## Nachhaltige Partnerschaften

SOCIAL<sup>2</sup> setzt dabei als Netzwerkagentur gezielt auf Partnerschaften. So auch bei der Ansprache von Unternehmen als Kunden sowie als Paten mit dem ebenfalls noch jungen Unternehmen „Institut für weltbewegende-projekte.“ Das Institut ist spezialisiert auf die Implementierung gelebter Nachhaltigkeit in Unternehmen und wird geleitet von der Kommunikationsexpertin Regina Sauerborn, der Unternehmensberaterin, Trainerin und Coach Eva Kanis und der Fachjournalistin für nachhaltige Projekte Christine Cimera. Als Spezialistinnen schauen die Gründerinnen mit einem ganzheitlichen Ansatz von außen auf Unternehmen und zeigen ihnen, wie sie Nachhaltigkeit als Wachstumsstrategie nutzen können. Die Wirkung zielt gleichermaßen nach außen wie nach innen.

„Wir sagen den Unternehmen, wie sie langfristig am Markt bestehen können“, bringt Kanis die Arbeit der Beraterinnen auf den Punkt. „Ökologie, Ökonomie und Soziales sind ein Dreiklang, der die Wettbewerbsfähigkeit langfristig erhält und erhöht. Dazu gehört auch die Erkenntnis, dass dem Fachkräftemangel oder dem ineffizienten Einsatz von Energie durch die Förderung von Bildungs- beziehungsweise ökologischen Projekten entgegengewirkt werden kann“, sagt Cimera. „Ziel aller Maßnahmen ist es, das Image von Unternehmen zu steigern, die Mitarbeiter zu motivieren und Wettbewerbsvorteile durch Wertewandel zu erreichen. Zum Wertewandel gehört auch verantwortungsvoller Konsum, der über *livingResponsible* gefördert wird“, ergänzt Sauerborn. ■

**livingResponsible c/o SOCIAL<sup>2</sup>**  
**Venloer Straße 241-245 · 50823 Köln**  
**partner@livingresponsible.de**  
**www.livingresponsible.de**

**Institut für weltbewegende-projekte**  
**Kastanienallee 5 · 50968 Köln**  
**verein@weltbewegende-projekte.com**  
**www.weltbewegende-projekte.com**



**Ökologie, Ökonomie, Soziales in Dreiklang bringen – das ist die Aufgabe von weltbewegende-projekte in Unternehmen (v. l.): Regina Sauerborn, Christine Cimera und Eva Kanis**