

Mehr als ein Schlagwort

Viele Kunden von Reichl und Partner setzen bereits auf Nachhaltigkeit.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Nachhaltigkeit ist längst nicht nur mehr ein Schlagwort. „Viele unserer Kunden haben sich bereits der (Mit-)Gestaltung einer lebenswerten Zukunft verschrieben und setzen Maßnahmen“, erklären unisono Michael Obermeyr und Daniela Strasser, Geschäftsführung bei Reichl und Partner PR. Strasser ergänzt: „Gründe, warum sich immer mehr Unternehmen mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen, gibt es viele: soziale, finanzielle und marketingtechnische. In unserem Portfolio finden sich herausragende Beispiele, die sich durch alle Branchen ziehen.“

BMD, Otis, Alufix

Unter dem Motto „Effizienz schafft Nachhaltigkeit“ hat BMD es sich etwa zur Aufgabe gemacht, Unternehmensprozesse zu optimieren und unnötigen Papierverbrauch zu vermeiden. Möglich wird das durch eine lernfähige Business-Software, die in den Bereichen Rechnungswesen und Controlling papierloses Buchen ermöglicht und gleichzeitig Zeit und Ressourcen spart. Weit vorausgedacht hat auch Otis, der Weltmarktführer bei Aufzügen

Erfolgsstrategie

Daniela Strasser und Michael Obermeyr (Reichl und Partner): Immer mehr Unternehmen setzen sich mit Nachhaltigkeit auseinander.

und Fahrtreppen, als er 2017 den Beweis angetreten ist, dass der erste 100% energieautarke Aufzug Österreichs – auf Basis von Solarenergie – den Winter in der Bundeshauptstadt problemlos bewältigt. Ebenfalls auf Nachhaltigkeit setzt die Alufix Folienverarbeitungs GmbH – jedoch ohne die Benutzerfreundlichkeit einzubüßen. Mittels Ein- und Mehrweggeschirr aus nachwachsenden Rohstoffen ist

es das Ziel von Alufix, mit neuen, umweltfreundlichen Innovationen den Markt zu beleben.

Bei Reichl und Partner sieht man diese Beispiele durchwegs positiv. Sowohl Obermeyr als auch Strasser zeigen sich überzeugt, dass weitere Unternehmen bald nachziehen werden, denn, so Obermeyr: „Es spricht sich bereits herum, dass nachhaltiges Wirtschaften eine echte Erfolgsstrategie sein kann.“

100%

Autarkie

Das Thema Nachhaltigkeit ist bereits voll in der PR angekommen.

© Reichl und Partner