

Knackpunkt Glaubwürdigkeit

Nachhaltigkeit ist zweifelsohne eines der zentralen Themata in unserer Gesellschaft geworden.

Eine Branche, die nicht nur in vielfältiger Form für Nachhaltigkeit stehen sollte, sondern diese auch jeden Tag umsetzt, ist unser Handwerk.

Ohne das Handwerk gibt es die geforderte Nachhaltigkeit nicht!

Hier mal 5 Argumente:

1. Das Handwerk nutzt Ressourcen nachhaltig. Das fängt bereits bei der Restaurierung und Reparatur von vielen verschiedenen Produkten an und hört bei der Verwertung von möglichen Abfällen auf.

2. Handwerk setzt nachhaltige Technologien um.

3. Handwerk erhält Lebensqualität und fördert wirtschaftliche Attraktivität. Gerade die nachhaltig geführten Betriebe sorgen für sichere Arbeitsplätze, bieten berufliche Chancen mit Ausbildungsplätzen oder hilft auch mit Jobs bei der Integration von Geflüchteten.

4. Handwerk bewahrt Arbeitstechniken und Kulturgüter. Das gilt im Bereich der Restaurierung, in dem sie eine kulturhaltende Rolle übernehmen. Besonders im Bereich der Weitergabe von Arbeitstechniken ist dies unabdingbar für die folgenden Generationen und hier drückt sich Nachhaltigkeit nicht nur im materiellen Sinne aus.

5. Was ist denn wirklich gemeint mit Nachhaltigkeit im Handwerk? Als Beispiel dafür gilt es den Handwerksbetrieb so zu führen, dass er langfristig er-

halten bleibt und Gewinne erzielt werden können, anstatt kurzfristig zu planen. Konkret wird das durch einen schonenden Umgang mit Ressourcen, einer guten Ausbildung von Fachkräften und effiziente Arbeitstechnologien.

Welche Vorteile entstehen denn dabei? Zum einen bietet ein wirtschaftlich nachhaltig geführter Betrieb einen krisenfesten Arbeitsplatz.

Zum anderen sorgt eine wirtschaftlich ausgeglichene Situation für eine gesicherte Nachfolge. Ist der Betrieb ökonomisch und ökologisch gut aufgestellt, ist die Nachfolge und deren Erfolgsperspektive höchstwahrscheinlich. Ein nachhaltiger Handwerksbetrieb kann die Auftragslage verbessern und sichern.

Deutlich spürbar ist doch bereits, dass Kunden sich vermehrt für Betriebe entscheiden, die Wert auf Nachhaltigkeit bei ihren Dienstleistungen legen.

Dazu kommt natürlich, dass mit den Umsetzungen und Bestrebungen zur Nachhaltigkeit das Firmenimage deutlich verbessert werden kann.

Warum also diesen Aspekt nicht in das Marketing einbauen und gezielt damit werben? Wenn Nachhaltigkeit den Arbeitsalltag bereits prägt, dann soll der Kunde das auch wissen.

Die Verwendung von umweltschonenderen Materialien und ressourcenschonenden Arbeitstechniken sind dabei nur einige Beispiele.

Allerdings gibt es hier einen Knackpunkt und der heißt Glaubwürdigkeit.

Wer diesen nicht beachtet, dem wird aber ganz schnell „Greenwashing“ vorgeworfen.

Das bedeutet: etwas als nachhaltig zu bezeichnen, ohne es wirklich umzusetzen.

Also geht es darum, die Kunden mit relevanten Informationen über die gebotenen Dienstleistungen und die eingesetzten Produkte zu versorgen.

Aber Achtung! Dabei nicht in den so oft gemachten Fehler verfallen und mit erhobenem Zeigefinger kommunizieren.

Herzlich, Ihr



Wolfgang Auer, Chefredakteur