



10 Netzwerk
Anzeigen-Sonderveröffentlichung



Fragen an:

Sabine Lydia Müller
Gründerin des Verbandes
„dasselbe in grün e.V.“

01 Was fasziniert Sie am Thema Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist die Zukunft und entspricht dem Zeitgeist. Nicht nur ökologisch und sozial, sondern auch ökonomisch sind nachhaltige Lösungen immer die bessere Variante.

02 Wie ist die Idee entstanden, den Verband zu gründen?

Ich bin begeisterte Netzwerkerin und liebe Kommunikation. Ich wollte die vielen verschiedenen nachhaltigen Unternehmen aller Branchen organisieren, um so meinen Teil dazu beitragen, dass sie gemeinsam auftreten und Konsumenten diese Pioniere einfach im Netz finden können.

03 Bedeutet Nachhaltigkeit eine Einschränkung?

Was anfangs wie Verzicht erscheint, wird später zur Bereicherung. Ich fühle mich bei meinen Kaufentscheidungen heutzutage so gut wie nie, obwohl ich viel weniger Auswahl bei den Produkten habe. Heute habe ich die Freiheit tatsächlich eine Wahl zu treffen, da ich gut informiert bin und mich so nicht mehr von der Werbung fehlleiten lasse.

04 Ist strategischer Konsum nicht auch eine Frage des Geldes?

Stimmt, aber es ist alles eine Frage der Priorität. Seit ich ausschließlich Bio-Lebensmittel esse, benötige ich zum Beispiel für Ernährung weitaus mehr Geld als früher. Da ich jedoch vor 10 Jahren mein eigenes Auto abgeschafft habe, spare ich dank Car-sharing monatlich eine Menge ein. Davon kann ich mich ausgezeichnet ernähren.



BILD: MATTJEA COCK - 3DBRAINED - ISTOCKPHOTO.COM

Gemeinsam wird Köln grüner

Der Verband „dasselbe in grün“ bietet ausgesuchten Unternehmen, die nachhaltig arbeiten, ein Forum

TOBIAS NEUHAUS

Seit ein paar Jahren ist Sabine Lydia Müller nun schon auf Entdeckungsreise. Die Inhaberin der PR-Agentur SYMBIOSE EINS* hat 2009 den Verband „dasselbe in grün e.V.“ gegründet, in dem 31 Unternehmen und Dienstleister vernetzt sind. Die kleinen und mittelgroßen Betriebe verbindet die Idee der Nachhaltigkeit; also der Anspruch, Waren und Dienstleistungen so zu produzieren oder anzubieten, dass sie den „geringst möglichen negativen Einfluss auf nachfolgende Generationen haben“, wie es in den Statuten des Vereins heißt. Mit einem asketischen Dasein auf Öko-Basis hat das jedoch wenig zu tun. „Wer die anerzogene Markenwelt einmal hinterfragt, findet dahinter ein Paralleluniversum an alternativen Konsummöglichkeiten“, sagt die 38-Jährige. „Es ist unglaublich, was der Markt bereits alles bietet.“

Bei der Auswahl ihrer Mitglieder verfährt die Kölnerin strikt. In den Verein kommt nur, wer nachweisen kann, dass sein Angebot zu mehr als zwei Dritteln aus nachhaltigen, ökologischen oder fair gehandelten Produkten beziehungsweise Dienstleistungen besteht. Die aufgenommenen Mitglieder versichern schriftlich, ihre Nachhaltigkeit zu erhalten oder zu verbessern. Das kann beispielsweise durch die Einführung schadstoffarmer Firmenfahrzeuge oder die

Verwendung von Ökostrom geschehen, genau so gut aber durch ein nachhaltiges Banking oder die Einführung Ressourcen schonender Büromaterialien. Müller unterstreicht: „Wir wollen als Verband nicht möglichst schnell wachsen, sondern ein stabiles und qualitativ hochwertiges Netzwerk aufbauen.“

Auf der Homepage des Verbandes finden interessierte Konsumenten Informationen über die Leistungen sowie die Kontaktdaten der nachhaltigen Unternehmen. Deren Bandbreite reicht vom ausgezeichneten Bio-Restaurant und ausgefallenen Klammottenladen über die Hochschule für nachhaltiges Design, den schadstofffreien Baustoffhandel bis hin zum Bio-Frisör. Neben der Präsentation der nachhaltigen Vorreiter dient das Netzwerk auch dazu, Synergien zwischen den Mitgliedern zu fördern – wie etwa bei der Weihnachtsfeier eines ökologischen Einrichtungshauses, bei der das Catering von einem anderen Vereinsmitglied übernommen wurde. Noch umfasst „dasselbe in grün“ Unternehmen aus der Region Köln, Bonn und Düsseldorf sowie seit neuestem auch aus Berlin. „Wir wachsen stetig“, sagt Müller. Ab 2011 soll sich das grüne Paralleluniversum auch nach Hamburg und München ausdehnen.

www.dasselbe-in-gruen.de