

# New ethics Marketingkonferenz – Bio muss mehr bieten

Quelle: new ethics

Die Kunden sind zunehmend auf der Suche nach **Glaubwürdigkeit, Nachhaltigkeit, Transparenz und Sicherheit** bei ihrem Einkauf. Bio ist nicht mehr allein ausschlaggebend, Produkte und Firmen müssen ethischen Anforderungen gerecht werden. Dieser Trend wird auf der **1. Marketingkonferenz**, die **new ethics** am 24. und 25. November 2009 in den Räumen der **Reformhaus Fachakademie** in Oberursel veranstaltet, von vielen Standpunkten aus beleuchtet.

**Ethischer Konsum** bleibt auch in der Krise, oder gerade deswegen, der Wachstumsmotor im ökologischen Handel, heißt es von Seiten des Veranstalters. Neue Trendstudien der **Otto-Group** und des **Trendbüros** geben der These recht: Rund 65 % der Befragten wollen zukünftig noch stärker nach ethischen Gesichtspunkten einkaufen, vor allem überdurchschnittlich viele Frauen und Babyboomer (48-67Jahre). Wie Markenhersteller und die Bio-Branche auf diese handlungsbereiten Zielgruppen reagieren bzw. dieses Potenzial bereits ausschöpfen können, darauf soll die Konferenz Antworten geben und Lösungsansätze vorstellen.

Das Phänomen der **Lohas** (Lifestyle of health and sustainability) wird von Marktforschern (**Sinus Soziovision**) und in verschiedenen anderen Beiträgen dargestellt sowie die strategische Bedeutung der Lohas ausgelotet. Dr. Claudius Schmitz, Professor für Marketing und Handel an der Fachhochschule Gelsenkirchen, geht in seinem Vortrag beispielsweise der Frage auf den Grund, was die Lohas-Konsumenten bewegt und wie Unternehmen ihre Leistungen und Produkte für diese Zielgruppen optimal aufbereiten können. Preisgesteuerte Kundenbindungsprogramme sind out und werden von Kundenbegeisterung durch charismatische Unternehmen abgelöst.

Bekräftigt werden die **Marktforschungs- und Marketing-Theorien** durch konkrete Best-Practice-Beispiele aus diversen Segmenten der Bio-Branche. Es kommen u.a. zu Wort: Wolf Lüdge, Geschäftsführer von **Hess Natur**, (Nachhaltigkeit und Mode, Markenkommunikation im Web 2.0), Kurt Nübling, Geschäftsführer von **Primavera Life**, (nachhaltige öko-soziale Rohstoffprojekte, Neubau nach Feng-Shui-Prinzipien), Ulrich Walter, Geschäftsführer der **Ulrich Walter GmbH**, Marke Lebensbaum (nachhaltiges Unternehmenskonzept) Robert Rogner jr, Geschäftsführer des **Rogner Bad Blumau**, (4 Sterne Hundertwasser-Thermalhotel), Rolf Pfeifer, (**Forum anders reisen**), Frithjof Finkbeiner, (**Global Marshallplan Foundation**, Plant-for-the-Planet), Ronald Steinmeyer, Geschäftsführer des **bio verlag**, (Mitarbeiter Beteiligungsmodell), Gerhard Waterstradt, (**GLS-Bank**, am Menschen orientiertes Finanzsystem).

Anmeldung und Programm [hier](#)

18.11.2009