

## **Nathalie Sonne – Eine IEB'lerin in New York (Kolumne Teil 1)**

### **Big Apple goes green.**

Ich präzisiere: sicher nicht hinsichtlich des Straßenbildes. Und dass auch in den städtischen Parks kein Gehweg von allgemeiner Betonierung verschont bleibt, ist bekannt. Wechselt man aus einem Ein-Frau-Haushalt in der angeblich grünsten Metropole Europas in eine Acht-Chaoten-WG in Chinatown, fällt einem diese fehlende Rückzugsmöglichkeit in die Natur bisweilen zugegebenermaßen schmerzhaft auf. Dafür bietet meine neue Wohnsituation ausreichend Gelegenheit, auch außerhalb des Büros die für meinen derzeitigen Job benötigten Skills zu trainieren: Community Management.

Seit Anfang Juni bin ich für das Berliner Start-up Unternehmen jovoto, Partner des Institutes of Electronic Business e.V., jenseits des Atlantiks in ihrem neu eröffneten Sitz in New York City tätig. jovoto ist eine Online-Community für Kreative, die Ideen für Unternehmen entwickeln. Das Besondere an der Plattform ist das Grundprinzip „Wisdom of Crowds“: Durch gegenseitiges Feedback optimieren die Kreativen ihre Ideen, und am Ende entscheidet die Community selber, also die „Crowd“, wer die beste Idee ersonnen und somit das von dem beauftragenden Unternehmen ausgeschriebene Preisgeld verdient hat. Mit nahezu 10.000 Registrierungen ist jovoto momentan auf dem besten Weg, sich in eins der größten Kreativ-Departments Europas zu verwandeln – und da die Plattform sich zudem in den letzten Monaten einer zunehmenden Popularität unter US-amerikanischen Kreativen erfreuen konnte, fiel die Entscheidung, eine zweite Dependence in der westlichen Hemisphäre zu eröffnen.

Vor meiner (temporären) Emigration war ich am IEB im „Innovationszentrum für Digitale Kommunikation“ tätig – und dort entstand auch die Idee zu der vorliegenden Kolumne: ein kleiner Bericht über mein reales und virtuelles (Ein-)Leben, lokale Trends und den Aufbau des jovoto-Büros.

Doch zurück zum Thema: Die Stadt, die niemals schläft, arbeitet also an ihrem Granny Smith-Image. Von ernsthaften, langfristigen Anstrengungen bis hin zu eher amüsanten „Me,too!“-Schreien einzelner Marken – Sustainability ist nicht erst seit gestern Thema, aber aktuell doch unverkennbar en vogue.

Für den aufmerksamen Beobachter sind diese „grünen“ Bewegungen tatsächlich kaum übersehbar: Der Stadt sind auf ihrem langen Weg zu einem umweltbewussten Lifestyle erste Etappensiege gelungen. Immerhin wurde New York im April diesen Jahres auf den achten Platz der fahrradfreundlichsten Städte Nordamerikas gewählt. Diese Entwicklung ist der Verkehrsbeauftragten Janette Sadik-Khan zuzuschreiben, unter deren Leitung die Stadt mit mehr als 200 Meilen Fahrradweg, 6.100 Fahrradständern und 23.000 kostenlosen Helmen ausgestattet wurde. In den letzten zwei Jahren stieg die Zahl an täglichen Fahrradfahrern in New York so um beeindruckende 45%.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [http://www.nydailynews.com/ny\\_local/2010/04/07/2010-04-07\\_mag\\_puts\\_city\\_in\\_top\\_10\\_for\\_biker\\_friendliness.html](http://www.nydailynews.com/ny_local/2010/04/07/2010-04-07_mag_puts_city_in_top_10_for_biker_friendliness.html)

Darüber hinaus wird derzeit eine Summe von 252 Millionen Dollar in die Renovierung des städtischen Wassermessungssystems investiert, um dem New Yorker seinen individuellen Wasserverbrauch aufzuzeigen und ihn zu einem nachhaltigen Konsum zu erziehen.<sup>2</sup> Und schließlich soll die Fashion Metropole ab September diesen Jahres im Rahmen eines der größten Textilrecyclingprogramme des Landes mit 50 Altkleiderstationen ausgestattet werden – nachdem 2008 über 190.000 Tonnen direkt in den Müll wanderten.<sup>3</sup>

Liebling der grünen Bewegung bleiben jedoch die erneuerbaren Energien – dem Industrieforschungsunternehmen Cleantech Group zufolge überholte das in saubere Technologien investierte Venture Capital bereits im dritten Quartal 2009 den Sektor IT und Biotechnologie und erhielt 27% der Investments bzw. 1,6 Milliarden Dollar.<sup>4</sup>

Und unter Konsumenten ist eine ebenso starke Sensibilisierung bezüglich des Themas zu beobachten. Die ImagePower Green Brands (2010), eine der weltweit größten Umfragen zur Konsumentenwahrnehmung hinsichtlich grüner Marken und Umweltbewusstsein von Unternehmen, zeigt auf, dass es für 75 Prozent der Konsumenten beim Kauf von Produkten wichtig ist, dass diese von grünen Marken stammen.<sup>5</sup>

Als logische Konsequenz versuchen auch Unternehmen jeder Branche die grüne Welle zu surfen – und ihr Verantwortungsbewusstsein der Öffentlichkeit deutlich zu präsentieren. Coca Cola beispielsweise präsentierte sich während der Winterolympiade Anfang diesen Jahres ganz in grün:<sup>6</sup> abgesehen von der PlantBottle,<sup>7</sup> aus 30% pflanzenbasiertem Material und doch zu 100% recycelbar, wurde Kaffee ausschließlich in verwertbaren Bechern und Deckeln serviert, emissionsreduzierte Kühlboxen eingesetzt und das olympische Personal von Kopf bis Fuß in recycelbaren Flaschen eingekleidet. Gleichzeitig betonte der Webauftritt des Unternehmens das Thema *Sustainability* und ein „commitment to make a positive difference in the world by redesigning the way we work and live so sustainability is part of everything we do.“<sup>8</sup>

General Electrics wiederum setzt auf direktes Kundeninvolvement und initiierte die Ecomagination Challenge – einen Ideenwettbewerb für Unternehmen, Innovatoren, Entrepreneurs und Studenten, der die Frage stellt, wie das Energieversorgungsnetz der Zukunft auszusehen habe.<sup>9</sup> Bis zu 200 Millionen Dollar hält GE für die Realisierung der Ideen bereit. Auch jovoto begleitete in den letzten Wochen drei auf *Sustainability* fokussierte Contests. Der für die Plattform wohl wichtigste Contest hinsichtlich Communitywachstum und Publicity in den USA fand im Auftrag von Starbucks statt. In Kooperation mit Betacup<sup>10</sup> sollte ein Konzept zur Reduktion von Wegwerf-Coffee-to-go Bechern gefunden werden. Die mit diesem Wettbewerb um ein Vielfaches gestiegenen Neuregistrierungen sowie das beachtliche Pressefeedback verdeutlichten einmal mehr die Attraktivität dieses Themas für alle Stakeholder.

<sup>2</sup> <http://www.psfk.com/2010/07/nyc-to-install-real-time-meters-to-monitor-water-consumption.html>

<sup>3</sup> <http://www.psfk.com/2010/07/new-york-city-to-launch-clothing-recycling-program.html>

<sup>4</sup> <http://www.entrepreneur.com/trends/index.html>

<sup>5</sup> [http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes\\_toward\\_sustainability\\_vary\\_around\\_the\\_world\\_says\\_study.php](http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes_toward_sustainability_vary_around_the_world_says_study.php)

<sup>6</sup> <http://www.bizmology.com/2010/02/04/coca-cola-goes-green-at-the-2010-olympic-games/>

<sup>7</sup> <http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/plantbottle.html>

<sup>8</sup> <http://www.bizmology.com/2010/02/04/coca-cola-goes-green-at-the-2010-olympic-games/>

<sup>9</sup> <http://challenge.ecomagination.com/ideas>

<sup>10</sup> <http://www.thebetacup.com/>

## Doch woher rührt diese Anziehungskraft?

**Go Green ist in aller Munde.** Selbst die bisher für ihr Umweltbewusstsein nicht gerade berühmten U.S.-Bürger zeigen sich aufgeschlossen. In Folge des BP-Fiaskos unterzeichneten über 100.000 Menschen – mehr als je zuvor – eine Online-Petition zum Verbot von Ölbohrinseln.<sup>11</sup> Bio-Supermärkte wie die Kette „Whole Foods“ befinden sich seit Anfang vergangenen Jahres konstant im Aufwind.<sup>12</sup> Royal Philips Electronics realisierte 2009 beispielsweise 7,2 Milliarden Euro Erlöse aus seiner grünen Produktlinie, fast ein Drittel der Gesamteinnahmen.<sup>13</sup> Und wen Hard Facts nicht überzeugen, der werfe einen Blick auf die große Menge Eco-Fashion, die im Februar diesen Jahres über die wohl wichtigsten Runways dieser Welt rauschte<sup>14</sup> – schließlich wird Modetrends die Rolle des Spiegelbilds gesellschaftlicher Werte zugeschrieben.

**Es ist ein facettenreiches Thema.** Das zeigt allein die in den Himmel wachsende Zahl entsprechender iPhone-Applikationen.<sup>15</sup> Ob der Tissue Guide von Greenpeace,<sup>16</sup> der umweltbewussten Konsumenten die Marken mit dem am weitesten verwertbaren Inhalt empfiehlt, Find Green,<sup>17</sup> ein Verzeichnis nachhaltiger Geschäfte auf Basis einer wachsenden Datenbank von momentan über 56.000 Unternehmen in 23 größeren Industrien, oder eine von unzähligen Apps zur Kalkulation und Organisation der eigenen CO<sub>2</sub>-Bilanz, beispielsweise durch Angabe der eigenen Flug-, Auto-, und Energiegewohnheiten – die Studie „ImagePower Green Brands (2010)“ belegt, dass die Konsumentenwertschätzung für sogenannte Helper Brands deutlich steigt, d.h. für Marken, die eine Verbesserung des individuellen Konsumverhaltens zugunsten der Umwelt durch Online Tools, Tipps und andere Arten von Engagement durch Kommunikation erleichtern.<sup>18</sup>

**Es bietet Raum und Chance für innovative Business Models.** Wie beispielsweise die Recycle Bank:<sup>19</sup> Kunden erhalten einen Container, der mithilfe eines Barcodes ihre Heimatadresse identifiziert. Wird dieser Container geleert, scannt die Müllabfuhr den Barcode und übersetzt den Wert der wieder verwertbaren Gegenstände in einen Dollarbetrag (bis zu 35 Dollar monatlich). Dieser wiederum kann via Shopping Coupons in teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Je fleissiger der Kunde recycelt, umso stärker wird er belohnt, und umso weniger landet auf der Müllkippe.

**Weil Bill Gates darüber redet.** Wer Al Gore nicht zuhörte, kann doch kaum ignorieren, was der erfolgreichste Geschäftsmann und vielleicht mächtigste Philanthrop<sup>20</sup> der Welt als Top-Priorität einstuft: Eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emission auf Null zu erreichen.<sup>21</sup>

<sup>11</sup> <http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/16/0,3672,8086480,00.html>

<sup>12</sup> <http://finance.yahoo.com/q/bc?s=WFMI+Basic+Chart&t=5y>

<sup>13</sup> <http://www.businessgreen.com/business-green/comment/2265168/era-sustainability>

<sup>14</sup> <http://www.inhabitat.com/2010/02/21/new-york-fashion-week-eco-fashion-highlights-from-the-green-shows/>

<sup>15</sup> <http://www.treehugger.com/files/2009/10/more-than-100-iphone-apps-for-green-shopping-eating-travel-and-fun.php>

<sup>16</sup> <http://www.appolicious.com/tech/articles/1858-the-best-iphone-apps-to-help-you-go-green>

<sup>17</sup> <http://itunes.apple.com/app/greenpeace-tissue-guide/id312574522?mt=8>

<sup>18</sup> <http://itunes.apple.com/app/find-green/id325640751?mt=8>

<sup>19</sup> [http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes\\_toward\\_sustainability\\_vary\\_around\\_the\\_world\\_says\\_study.php](http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes_toward_sustainability_vary_around_the_world_says_study.php)

<sup>20</sup> <http://corporate.recyclebank.com/index.php>

<sup>21</sup> Anmerkung: Philanthrop wird hier nicht in seiner ursprünglichen Bedeutung, sondern mit der US-amerikanischen Konnotation verwendet - statt des bloßen Glauben an das Gute im Menschen determiniert Philanthrop hier vielfach auch reiche Menschen, die größere Teile ihres Vermögens für wohltätige Zwecke verwenden, dementsprechend also faktisch menschenfreundlich handeln.

<sup>21</sup> <http://www.worldchanging.com/archives/010976.html>

## Was gilt es zu beachten?<sup>22</sup>

**Authentizität** – Versuchen Sie nicht, sich grüner zu geben als sie sind. Involvieren Sie Ihre Mitarbeiter. Eine Möglichkeit hierfür demonstrieren eBay, Intel, Yahoo! etc. mit ihren Greenteams: Greenteams sind selbstorganisierte, grassroots-initiierte und cross-funktionale Mitarbeitergruppen, die freiwillig zusammenkommen, um ihre Kollegen bezüglich Sustainability zu lehren, zu inspirieren und zu empowern. Sie identifizieren und implementieren spezifische Lösungen, um der Organisation insgesamt zu mehr Nachhaltigkeit zu verhelfen.<sup>23</sup>

**Vielfalt** – Sustainability wird auch in Zukunft eine große Rolle spielen. Beruhigt sich der Hype jedoch, sollte „Grün“ nicht das einzige Differenzierungsmerkmal darstellen. Kunden werden beispielsweise nicht mehr Geld für ein qualitativ schlechteres, wenn auch grünes, Produkt bezahlen.<sup>24</sup>

**Wettbewerb** – Recyclbares Papier für den Kopierer macht ein Unternehmen heutzutage nicht mehr grün. In diesem stark umkämpften Segment dem Wettbewerb voraus zu sein, ist eine Herausforderung – aber eine, die es sich lohnt, anzunehmen.

**Realismus** – Sustainability ist ein Erfolgsfaktor aber kein Allheilmittel. Kann das Business Model insgesamt bezüglich der Grundkomponenten Funktionalität, Qualität, Aktualität und/oder Preis nicht mithalten, wird es schwer Erfolg haben.

## Conclusio

Sustainability ist ein zentrales Thema, das auch in Zukunft nicht an Bedeutung verlieren wird; ist der momentane Hype vorüber, wird es sich vom Aushängeschild zum Basiselement entwickeln, in seiner grundlegenden Wichtigkeit jedoch nicht abnehmen.

Dass das Interesse in naher Zukunft abflaut, ist zudem nicht zu erwarten: Schließlich lernen auch die Konsumenten erst, was Nachhaltigkeit bedeutet. Ein Beweis aus dem täglichen Leben? Am 7. Juli legte ein Stromausfall weite Teile New Yorks lahm – Schuld waren Unmengen von auf Hochtouren laufenden Klimaanlage.<sup>25</sup> Kleiner Tipp einer Europäerin zum Strom sparen: Einfach mal am Times Square die Lichter ausknipsen.

<sup>22</sup> <http://www.evancarmichael.com/Going-Green/2168/The-Pros-and-Cons-of-Being-a-Green-Business.html>

<sup>23</sup> <http://www.triplepundit.com/2009/12/10-best-practices-for-supporting-green-teams/>

<sup>24</sup> Page 4 [http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/0239B231-2F86-48B5-80BB-738768251A6D/0/CARWhitePaper\\_InGreenWeTrustFINAL.pdf](http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/0239B231-2F86-48B5-80BB-738768251A6D/0/CARWhitePaper_InGreenWeTrustFINAL.pdf)

<sup>25</sup> <http://www.bild.de/BILD/news/2010/07/07/usa-hitzewelle/stromausfall-klimaanlagen-legen-new-york-lahm.html>

### Quellen:

- [http://www.nydailynews.com/ny\\_local/2010/04/07/2010-04-07\\_mag\\_puts\\_city\\_in\\_top\\_10\\_for\\_biker\\_friendliness.html](http://www.nydailynews.com/ny_local/2010/04/07/2010-04-07_mag_puts_city_in_top_10_for_biker_friendliness.html)
- <http://www.psfk.com/2010/07/nyc-to-install-real-time-meters-to-monitor-water-consumption.html>
- <http://www.psfk.com/2010/07/new-york-city-to-launch-clothing-recycling-program.html>
- <http://www.entrepreneur.com/trends/index.html>
- [http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes\\_toward\\_sustainability\\_vary\\_around\\_the\\_world\\_says\\_study.php](http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes_toward_sustainability_vary_around_the_world_says_study.php)
- <http://www.bizmology.com/2010/02/04/coca-cola-goes-green-at-the-2010-olympic-games/>
- <http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/plantbottle.html>
- <http://www.bizmology.com/2010/02/04/coca-cola-goes-green-at-the-2010-olympic-games/>
- <http://challenge.ecomagination.com/ideas>
- <http://www.thebetacup.com/><sup>1</sup>
- <http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/16/0,3672,8086480,00.html>
- <http://finance.yahoo.com/q/bc?s=WFMI+Basic+Chart&t=5y>
- <http://www.businessgreen.com/business-green/comment/2265168/era-sustainability>
- <http://www.inhabitat.com/2010/02/21/new-york-fashion-week-eco-fashion-highlights-from-the-green-shows/>
- <http://www.treehugger.com/files/2009/10/more-than-100-iphone-apps-for-green-shopping-eating-travel-and-fun.php>
- <http://www.appolicious.com/tech/articles/1858-the-best-iphone-apps-to-help-you-go-green>
- <http://itunes.apple.com/app/greenpeace-tissue-guide/id312574522?mt=8>
- <http://itunes.apple.com/app/find-green/id325640751?mt=8>
- [http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes\\_toward\\_sustainability\\_vary\\_around\\_the\\_world\\_says\\_study.php](http://www.packagingdigest.com/article/509410-Attitudes_toward_sustainability_vary_around_the_world_says_study.php)
- <http://corporate.recyclebank.com/index.php>
- <http://www.worldchanging.com/archives/010976.html>
- <http://www.evancarmichael.com/Going-Green/2168/The-Pros-and-Cons-of-Being-a-Green-Business.html>
- <http://www.triplepundit.com/2009/12/10-best-practices-for-supporting-green-teams/>
- [http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/0239B231-2F86-48B5-80BB-738768251A6D/0/CARWhitePaper\\_InGreenWeTrustFINAL.pdf](http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/0239B231-2F86-48B5-80BB-738768251A6D/0/CARWhitePaper_InGreenWeTrustFINAL.pdf)
- <http://www.bild.de/BILD/news/2010/07/07/usa-hitzewelle/stromausfall-klimaanlagen-legen-new-york-lahm.html>

### Autorin:

Nathalie Sonne

[sonne@ieb.net](mailto:sonne@ieb.net)

[nsonne@jovoto.com](mailto:nsonne@jovoto.com)