

NEWSLETTER

April 2010

INHALT

- **Das engagierte Unternehmen des Monats:** Aveda und „Walk for Water“
- **Engagierte Menschen im Portrait:** Patagonia-Gründer Yves Chouinard
- **Haben Sie`s gewusst? Der Begriff des Monats:** Der Earth Day
- **Produkte mit gutem Gewissen:** Tante Paula Elektroroller
- **Die Zahl zum Schluss:** neue Gallup-Studie: wie Unternehmenserfolg, Mitarbeiter und Nachhaltigkeit zusammenhängen

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN: Aveda und Walk for Water

Jedes Jahr im April initiiert Aveda den Earth Month: eine weltweite Spenden- und Bewusstseinskampagne zum Schutz unserer Erde. Der verantwortungsbewusste Umgang mit der Natur und ihren Ressourcen ist fester Bestandteil der Aveda Mission und spiegelt sich sowohl in den Aveda Produkten als auch in der Produktion und im aktiven Bemühen um das Wohlergehen der Menschen wider.

Mit dem Earth Month 2010 möchte Aveda auf das wachsende Problem der Wasserknappheit aufmerksam machen, was nicht nur ein Problem der Entwicklungsländer ist, sondern ein globales Problem darstellt. Seit 2007 hat das weltweite Aveda Netzwerk mehr als 8 Mio. US\$ für internationale Wasserprojekte gesammelt. In 2010 hat sich Aveda international zum Ziel gesetzt in 30 Tagen 3,5 Mio. US\$ zu sammeln.

Mit dem „Walk for Water“, der international stattfindet, soll auch in Deutschland am 25. April in München und Berlin, Solidarität mit Menschen in Entwicklungsländern demonstriert werden, die dort im Durchschnitt 6km(!) für sauberes Wasser laufen müssen – der Walk for Water ist aus diesem Grund auch genau 6km lang.



NEWSLETTER

Exklusiv zum Earth Month verkauft Aveda eine limitierte „Light the way“-Kerze. 100% des Verkaufserlöses gehen an den Global Greengrants Fund: ein Teil des Erlöses geht dieses Jahr in ein Wasserprojekt für das vom Erdbeben verwüstete Haiti.

LIGHT THE WAY™ KERZE

Exklusiv zum Earth Month lanciert Aveda die limitierte Light the Way™ Kerze mit einem Aroma aus organischem Lavendel.

100% des Verkaufserlöses geht an Global Greengrants Fund, wovon ein Teil der Einnahmen dieses Jahr speziell für Wasserprojekte in der durch das Erdbeben verwüsteten Region von Haiti eingesetzt wird.

* Ab April ist die Light the Way™ Kerze im Aveda Lifestyle Salon & Spa Berlin, Ludwig Beck München und ausgewählten Aveda Salons/Spas erhältlich.







UNSER EARTH MONTH PARTNER – GLOBAL GREENGRANTS FUND

Um zu gewährleisten, dass alle Spendengelder dort eingesetzt werden, wo sie am dringendsten benötigt werden, hat Aveda sich einen erfahrenen Partner gesucht.

Global Greengrants Fund ist eine Hilfsorganisation, die weltweit lokale Umweltschutzprojekte gezielt mit Spenden unterstützt. Alle im Rahmen des Earth Month gesammelten Spenden gehen direkt an Global Greengrants Fund zur Finanzierung ausgewählter Trinkwasserprojekte.

SPENDEN SIE ONLINE BEI GLOBAL GREENGRANTS FUND >>



Mehr Informationen und Anmeldung für den Walk: http://www.aveda.de/mini/earth_month.tmpl

MAKING SENSE meint:

Aveda wurde 1978 mit einer für damalige, und auch immer noch für heutige, Verhältnisse einzigartigen Mission gegründet: hochwirksame Produkte auf Pflanzenbasis anzubieten, die Mensch und Umwelt gut tun. Der sorgsame und respektvolle Umgang mit Ressourcen und der Natur ist eines der Erfolgsgeheimnisse des Unternehmens. Es werden Verbraucher angesprochen, die hochwertige natürliche Produkte konsumieren möchte ohne auf Lifestyle verzichten zu müssen. Das zieht Aveda konsequent entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens durch.

Das Konzept des Earth Months ist strategisch perfekt für die Marke aufgesetzt und macht große globale Herausforderungen anfass- und auf eine Art und Weise emotional erlebbar, die das Herz der Verbraucher aufmacht statt den Kopf zuzumachen.

NEWSLETTER

ENGAGIERTE MENSCHEN IM PORTRAIT: Yves Chouinard (Gründer des Outdoorausrüsters Patagonia, USA)

Yvon Chouinard, Jahrgang 1938, US-amerikanischer Pionier des Bigwall-Kletterns und Gründer des Outdoorausrüsters Patagonia, macht was er will – vor allem für den Umweltschutz. Und der Unternehmer wider Willen feiert damit auch noch ökonomische Erfolge.



Seine Firmenphilosophie: hochwertige und nachhaltig hergestellte Produkte sollen helfen, eine lebenswerte Umwelt zu erhalten. Der eigene Beitrag hierfür ist die von ihm in Leben gerufene Initiative „1 Percent for the Planet“ (1 % des Umsatzes von Patagonia geht an Umweltaktivisten), der sich bis heute schon über 700 Firmen weltweit angeschlossen haben.

Mit einem Jahresumsatz von 315 Mio. \$ zählt seine Firma zwar eher zu den Zwergen in der amerikanischen Wirtschaftswelt, aber Chouinards Stimme für nachhaltiges Wirtschaften wird von großen US-Konzernen gehört. Beispiel Wal-Mart: der Handelsriese plant für jede seiner Waren ein Umweltzeugnis auszustellen. Yvon Chouinard berät hierbei den Konzernchef Mike Duke persönlich. Und das ist erst der Anfang dieser ungewöhnlichen Kooperation: Im Februar 2010 stellten Wal-Mart und Patagonia weiteren US-Großunternehmen ihre Ökoampel vor, darunter Big Player wie Nike und Gap.

Weitere Infos: www.patagonia.com

HABEN SIE'S GEWUSST? DER BEGRIFF DES MONATS: der Earth Day

Der sogenannte „Tag der Erde“ wird alljährlich in über 175 Ländern gefeiert. Angefangen hat es 1970 mit einem Beschluss des US-Kongresses, seit 1990 wird dieser Tag international am 22. April begangen.

2009 wurde er von der Generalversammlung der Vereinten Nationen zum „Internationalen Tag der Mutter Erde“ erklärt.

NEWSLETTER

Bekannter ist dieser Tag aber als „Earth Day“, seinerzeit vom US-Senator Gaylord Nelson initiiert, um auf die Umweltverschmutzung aufmerksam zu machen und die Menschen dazu anzuregen, über die Art ihres Konsumverhaltens nachzudenken.

Dieses Jahr feiert der Earth Day 40jähriges Jubiläum und wird überall auf der Welt mit tausenden von Aktionen und Veranstaltungen gefeiert.

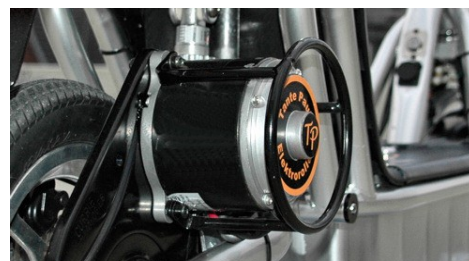


Mehr Informationen: www.earthday.de und www.earthday.com

PRODUKTE MIT GUTEM GEWISSEN: Der Tante Paula Elektroroller

Was für ein Fahrvergnügen: Die komfortablen Elektroroller der Firma Tante Paula aus Hamburg. Mit wenigen Cent aus der Steckdose (sauberen Ökostrom vorausgesetzt) fährt es sich locker und lautlos durch die City.

Die kleinen Flitzer tragen dabei königliche Namen: Ferdinand II bringt es auf stadtaugliche 20km/h. Das Beste daran: ganz ohne Helmpflicht kann man sich den Wind um die Nase pfeifen lassen - und das EU-weit. Mit einer Reichweite von bis zu 25km können somit tagsüber Einkäufe bequem transportiert werden und am Abend geht es noch ab in den Stadtpark Freunde treffen.



NEWSLETTER

Wer einen Zahn zulegen will greift zum PS-stärkeren Modell Maximilian II und beschleunigt auf bis zu 32 km/h. Allerdings braucht es dann auch einen Helm für den Kopf und den Moped- oder Autoführerschein in der Tasche, um lässig und ökologisch zu gleich durch die Stadt zu cruisen. So oder so, mit den von Tante Paula (Jahrgang 1929) inspirierten Rollern ist man optimal für den Summer in the City gerüstet und tut gleichzeitig einen kleinen Beitrag zur Entlastung des Straßenverkehrs.

weitere Infos: <http://www.tante-paula.de/praktisch/roller.html>

DIE ZAHL ZUM SCHLUSS

Die neueste Meta-Analysis-Studie (Datenmaterial von mehr als 125 Unternehmen) des Gallup Instituts zeigt, dass Unternehmen, die ihre Mitarbeiter aktiv in Unternehmensentwicklungen einbinden eine

2,6 fach bessere Wachstumsrate ihrer Rendite pro Aktie erzielen.

Jedes Unternehmen, dass sich derzeit mit der strategischen Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmenspolitik beschäftigt, sollte die Einbindung der Mitarbeiter zu einem Kernthema machen, um sich den Erfolg solch einer strategisch umfassenden Veränderung der Unternehmenspolitik zu sichern.

Mehr Informationen: <http://www.gallup.com/consulting/52/employee-engagement.aspx>