



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbands

Wachstum mit Verantwortung

Berlin, 07. Dezember 2012. Anlässlich des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2012 präsentiert der Markenverband auf seinem Stand gegenüber anwesenden Journalisten die Nachhaltigkeitsinitiative des Markenverbandes. „Nachhaltigkeit ist seit jeher Teil des Markenversprechens, als Trendsetter vermitteln Marken die Werte von Nachhaltigkeit.“ sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverband e. V. Er ergänzt: „Im Wettbewerb um die besten Ideen dienen Marken täglich den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, der ökologischen, der ökonomischen und der sozialen Komponente.“ Für ein gesellschaftsübergreifendes Verständnis unterstützt der Markenverband im Rahmen der Initiative den direkten Informationsaustausch zwischen Presse, Politik, NGOs und Markenunternehmen. Zur Förderung dieses direkten Informationsaustausches gehört die kontinuierliche multimediale Visualisierung von Fallbeispielen für das Nachhaltigkeitsengagement der Marken und die regelmäßige Herausgabe eines Markenverbands-Briefes zu den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit.

Verantwortung ist der Schlüssel zum Nachhaltigkeitsverständnis der Markenunternehmen. Die Marke steht für Qualität, Innovation und Fortschritt in einem verantwortlichen und nachhaltigen Rahmen. Marken vermitteln Werte ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit und geben Orientierung. Mit der Marke wird der Konsument zum Gestalter einer immer umweltbewusster und nachhaltiger lebenden Gesellschaft. Nachhaltigkeit ist in den Geschäftsstrategien angekommen: So werten 89 % der Geschäftsführer von Markenunternehmen Nachhaltigkeit als wichtig für den langfristigen Unternehmenserfolg. Dies zeigt eine aktuelle Befragung von Mitgliedern des Markenverbandes. Bei über 90 % der befragten Unternehmen ist schon heute eine Nachhaltigkeitsstrategie verankert oder es wird an der Implementierung gearbeitet. Über zwei Drittel der befragten Marken halten sich zudem an einen konkreten Kodex für ihre gelebte unternehmerische Verantwortung.

Zum Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2012 präsentiert der Markenverband eine erste Auswahl von Fallbeispielen für das Nachhaltigkeitsengagement der Marken. 24 Beispiele in den Kategorien Ressourcenschonende Produkte, Soziales Engagement und Responsible Sourcing zeigen exemplarisch die Spannweite der individuellen Maßnahmen von Markenunter-

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Telefon +49 (0)30 206 168 50
Telefax +49 (0)30 206 168 750
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

nehmen. Mit dem Zugang zu konkreten Best-Practices aus den Unternehmen werden die Vielfalt und das Know-How der Marken in Sachen Nachhaltigkeit erlebbar. Mehrere hundert konkrete Fallbeispiele sollen zukünftig Inspiration und Ansporn sein für ein noch stärkeres Engagement zum Thema Nachhaltigkeit. Gleichzeitig verdeutlichen diese Fallbeispiele, dass es nicht immer zwingender Vorschriften bedarf, damit sich Unternehmen für die Umwelt und die Gesellschaft einsetzen.

Um regelmäßige Informationen zum Thema Nachhaltigkeit zu erhalten, können sich Redaktion unter www.markenverband.de/presse/markenverband-brief für den Bezug des Markenverband Briefes akkreditieren.

Ansprechpartner:

Dr. Dominik Klepper

Leiter Wirtschaftspolitik/Umwelt/Nachhaltigkeit

Tel.: 030/20 61 68 15

d.klepper@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.