

Uli Burchardt

Ausgegeizt!

Wertvoll ist besser – Das Manufactum-Prinzip

2012, geb., 288 Seiten; D 24,99 € / A 25,70 / CH 35,90 Fr.*

ISBN 978-3-593-39664-4

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 12. März 2012

Auch als E-Book erhältlich

In keinem anderen Land der Welt sind Lebensmittel umgerechnet auf die Kaufkraft so billig wie in Deutschland. Doch eine Preisspirale, die sich immer weiter nach unten dreht, führt in den Abgrund. Für Uli Burchardt steht fest: So kann es nicht weitergehen. Es hat sich ausgegeizt. In seinem Buch zeigt der frühere Marketing- und Vertriebschef von Manufactum, wie sich Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg verbinden lassen.

Schlecker-Pleite, Skandale um Lohndumping im Einzelhandel, wachsende Kritik an Billigmarken – haben die Strategien der Discounter ausgedient? Immer mehr Menschen wollen wertige Produkte, die auf faire und ökologisch verträgliche Weise hergestellt sind. Deutschland ist Europas Biomarkt Nr. 1, doch zugleich, und das entbehrt nicht einer gewissen Schizophrenie, sind die Deutschen versessen nach Tiefstpreisen.

In seinem Buch zeigt Uli Burchardt, wohin das führt. Schonungslos erläutert er jene Zusammenhänge, vor denen wir Konsumenten nur allzu gern die Augen verschließen: Ein dauerhaft niedriger und immer niedrigerer Verkaufspreis muss erkauft werden durch Abstriche bei der Produktqualität: Service, Herstellung, Langlebigkeit, Gesundheitsverträglichkeit, Materialqualität, Gebrauchsqualität, Umweltverträglichkeit und nicht zuletzt soziale Aspekte. Irgendwo muss gespart werden. Gute Discount-Qualität? Ein Widerspruch.

Doch es geht auch anders. Dass sich Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg verbinden lassen, haben einzelne Unternehmen in den letzten Jahren erfolgreich vorgeführt. Burchardt, der Marketing- und Vertriebschef bei Manufactum war, gewährt einen Blick hinter die Kulissen des Unternehmens. Er zeigt, auf welchen Prinzipien es beruht und dass man seine erfolgreiche Haltung mit nur sechs Begriffen umschreiben kann: wertvoll, regional (oder: so wenig global wie möglich), anständig, stolz, mutig und nützlich. In der Summe heißt das: nachhaltiger.

Burchardt wendet sich an Konsumenten und Unternehmer, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen. Er zeigt, dass nachhaltige Produkte auch die preiswerteren Produkte sind. Sein Buch ist ein leidenschaftliches Plädoyer für die Förderung und den Erhalt sinnvoller Produktionsstrukturen, für besseren Konsum bei gleichem Budget und damit für eine zukunftsfähige Wirtschaft.

Der Autor

Uli Burchardt weiß als ausgebildeter Landwirt und Förster vom Prinzip Nachhaltigkeit mehr als die meisten anderen, die ständig darüber reden. Was die Wirtschaft von der Forstwirtschaft lernen kann, gibt er in seinen Vorträgen als »Markenförster« weiter. Ideologische Grabenkämpfe interessieren ihn nicht: Er ist Mitglied im Wirtschaftsrat der CDU und bei Attac, dem weltweiten Netzwerk der Globalisierungsgegner. Der heutige Managementberater war jahrelang Marketing- und Vertriebschef sowie Mitglied der Geschäftsleitung bei Manufactum. Er lehrt Marketing an der HTWG in Konstanz und lebt in Radolfzell am Bodensee.

Kontakt: Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de