



© Peter Smola/pixelio.de

## ■ JOBMOTOR NACHHALTIGKEIT | TEIL V

# Konsum und Nachhaltigkeit

Der Markt für nachhaltige Produkte ist breit gefächert und braucht für seine weitere Entwicklung Fachkräfte aus allen Disziplinen. | *Cornelia Voß*

**K**onsum ist so alt wie es die Menschheit gibt, denn Güter wurden schon immer verbraucht. Eine Konsumgesellschaft entwickelte sich erstmals im 15. Jahrhundert in England. Die Entstehung von neuen Techniken im Druck und der Beginn des Baumwollhandels führten zu einem verstärkten Konsum. Kennzeichen einer Konsumgesellschaft ist, dass nicht nur Güter erworben werden, die zum Überleben gebraucht werden, sondern auch Produkte gekauft werden, die das Leben leichter und schöner machen. Im 18. Jahrhundert kaufte die Bevölkerung das, was sie nicht selbst herstellen konnte, auf Wochen- und Jahrmärkten. Luxusgüter, wie Gewürze, feine

Stoffe und kostbare Haushaltsgegenstände zählten zum Prestige Konsum des Adels. Im Laufe der Zeit wuchs auch die Kaufkraft des Bürgertums, das ebenfalls Produkte konsumierte, um etwas darzustellen. Der Massenkonsum begann mit dem Wiederaufbau Deutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg.

Heute stehen wir vor Regalen mit einer immensen Produktvielfalt und füllen Einkaufskörbe oder gleich den Einkaufswagen mit Produkten, die wir zum Leben brauchen und auch nicht brauchen. Mit dem Einkauf übers Internet haben sich die Einkaufsmöglichkeiten noch einmal erweitert – der digitale Einkaufswagen lässt sich weit über sein reales Gegen-

stück hinaus füllen. Die Waren müssen nicht geschleppt werden, sondern werden ins Haus gebracht. Der Einkauf ist nicht auf den Supermarkt um die Ecke beschränkt, sondern lässt sich vom heimischen PC aus auch weltweit ausdehnen.

## Kann Konsum nachhaltig sein?

20 Jahre nach der ersten Weltumweltkonferenz von Rio fällt die Bilanz mager aus: Trotz aller guten Vorsätze, unzähliger Zusammenkünfte, Initiativen und Projekte auf der ganzen Welt ist es bisher nicht gelungen, die modernen Gesellschaften auf den Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung zu bringen. Klimawandel, abnehmende Artenvielfalt, ökonomische und soziale Krisen stehen weiterhin auf der Tagesordnung. Die bisherige Konsumkultur hat ihren Anteil daran. Die Gegenbewegung – der nachhaltige Konsum – will es besser machen und bei der Herstellung von Produkten die Lebensgrundlage für nachfolgende Generationen nicht gefährden.

Während die Umweltbewegung der 70er und 80er Jahre sich mit ihrer postmaterialistischen Wertorientierung radikal für Konsumverzicht aussprach, ist heute die Zeit vorbei, in der Konsumbewusstsein vor allem Verzicht bedeutete: Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen werden in den Bereichen Ernährung, Mode, Kosmetik, Wohnen, Digital Lifestyle, Reisen und Geld angeboten.

Den Trend zum nachhaltigen Konsum beobachten Soziologen und Marktforscher in Australien wie in den USA, in Asien wie in Europa. Der Wirtschaftswissenschaftler Werner F. Schulz, Professor für Umweltmanagement an der Universität Hohenheim bei Stuttgart, schätzt die Zahl der neuen Ökokonsumenten in Deutschland auf etwa acht Millionen und ihre Kaufkraft auf rund 200 Milliarden Euro.

Als Vorreiter gelten die sogenannten „Lohas“ (Lifestyles of Health and Sustainability). Sie suchen Produkte und Dienstleistungen aus, die ihren

strengen Kriterien von Gesundheit wie ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit entsprechen. Sie sind meist gut ausgebildet und verdienen nicht schlecht. Neben Preis und Qualität ist ihnen Ethik wichtig. Sie glauben an eine bessere Welt, die nicht durch Verzicht, sondern bessere Technologien, Ideen und aktivem Gemeinsinn erreicht werden kann.

Auch andere Gruppierungen und Einzelpersonen halten die westliche Konsumkultur für nicht zukunftsfähig. Manche „grüne Aktivität“ der Unternehmen wird als „Green Washing“ angeprangert. Für die Redakteurin und Autorin Kathrin Hartmann ist der Konsum von nachhaltig gelabelten Produkten häufig ein Deckmantel für weiterhin ungehemmten Konsum. Sie sieht das Versprechen von Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz zu stark an den Kauf der Produkte gekoppelt, wie sie in ihrem Buch „Ende der Märchenstunde – Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle-Ökos vereinnahmt“ ausführt. Zudem können sich auch in Deutschland immer weniger Menschen diesen „Luxus“ leisten. Das Anliegen der Denkwerkzukunft – Stiftung für kulturelle Erneuerung ist es, unter anderem auf die Risiken des abnehmenden materiellen Wohlstands hinzuweisen und negativen Konsequenzen entgegenzuwirken. Die materiellen Wohlstandseinbußen sollten durch nicht-materielle Wohlstandsformen ausgeglichen werden. Denn der Rückgang des materiellen Wohlstands wird nach ihren Befürchtungen zu heftigen Reaktionen führen – bis hin zur Infragestellung der freiheitlich-demokratischen Ordnung.

Doch bei aller Systemkritik und der Schwierigkeit nachweislich sauber und nachhaltig zu produzieren, macht es Sinn, die vielen guten Ansätze weiterzuentwickeln und voranzutreiben: den Ökolandbau, die Vermarktung regionaler Produkte, ressourcen- und umweltschonende Produktionsweisen, Fair-Trade-Handel für nicht heimische Produkte wie Kaffee, Kakao oder Baumwolle. Zudem gibt es unter dem Aspekt Recycling eine Vielzahl

an kreativen Produkten. In allen Konsumbereichen gibt es gute Praxisbeispiele für umweltschonende und sozialverträgliche Produkte und Dienstleistungen.

Für die Forschung und Entwicklung sowie die Produktion und Vermarktung nachhaltiger Produkte werden Beschäftigte aus allen Disziplinen gebraucht.

## Textilien

Die Textil- und Modebranche in Deutschland umfasst 1.200 Betriebe mit insge-

samt 120.000 Mitarbeitern. Die Branche verzeichnete im Jahr 2010 einen Umsatz von 27 Mrd. Euro (Gesamtverband textil + mode). In den letzten Jahrzehnten hatte die deutsche Textil- und Bekleidungsindustrie einen Strukturwandel durchlebt, der durch Produktionsrückgänge im Inland und Produktionsauslagerung ins Ausland geprägt war. Die Unternehmen konzentrierten sich stärker auf Technische Textilien und andere innovative Produkte. Heute ist Deutschland Marktführer im Bereich Technische Textilien.

## LINKS NACHHALTIGKEIT/KONSUM (Auswahl)

[www.karmakonsum.de](http://www.karmakonsum.de)

KarmaKonsum ist eine der führenden Trendforschungs- und Beratungsgesellschaften zu den Themen gesunde und nachhaltige Lebensstile (LOHAS) und neues Wirtschaften (CSR) mit den Geschäftsbereichen: Publikationen, Networking und Consulting.

[www.heldenmarkt.de](http://www.heldenmarkt.de)

Messe für nachhaltigen Konsum: Lebensmittel, Mode, Wohnen, Mobilität, Geldanlagen und vieles mehr

Nächster Termin: 3. bis 4. November in Stuttgart, 17. bis 18. November in Berlin

[www.ecotopten.de](http://www.ecotopten.de)

Mit der EcoTopTen-Kampagne empfiehlt das Öko-Institut e.V. regelmässig Produkte in zehn Konsum-Bereichen, wie Textilien, Lebensmittel, Haushaltsgeräte, Elektronik, Strom und Geld. Die „EcoTopTen-Produkte“ zeichnen sich durch hohe Qualität und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis aus. Sie sind allesamt ökologische Spitzenprodukte. Mit den „jährlichen Gesamtkosten“, weist das Institut aus, was die Produkte „wirklich“ kosten. So fließen neben dem Kaufpreis auch die Folgekosten in die Bewertung ein.

[www.utopia.de](http://www.utopia.de)

Die Utopia AG betreibt ein Webportal für strategischen Konsum und nachhaltigen

Lebensstil. Hier können sich Verbraucher informieren und orientieren. Darüber hinaus fördert Utopia den Dialogprozess zwischen Verbrauchern, Unternehmen und Politik über gesellschaftliche Wege zu mehr Nachhaltigkeit. Als zweite Säule neben der Utopia AG steht die Utopia Stiftung, die den gesellschaftlichen Wandel in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen und die Macher des gesellschaftlichen Wandels unterstützen will.

[www.cleaner-production.de](http://www.cleaner-production.de)

Die von der deutschen Regierung geförderte Datenbank „Cleaner Production Germany“ enthält etwa 1.500 Beispiele und 1.000 Links für umweltverträgliche Produkte.

[www.nachhaltig-leben-und-arbeiten.de](http://www.nachhaltig-leben-und-arbeiten.de)

Nachhaltig leben und arbeiten ist ein Projekt an der TU Berlin mit dem Ziel, zusammen mit den Mitarbeitern von Partnerunternehmen Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen, die das Nachhaltigkeitsmanagement, die Attraktivität des Arbeitsplatzes und nachhaltige Lebensstile fördern.

[www.leitfaden-nachhaltigkeit.de](http://www.leitfaden-nachhaltigkeit.de)

Leitfaden „Studium und Forschung zur Nachhaltigkeit“, Zusammenstellung von Studienangeboten und Forschungseinrichtungen in Deutschland zur nachhaltigen Entwicklung.

Neben Bekleidungstextilien, Haus- und Heimtextilien machen Technische Textilien mehr als 50 Prozent der Gesamtproduktion in Deutschland aus. Sie werden für verschiedenen Sektoren, wie z.B. Bau, Energie, Gesundheitswesen, Umweltschutz, Verkehrswesen hergestellt, aber auch für Kleidung genutzt.

Wie kann man Textilien herstellen, ohne Auslöser für soziale und Umweltprobleme zu sein?

### Nachhaltigkeit in der Produktion

Baumwolle ist die meist verwendete Naturfaser für Bekleidung. Beim konventionellen Anbau wird Baumwolle in Monokulturen gepflanzt, die anfällig für Schädlings- und Unkrautbefall sind. Ein Baumwollfeld wird acht bis 25 Mal pro Saison mit Pestiziden gespritzt. Hinzu kommt ein hoher Wasser- und Düngemittelsatz. Bodenauslaugung, Grundwasserbelastung, aber auch gesundheitliche Risiken für die Bauern sind die Folgen. Es geht auch anders: Bei Textilien aus kontrolliert biologisch produzierten Naturfasern wird nicht nur auf umweltfreundliche Anbaumethoden geachtet, sondern bei der Weiterverarbeitung auf Gewässer belastende, Krebs erregende oder Allergie auslösende Chemikalien verzichtet – zum Schutz der Textilarbeiter und Verbraucher.

Vorreiter im Segment Naturtextilien ist der Internationale Verband der Naturtextilwirtschaft (IVN; [www.naturtextil.com](http://www.naturtextil.com)). Bevor er sich international ausrichtete, produzierten seine Mitgliedsfirmen nach einem umfassenden und transparenten Kriterienkatalog umwelt- und sozialverträgliche Textilien.

Einmal jährlich veranstaltet der IVN das „Green Forum“. Auf der Tagung öffnet sich der Verband der Öffentlichkeit und diskutiert ökologische und soziale Themen. In diesem Jahr hat sich der IVN vorgenommen, an den Ursprung des nachhaltigen Wirkens zu gehen und das Thema Ethik in den Mittelpunkt zu stellen. Konkrete Beispiele für Unternehmensethik in der



© Gabi Schoenemann/pixelio.de

Textilwirtschaft stellten Felix Rauer von der Otto Group und Olaf Schmidt von der Messe Frankfurt auf dem Green Forum vor. Beide Unternehmen haben sich auf ihre Weise auf den Weg gemacht, um ethisches Handeln zu einem Teil ihrer Unternehmensstrategie zu machen. Wie wichtig das ist, zeigen auch die Ergebnisse der Otto-Studie. Demnach hat die Lifestyle-Orientierung der Konsumenten im Vergleich zu den Vorjahren weiter abgenommen, während die Wertorientierung steigt. Kunden gehen es immer mehr um Orientierung, Pragmatismus und Glaubwürdigkeit ([www.green-forum.de](http://www.green-forum.de)).

Nachhaltigkeit ist ein Anliegen kleiner wie großer Textilunternehmen. Die praktische Umsetzung bezieht sich auf diverse Bereiche im Unternehmen, auf spezielle Produktlinien und oder auf die Rohstoffe. So verarbeiten einige Firmen einen Anteil an Biobaumwolle in ihrer Kollektion.

### Studiengänge, Aus- und Weiterbildungen Textil

Techniker sind gefragte Spezialisten in allen Bereichen der Textilwirtschaft. Mit einem Studium in den Bereichen Arts, Science oder Engineering eröffnen sich weitere Möglichkeiten in der Textil- und Bekleidungsindustrie: von der Leitung der Kreativabteilungen über die Forschungsabteilungen bis hin zur Leitung eines Unternehmens.

Bei den Studiengängen Bachelor oder Master of Engineering steht die Produktion mit allen ihren Facetten im Vordergrund. Einen B. Eng. „Bekleidungstechnik“ kann man u.a. an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen belegen, einen M. Eng. „Chemieingenieurwesen – Technische Chemie/Textilchemie“ an der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach oder den B. Eng. „Innovative Textilien“ an der Fachschule Hof.

Der Bachelor oder Master of Science vermittelt branchenübergreifendes Grundlagenwissen, u.a. in Betriebswirtschaft, Management oder in naturwissenschaftlichen Bereichen. Einen B. Sc. „Textiltechnik“ führt die RWTH-Aachen durch, die Hochschule Niederrhein Mönchengladbach die Studiengänge „Textiltechnologie/Textilmanagement“ sowie „Textile and Clothing Management“.

Der Bachelor oder Master of Arts kann mit den Schwerpunkten Textildesign oder Mode absolviert werden.

Die Ausbildungsplattform der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie „Go Textile“ ([www.go-textile.de](http://www.go-textile.de)) bietet umfangreiche Informationen über Ausbildungsberufe, Weiterbildungen und Studiengänge im Bereich Textil. Die Plattform listet Fortbildungsstätten und Unternehmen auf.

Einen einjährigen, englischsprachigen Masterstudiengang mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit „Sustainability in Fashion“ gibt es an der Internationalen Kunstmodehochschule ESMOD BERLIN ([www.esmod.de](http://www.esmod.de)). Das Masterprogramm lehrt, wie aus Einschränkungen Chancen werden und wie daraus neue, mutige und progressive Modekonzepte entstehen. Schwerpunkte im ersten Semester sind die Ansatzpunkte und Aspekte für nachhaltiges Wirtschaften entlang der textilen Kette. Im zweiten Semester erarbeiten die Studierenden ihre individuellen Masterarbeiten in Zusammenarbeit mit verschiedenen Firmen und Kooperativen weltweit. Der Studiengang beginnt jeweils im Oktober und schließt mit dem „Master of Arts“ ab.

## ■ INTERVIEW

### Nachhaltigkeit in der Mode

Interview mit Laura Sophie Fritzsche, Institut für berufliche Bildung und Arbeitslehre, Fachgebiet Arbeitslehre/Ökonomie und Nachhaltiger Konsum

*arbeitsmarkt:* Sie waren am Aufbau des Masterstudienganges „Sustainability in Fashion“ an der Internationalen Kunsthochschule für Mode Esmod Berlin beteiligt. Aus welchen Bereichen kommen die Teilnehmer des Studienganges?

Laura Sophie Fritzsche: Der Studiengang hat als Schwerpunkt Design. Es melden sich aber nicht nur Absolventinnen und Absolventen aus dem Bereich Mode und Design für den internationalen Master-Studiengang an. Die Studierenden kommen aus verschiedenen Bereichen, weil sie das Thema so wichtig und spannend finden. Sie kommen auch aus dem Marketing, Mode-Management. Die erste Gruppe war sehr heterogen. Doch dies hat den Austausch untereinander intensiviert.

#### ZUR PERSON



Laura Sophie Fritzsche ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für berufliche Bildung und Arbeitslehre, Fachgebiet Arbeitslehre/Ökonomie und Nachhaltiger Konsum. Seit März 2012 ist sie im Projekt „Nachhaltig leben und arbeiten“ tätig, das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt finanziert wird. Im Projekt geht es um Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen durch Einbindung und Förderung privater Nachhaltigkeitsorientierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

*Worauf zielt der Studiengang ab?*

Der Studiengang verfolgt einen ganzheitlicher Ansatz. Themen des projektbezogenen Masters sind u. a. das „Zero waste“-Konzept, „cradle to cradle“-Ansätze und Nachhaltigkeitsmarketing. Die Studierenden verwirklichen ihre Konzepte u. a. auf der Green Fashion Week, sammeln damit Verkaufserfahrung und treten nach dem Studium mit ihren Konzepten an Unternehmen heran.

Die Absolventinnen können mit dem Studienabschluss in die Forschung gehen, sich selbstständig machen, Marketing in nachhaltigen Unternehmen realisieren oder die CSR-Abteilung eines Modeunternehmens leiten.

*Zieht es die Absolventen in die Nische der Naturtextilien?*

Die meisten Absolventen sind daran interessiert, Veränderungen bei großen, weltweit tätigen Firmen voranzutreiben. Sie können im Naturtextilsegment arbeiten, möchten aber in den meisten Fällen etwas bei Unternehmen wie C&A, H&M oder Patagonia bewirken.

*Gibt es weitere Studiengänge im Bereich Textil mit dem Fokus Nachhaltigkeit?*

Hier in Deutschland ist der Studiengang einzigartig. Das Centre for Sustainable Fashion in London bietet den Master-Studiengang Fashion & the Environment an, der mehr auf Umweltaspekte der Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. In New York gibt es einen ähnlichen Masterstudiengang.

*Sie haben Betriebswirtschaft und Corporate Social Responsibility studiert und arbeiten jetzt im Bereich Ökonomie und Nachhaltiger Konsum. Was raten Sie Studierenden, die im Bereich Nachhaltigkeit einsteigen möchten?*

Ich würde jedem empfehlen, sich nicht auf einen bestimmten Studiengang zu versteifen, der explizit Nachhaltigkeit im Titel trägt. Ich kenne viele Quereinsteiger und bin der Meinung, dass Nachhaltigkeit in jedem Unternehmen zum Kerngeschäft gehören sollte. Es werden aus jeder Diszi-

plin Fachleute gebraucht, die Nachhaltigkeit in ihren Bereichen umsetzen.

### Kosmetik

Mit einem Plus von 1,4 Prozent auf 12,67 Mrd. Euro zu Einzelhandelsverkaufspreisen ist die Schönheitspflegemittelbranche auch im Jahr 2011 ein Wachstumsmarkt (Industrieverband Körperpflege und Waschmittel e.V., [www.ikw.org](http://www.ikw.org)). In der Industrie arbeiten 45.000 Beschäftigte, im Bereich industriennahe Dienstleistung sind es 300.000 und im Einzelhandel (ohne Supermärkte) 100.000 Menschen.

Der Bereich Naturkosmetik in Deutschland hatte im Jahr 2011 mit einem Gesamtumsatz von 815 Mio. Euro und einen Marktanteil von 6,5 % am gesamten Kosmetikmarkt in den vergangenen Jahren kontinuierlich zugelegt. Der Anteil naturnaher Kosmetik beträgt 7,8 % (Jahrbuch Naturkosmetik 2012).

Nachhaltigkeit ist wie in anderen Konsumbereichen auch in der Kosmetikbranche wichtig und bedeutet weit mehr als umweltfreundliche Verpackung und keine Tierversuche. Neben einer nachhaltigen Unternehmensführung wird auch über die Interessen von Einzelunternehmen hinaus gehandelt. So setzen sich viele Firmen im „round table on sustainable palm oil“ dafür ein, dass der für die Kosmetikindustrie wichtige Rohstoff Palmöl nachhaltiger produziert wird.

Im Bereich Naturkosmetik werden besondere Anforderungen an die Rohstoffe und die Betriebs- und Produktionshygiene gestellt. Der Bereich Forschung und Entwicklung ist hier besonders wichtig.

### Ausbildungen Kosmetik

An der Universität Hamburg kann man Kosmetikwissenschaften (Bachelor und Master, [www.chemie.uni-hamburg.de](http://www.chemie.uni-hamburg.de)) studieren. Die Hochschule Ostwestfalen-Lippe bietet den Bachelorstudiengang „Technologie der Kosmetik und Waschmittel“ jeweils zum Wintersemester an.

Die Studiengänge Lebensmittelchemie, Lebensmitteltechnologie, Pharmazie, Chemie und Biotechnologie eignen sich für einen Einstieg in die Kosmetikbranche.

Die klassisch ausgebildeten Naturwissenschaftler müssen für einen Quereinstieg ihr Wissen um den Bereich Kosmetik erweitern. Sie können sich über Lehrgänge, Tagungen, Einzelseminare oder ein Training-on-the-job qualifizieren.

Die DermaTronnier GmbH & Co. KG arbeitet als eigenständiges Institut an der Universität Witten-Herdecke auf dem Gebiet der forschungsorientierten experimentellen Dermatologie. Die Wissenschaftler führen Wirksamkeits- und Verträglichkeitsuntersuchungen für Kosmetika, Pflege- und Reinigungsmittel durch. Neben der Forschung bietet das Institut auch praxisnahe Seminare und Kurse an. Der Cosmetic Campus, der Pfeiffer Consulting GmbH in Pforzheim ist eine Aus- und Weiterbildungseinrichtung zur Qualifizierung von Führungskräften und Mitarbeitern aus der kosmetischen Industrie. Hier werden Fachseminare zu Themen wie Hygiene, Risikomanagement, Kosmetikverordnung und Produktentwicklungen angeboten.

## ■ INTERVIEW

### Mehr als nur ein grünes Pflänzchen

Interview mit Elfriede Dambacher, Inhaberin des Beratungsunternehmens „Naturkosmetik Konzepte“

*arbeitsmarkt: Ist Nachhaltigkeit eher ein Thema für das Marktsegment Naturkosmetik als für die klassische Kosmetikbranche?*

Elfriede Dambacher: Nachhaltigkeit ist ein Grundpfeiler der Naturkosmetikerhersteller und wird dort schon immer gelebt. Da die Naturkosmetikbranche ein starker Wachstumsmarkt ist, hat die Kosmetikindustrie das Thema Nachhaltigkeit auch für sich entdeckt, um sich sozialökologisch und

ethisch positiver zu positionieren. Deshalb haben große Konzerne umfassende Nachhaltigkeitskonzepte aufgestellt.

*Worin unterscheiden sich Naturkosmetik und naturnahe Kosmetik?*

Wir haben mit großen Marktforschungsunternehmen 2008 angefangen, den Markt besser zu selektieren, und haben so das Segment naturnahe Kosmetik geschaffen, um sie besser von herkömmlicher Kosmetik und Naturkosmetik abzugrenzen. Naturkosmetik ist mit unterschiedlichen Labels zertifiziert, z. B. dem BDIH-Siegel oder NaTrue oder nach der Neufarm-Kosmetik-Richtlinie. Diese Unterschiede sind für Experten wichtig, lassen sich aber dem Konsumenten nur schwer erklären. Die naturnahe Kosmetik hat aber eine klare Abgrenzung zur klassischen Kosmetik: Da ist mehr als nur ein grünes Pflänzchen drin! Ein Beispiel: Die Creme „Nivea Visage“ zählt zur klassischen Kosmetik. „Nivea Visage pure & natural“ ist naturnahe Kosmetik. Die Rezeptur ist hier ganz anders.

*Wie können Quereinsteiger in der Naturkosmetikbranche Fuß fassen?*

Wie im Naturkosthandel gibt es auch im Naturkosmetikhandel Akademikerinnen und Akademiker, die dort aus Überzeugung arbeiten, obwohl die Aufgaben im Handel eigentlich nicht ihrer Ausbildung entsprechen. Das Fernstudium „Naturkosmetik-Fachberater/in“, das vom Forum Berufsbildung angeboten wird, vermittelt das spezielle Wissen für eine Tätigkeit im Handel. Akademiker nutzen diesen Lehrgang ebenfalls.

Anspruchsvolle Berufsfelder für Akademiker gibt es in der Zulieferindustrie und Herstellung, aber auch in Filialunternehmen. Fürs Marketing werden meist Betriebswirtschaftler gesucht. In der Forschung und Entwicklung sind besonders Biologen und Chemiker oder speziell ausgebildete Kosmetologen gefragt. Sie brauchen neben dem fachlichen Grundwissen zudem das Engagement, natürliche Alternativen erforschen zu wollen.

Der Bedarf an Information ist groß. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten sich einzuarbeiten. Einen guten Einblick in den Markt bietet das von uns herausgegebene „Naturkosmetik Jahrbuch“. Die „Naturkosmetik Lernbroschüre“ ist zwar für den Handel entwickelt, aber ebenfalls für andere Berufsgruppen zur Einarbeitung in das Thema Naturkosmetik hilfreich.

*Ist für Naturwissenschaftler und Techniker die Naturkosmetikbranche attraktiv?*

Sie ist auf jeden Fall ein Wachstumsmarkt mit Zukunft und braucht qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zudem handelt es sich um eine Branche, die sinnvolle Produkte herstellt. Für Chemiker und Pharmazeuten zum Beispiel ist dies allerdings eine Herausforderung. Gerade Naturwissenschaftler lernen an der Universität zu wenig über solche Märkte und werterhaltendes Wirtschaften. Heute hat sich das Werteverständnis der Gesellschaft verändert. Im Zuge dessen verändern sich auch die Märkte. Die Akademiker werden zu wenig auf diese Veränderungen vorbereitet. Einen anderen Ansatz hat da die Alanus-Hochschule in Alfter bei Bonn. Die betriebswirtschaftlichen Studiengänge vermitteln nicht nur Fachwissen, sondern legen ebenso Wert auf die Ausbildung offener und kreativer Persönlichkeiten, die Bestehendes und Gewohntes hinterfragen sowie neue Konzepte für ökologisch und sozial zukunftsfähiges Wirtschaften entwickeln und umsetzen können. Dort kann man neben den Studiengängen Bachelor und Master of Arts im Fach Betriebswirtschaftslehre zum Beispiel auch den Zertifikatskurs „Sustainability Management“ belegen.

*Gibt es Fortbildungen mit dem Fokus Nachhaltigkeit im Bereich Kosmetik?*

Nachhaltigkeit ist ein Thema von vielen. Daher nicht direkt. Natürlich wird in Seminaren und auch im Fernlehrgang „Naturkosmetik-Fachberater“ beim Forum Berufsbildung dieser Bereich thematisiert. Der Naturkosmetikmarkt bietet mehr als Nachhaltigkeit.