

# Die Bessermacher

Ein schönes Wort, ohne Frage. Doch „Nachhaltigkeit“ verkommt in unserer Gesellschaft viel zu oft zu einer reinen Versammlung von 14 Buchstaben. NACHHALTIGKEIT WILL GELEBT, WILL VORGELEBT, WILL GEMACHT WERDEN – VON MUTIGEN MENSCHEN. Die spannendsten Visionäre porträtiert pure. Ihre Ansätze, ihr Denken, ihre Taten

*Veränderungen werden stets von Menschen angestoßen und umgesetzt. Hinter nachhaltigen Projekten und Unternehmen stecken immer Köpfe, die weiter denken als andere. pure widmet diesen „Bessermachern“ eine feste Rubrik*

DESIGN / NACHHALTIGKEIT



## Langfristiger Erfolg

Gutes tun allein genügt nicht, man muss auch drüber reden. Wenn Unternehmen etwas zu sagen haben, tun sie dies in der Regel über Kommunikations-Spezialisten wie Sönke Nissen, Geschäftsführer der gleichnamigen Kommunikationsberatung Nissen Consulting. Doch von vielen seiner PR-Kollegen unterscheidet sich Nissen gleich in mehrfacher Hinsicht: Er konzentriert sich auf Unternehmen, die Ökologie und Soziales in Einklang bringen mit ihrem unternehmerischem Handeln, sich also nachhaltig ausrichten. „Langfristiger Erfolg“, gibt sich Nissen überzeugt, „kann nur über eine nachhaltige Ausrichtung und Positionierung gesichert werden“. Langfristig erfolgreiche Kommunikation muss wiederum glaubwürdig und vertrauensbildend sein. Nissen ist aber weit mehr als nur passives Sprachrohr, er versteht sich als Berater, der auf die individuelle Verantwortung eines Unternehmens fokussiert, Anstöße und Anregungen gibt, Handlungsoptionen aufzeigt und schließlich Erfolge auch dadurch sichtbar werden lässt, dass er sie in den öffentlichen Raum trägt. Nissen hat Marketing studiert und eine wesentliche persönliche Prägung schon Anfang der 90er Jahre als Umweltmanager bei Otto erfahren – in einem Unternehmen, das den Nachhaltigkeitsgedanken bereits frühzeitig vorgelebt hat. Dann befasste er sich in internationalen Beratungsgesellschaften immer stärker mit umweltbewusstem Handeln. Seit 2005 hat er sich mit seiner eigenen Kommunikationsberatung auf Nachhaltigkeitsthemen spezialisiert. Er will er dazu beitragen, dass verantwortliches Handeln auf eine immer breitere Basis gestellt wird. Nicht zuletzt dank seiner Presse- und Medienarbeit wurde der Deutsche Nachhaltigkeitspreis zu einer führenden Plattform nachhaltiger Entwicklungen. Weiteres aktuelles Beispiel: Mit der Initiative Pro Recyclingpapier hat Nissen eine bundesweite Kampagne in Gang gesetzt, der sich über 20 namhafte Unternehmen angeschlossen haben.

*Seine Philosophie: „PR nicht als Instrument zum Greenwashing missbrauchen, sondern durch Kommunikation Vertrauen in die Anliegen der Unternehmen schaffen.“*

*// [www.nissen-consulting.de](http://www.nissen-consulting.de)*