

Transformation = Innovation = Zukunft

Liebe Kunden*innen, Geschäftspartner*innen und Freunde,

3 Jahre ist es her, im Oktober 2020 erschien der letzte umfangreiche X-letter im DIN A4-Format. So fiel es uns nicht leicht, eine Auswahl zu treffen.

Die Welt des Business ist so vielfältig und facettenreich wie nie zuvor.

Das Herz eines erfolgreichen Unternehmens liegt wissentlich in dessen Kultur. Die Organisationskultur ist das, was ein Unternehmen im Innersten zusammenhält. Sie definiert die Werte, die Einstellungen und die Verhaltensweisen, die die Mitarbeiter leiten. Gerade in Zeiten großer Herausforderungen und Transformationen ist eine gelebte authentische Kultur der Schlüssel zum Erfolg. In unserem Artikel erfahren Sie, was Kultur bedeutet, wie Sie eine Kultur schaffen können, die Ihr Unternehmen zum Erfolg führt und wie wir Sie dabei unterstützen können Prozesse transparenter und sinnesreicher zu gestalten.

Von der Kultur zur Kunst des Übergangs von KMUs.

Es wurde in den vergangenen Jahren schon viel geschrieben und berichtet. Vor der Pandemie herrschte zu diesem Thema fast inflationäre Stimmung. Es geht um die Unternehmensnachfolge. Bis heute bereiten sich nach wie vor viel zu wenige Unternehmen darauf vor. Dabei gilt auch hier die Weisheit „Bei der Gründung an die Nachfolge denken!“. Aber wie geht man dieses komplexe Thema tatsächlich an? Wir versuchen das Thema mit aktuellen Erkenntnissen auf dem Schirm zu behalten.

Innovation ist das Lebenselixier jedes erfolgreichen Unternehmens.

Von der kontinuierlichen Produktentwicklung bis zur Anpassung von Prozessen und Werte an sich ändernde Marktbedingungen - Innovationsfähigkeit ist entscheidend. Entdecken Sie in unserem Artikel, wie Innovationen Ihr Unternehmen auf die Überholspur bringen können.

Auch eine Innovation aber dieses Mal mit nervendem Charakter ist CSR.

Verantwortungsbewusstes Geschäft für eine nachhaltige Zukunft. Corporate Social Responsibility (CSR) ist nicht nur für große Konzerne reserviert. Auch kleine Unternehmen können eine wichtige Rolle dabei spielen, positive Veränderungen innerhalb ihrer Gemeinschaft und außerhalb in der Welt herbeizuführen. Erfahren Sie, wie CSR für kleine Unternehmen ein sinnvolles Werkzeug sein kann.

Zu guter Letzt hegen wir die Tradition und tauchen ab in die Retro-Welt und feiern den runden Geburtstag zweier erstmals innovativer Produkte.

In unseren unterhaltsamen Artikeln nehmen wir Sie mit auf eine Reise zurück in die Zeit der Musikkassette und der Kodak Instamatic-Kamera. Diese Retro-Gegenstände haben nicht nur unsere Erinnerungen festgehalten, sondern auch den Weg für moderne Technologien und Trends geebnet.

In dieser Ausgabe unseres X-letter laden wir Sie ein, diese und weitere Themen zu erkunden und sich auseinanderzusetzen. Wir hoffen, dass Sie inspiriert werden, neue Ideen zu entwickeln die erfolgreich als auch nachhaltig sind.

Ihr laborx Team

Inhalt

- 01 Editorial
- 02 Inhalt
- 03 Capital Cultur - Die Kunst der Unternehmenskultur
- Wie sie ihre Organisation zum Blühen bringen
- 06 Zwischen Traum und Wirklichkeit
- Unternehmensnachfolge
- 08 Retro
- 60 Jahre Mixed Tape — 60 Jahre Instamatic 126
- 12 Kommunikationsdesign im Zeichen der KI
- 14 Erfolgreich mit Innovation
- 18 GreenMobility – Umweltfreundliche Nahlogistik
- Eine Perspektive
- 20 Wie wollen wir morgen wirtschaften
- In eigener Sache
- 22 CSR - für kleine Unternehmen
- Bürokratischer Wahnsinn oder sinnvolles Werkzeug
- 24 Nachhaltiger Tourismus
- Mit Bahn, Rad und Outdoor-Bewegung die Natur erleben

Die Kunst der

culture Capital

Unternehmenskultur:

- Wie sie ihre Organisation zum Blühen bringt

In der heutigen Geschäftswelt ist der Begriff „Unternehmenskultur“ etabliert. Aber was genau bedeutet dieser eigentlich? Und warum ist das Thema so wichtig? Tauchen sie ein in die faszinierende Welt der Organisationskultur und entdecken, wie sie ihr Unternehmen mit einer authentischen Kultur aufblühen lassen können.

Was ist Unternehmenskultur?

Unternehmenskultur oder Organisationskultur bezieht sich auf die gemeinsamen Werte, Überzeugungen, Normen und Verhaltensweisen, die in einem Unternehmen vorherrschen. Im Mittelpunkt stehen die Menschen und die Sinnhaftigkeit des Unternehmens. Es ist das „Wie wir die Dinge hier tun“ und formt die Identität einer Organisation. Die Unternehmenskultur kann positiv oder negativ sein und hat einen erheblichen Einfluss auf die Mitarbeitermotivation, die Arbeitsmoral, die Leistungsfähigkeit und nicht zuletzt auf die Gewinnung und Bindung von Fachkräften.

Der kulturelle Einfluss

Eine gesunde Unternehmenskultur ist wie der fruchtbare Boden, in dem ein Unternehmen gedeihen kann. Sie beeinflusst die Art und Weise, wie Mitarbeiter miteinander interagieren, wie sie Herausforderungen bewältigen und wie sie ihre Arbeit wahrnehmen. Eine positive Unternehmenskultur fördert Teamwork, Kreativität und Innovation.

Die Bausteine einer erfolgreichen Kultur

Es gibt keine Einheitslösung für die ideale Unternehmenskultur, da sie von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich ist. Dennoch gibt es einige gemeinsame Elemente, die den Grundstein für eine erfolgreiche Kultur legen.

Werte und Ethik

Klare Werte und ethische Prinzipien, die von der Geschäftsleitung vorgelebt werden, bilden das Rückgrat einer starken Kultur.

Kommunikation

Offene und transparente Kommunikation fördert Vertrauen und schafft eine Atmosphäre des Respekts.

Anerkennung und Wertschätzung

Die Anerkennung von Leistungen und die Wertschätzung der Mitarbeiter sind entscheidend für ihre Zufriedenheit und Motivation.

Vielfalt und Inklusion

Eine Kultur, in der Vielfalt und Inklusion das Normal ist, verbindet verschiedene Perspektiven und fördert die Innovation.

Fehlerkultur

Die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen, statt sie zu bestrafen, ermöglicht mutige Experimente und Innovationen.

Kulturwandel

Es ist nie zu spät, die Unternehmenskultur zu ändern oder anzupassen. Ein Kulturwandel erfordert jedoch Einsicht, Mut der Führung, Zeit, Engagement und den Blick von außen. Führungskräfte müssen die Veränderung vorleben und die Mitarbeiter einbeziehen, um ihre Beteiligung und Akzeptanz sicherzustellen.

Die Früchte einer gesunden Kultur ernten

Eine blühende Unternehmenskultur zahlt sich aus. Sie zieht Top-Talente an, steigert die Mitarbeiterbindung und fördert die Kundenzufriedenheit. Unternehmen mit einer positiven Kultur sind agiler und widerstandsfähiger gegenüber Veränderungen und Krisen.

Der ganzheitliche Blick von außen

Das Einfachste ist, wenn Sie als Start-Up bereits bei der Erstellung Ihres Geschäftsplans an kulturelle Eckpfeiler denken und diese konsequent umsetzen.

Gelebte Werte

Schwieriger wird es, wenn sich im Laufe der Jahre ein gewisser Wildwuchs eingeschlichen hat. Jeder Bereich, jede Abteilung, lebt ihre eigene Vorstellung und nur der Chef macht die Ansage. Viel Arbeit, die mit externer Unterstützung gelingen kann und somit die gesamte Organisation in eine innovative Zukunft katapultiert.



Fazit

Ihre Kultur gestaltet Ihre Zukunft

Unternehmenskultur ist kein abstraktes Konzept, sondern ein entscheidender Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen. Sie beeinflusst, wie ihre Mitarbeiter arbeiten, wie sie sich fühlen und wie sie die Welt um sich herum wahrnehmen. Investieren sie in die Gestaltung einer positiven Unternehmenskultur, und sie werden sehen, wie ihr Unternehmen aufblüht und gedeiht. Denn eine gelebte Kultur ist der Garant für nachhaltigen Erfolg in einer sich ständig wandelnden Welt.

Tipp:

laborx | culture & communication unterstützt sie und Ihre Mitarbeiter: innen mit Inspiration, Beratung und Workshops und einer zielgerichteten Kommunikationsstrategie.

Zwischen Traum und Wirklichkeit

Unternehmensnachfolge

Zwischen den Jahren 2022 bis 2026 werden bundesweit etwa 190.000 Unternehmen eine Unternehmensnachfolge benötigen. Nur etwa 25% sind darauf gut vorbereitet.

Quelle: IHK Regio Stuttgart

Die Unternehmensnachfolge ist ein entscheidender Schritt in die Zukunft eines Unternehmens. Es geht nicht nur darum, die Kontinuität eines Unternehmens sicherzustellen, sondern auch, die Werte, und die ursprüngliche Vision, die das Unternehmen geprägt haben, zu bewahren bzw. mit zeitgemäßen Instrumenten innovativ zu gestalten und in die Zukunft zu führen. In diesem Artikel werfen wir einen Blick auf die verschiedenen Aspekte der Unternehmensnachfolge und bieten Einblicke in bewährte Praktiken, um diesen Übergang erfolgreich zu gestalten.

Die Bedeutung der Unternehmensnachfolge

Die Unternehmensnachfolge ist ein komplexer Prozess, der sorgfältige Planung und Vorbereitung erfordert. Sie hat erheblichen Einfluss auf die Stabilität der Organisation, die Mitarbeiter, die Kunden und die finanzielle Zukunft. Eine gut geplante Nachfolge kann das Erbe eines Unternehmens bewahren und es für kommende Generationen erhalten.

Zeitliche Planung und Strategie

Die Planung der Unternehmensnachfolge sollte frühzeitig beginnen, idealerweise Jahre oder sogar Jahrzehnte im Voraus. Dies ermöglicht es, eine klare Strategie zu entwickeln, potenzielle Nachfolger zu identifizieren und sicherzustellen, dass



das Unternehmen in finanzieller Hinsicht gut aufgestellt ist. Die Wahl zwischen internen Nachfolgern, externen Käufern oder einer Kombination aus beiden hängt von den individuellen Zielen des Unternehmens ab.

Identifikation und Entwicklung von Nachfolgern

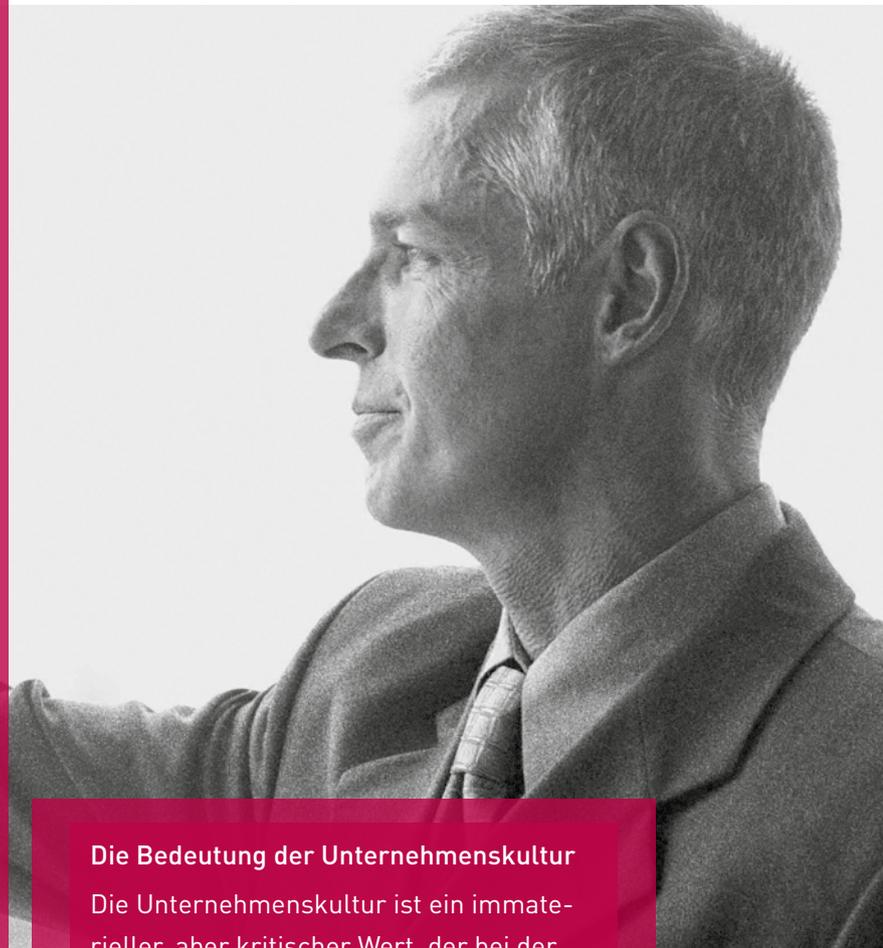
Die Auswahl des richtigen Nachfolgers ist entscheidend. Dies kann ein Familienmitglied, ein:e erfahrene:r Mitarbeiter:in oder sogar ein externer Käufer:in sein. Eine gründliche Schulung und Einarbeitung der Nachfolgenden Person sollte dabei berücksichtigt werden, um sicherzustellen, dass sie oder er in der Lage ist, die individuellen Herausforderungen die jeder Betrieb vorhält zu kennen und den Betrieb ohne größere Schwierigkeiten fortführen zu können.

Finanzierung der Nachfolge

Die Finanzierung der Unternehmensnachfolge ist ein wesentlicher Aspekt. Dies kann die Bereitstellung von Eigenkapital, die Aufnahme von Krediten oder die Nutzung von Finanzierungsinstrumenten wie Beteiligungsmodellen oder Earn-out-Vereinbarungen (aufteilen des Kaufpreises) umfassen. Die finanzielle Struktur sollte so gestaltet sein, dass sie sowohl für den Verkäufer als auch für den Käufer tragbar ist. Aktuell ist Fremdkapital nur zu hohen Zinsen erhältlich, was für beide Seiten eine besondere Herausforderung darstellen kann. Dennoch sollte bei Abwägung aller Kriterien dies kein Hinderungsgrund sein.

Steuerliche und rechtliche Aspekte

Die steuerlichen und rechtlichen Aspekte der Unternehmensnachfolge sind komplex und variieren je nach Land und Rechtsordnung. Die Einbeziehung von Steuerexperten und Anwälten ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass alle rechtlichen Anforderungen erfüllt werden und die Steuerbelastung minimiert wird.



Die Bedeutung der Unternehmenskultur

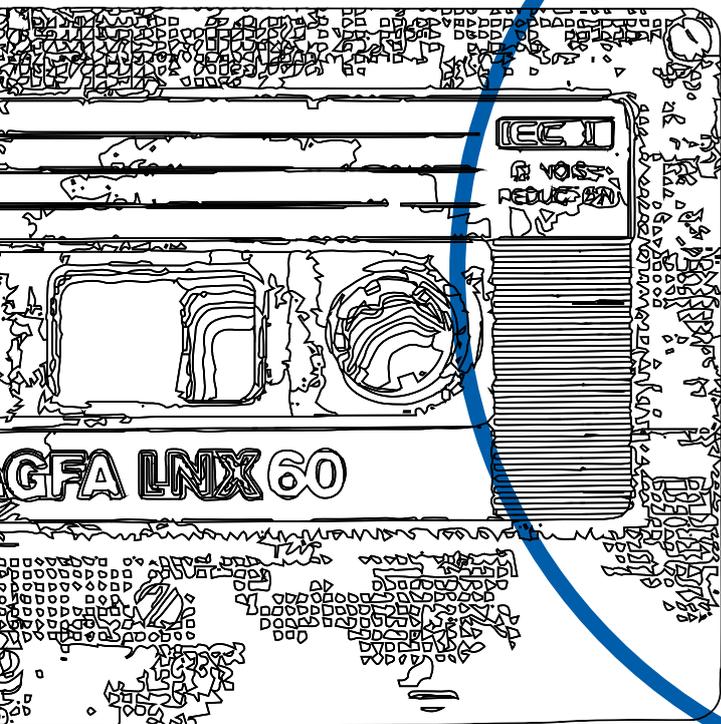
Die Unternehmenskultur ist ein immaterieller, aber kritischer Wert, der bei der Nachfolge berücksichtigt werden muss. Der Übergang sollte so gestaltet sein, dass die bestehende Kultur bewahrt und gleichzeitig Raum für Veränderungen und Innovationen geschaffen werden.

Die Rolle des Verkäufers nach der Nachfolge

Die Nachfolge bedeutet nicht unbedingt das vollständige Ausscheiden des Verkäufers. Oftmals bleibt der Verkäufer als Berater oder in einer anderen Funktion im Unternehmen tätig. Dies kann eine wichtige Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft darstellen.

Fazit:

Die Unternehmensnachfolge ist ein Prozess, der mit Bedacht und Sorgfalt angegangen werden muss. Sie kann den Unterschied zwischen dem Fortbestand eines Unternehmens und seinem Niedergang ausmachen. Eine frühzeitige Planung, eine klare Strategie, die richtige Wahl des Nachfolgers und eine sorgfältige Beachtung rechtlicher und finanzieller Aspekte sind entscheidend. Die erfolgreiche Unternehmensnachfolge kann nicht nur die Zukunft des Unternehmens sichern, sondern auch die Ziele und Werte des Gründers oder der Gründergeneration fortsetzen und/ oder auf dessen Grundlagen aufbauen.



Happy Birthday

Bänder, Knöpfe und Hits

60 Jahre
Mixtape-Mania!

Vor 60 Jahren, im Jahr 1963, tauchte etwas auf, das das Leben der Musikliebhaber für immer verändern sollte. Es war ein kleines, rechteckiges Ding namens "Kompaktkassette" oder wie wir es heute liebevoll nennen: Das Mixtape! Der ehemalige Elektronikriese Philips brachte dieses Wunderwerk der Technik auf den Markt, und die Welt hat sich seitdem nicht mehr wirklich erholt vom Musikhype. Ganz im Gegenteil!

Lasst uns einen Moment innehalten und darüber nachdenken, wie weit wir gekommen sind. In den 60er-Jahren gab es Vinylplatten und erste Heimtonbandgeräte, diese waren jedoch von der Handhabung recht kompliziert und eher etwas für Experten. Die Radio Corporation of America (RCA) hatte in den 1950er Jahren in den USA bereits Versuche mit Kassetten durchgeführt und eine recht unhandliche Tafel zur Marktreife entwickelt. Nachteilig waren neben der Größe die mechanische Instabilität und die viel zu geringe Spielzeit. Philips entwickelte eine erste Hi-Fi taugliche Einlochkassette für den Endverbraucher. Leider genauso erfolglos wie die Amerikaner. Erst einem Konsortium aus Philips, Grundig, Philips-Musikverlag und der Deutschen Grammophon gelang es, neue zukunftsweisende Fakten zusammenzutragen und daraus ein Entwicklungsziel abzuleiten, welches erfolgversprechend sein könnte. Philips kochte aber heimlich sein eigenes Süppchen und sorgte für Ungemach. Max Grundig, als Dickkopf bekannt, ließ daraufhin den Vertrag platzen. So trennten sich die Partner wieder. Philips als auch Grundig bastelten jeder an seinem eigenen Weltstandard. Aber die Idee, die Musik in etwas zu packen, das man in die Tasche stecken konnte, war geboren und mit ihr kam die Macht des Mixtapes!

Eines gelang erst im Laufe der Zeit!

Die ersten Kassettengeräte waren noch sehr anfällig und auch die Qualität des Bandmaterials und der Kassettengehäuse liesen zu wünschen übrig. Das Ziel überall aus der Hosentasche Hi-Fi-Sound genießen zu können, ließ noch auf sich warten.

Die einzigen Wahren- Die originalen Playlists

Jeder, der in den 70er, 80er oder 90er-Jahren aufgewachsen ist, erinnert sich an die Mühe, ein Mixtape zu erstellen. Zuerst musste man sich für das Genre entscheiden - Pop, Rock, Metal oder doch lieber klassische Musik, Schlager oder volkstümliche Klänge? Dann wurde der Rekorder vorbereitet, und die Finger tanzten über die Tasten, um die besten Hits der Zeit aufzunehmen. Manchmal konnte man es kaum erwarten, bis der Radiomoderator aufhörte zu quatschen, damit man die nächste Chartstürmer-Single aufnehmen konnte. Und wehe, jemand ist während der Aufnahme in den 70er ins Zimmer gestürmt und hat die Tür zugeschlagen - das war der sichere Tod für die musikalische Kreation! Denn in den 70er wurde oft noch akustisch, also mit Mikrofon vor dem Radio aufgenommen.

Die Kreativität des Mixtape-Designs

Mixtapes waren nicht nur Musik; sie waren Kunstwerke. Das Cover wurde sorgfältig gestaltet, oft mit handgeschriebenem Titel und bunt verzierten Hüllen. Das war eine echte Möglichkeit, jemandem zu zeigen, wie wichtig er oder sie einem im Leben war oder wie gut man seinen Musikgeschmack kannte. Mixtapes waren beliebt Geschenke. Sie zeigten dem Beschenkten, ich habe mir Mühe gegeben. Denn ein Mixtape herzustellen erforderte Zeit. Viel Zeit!

Die Evolution des Mixtapes

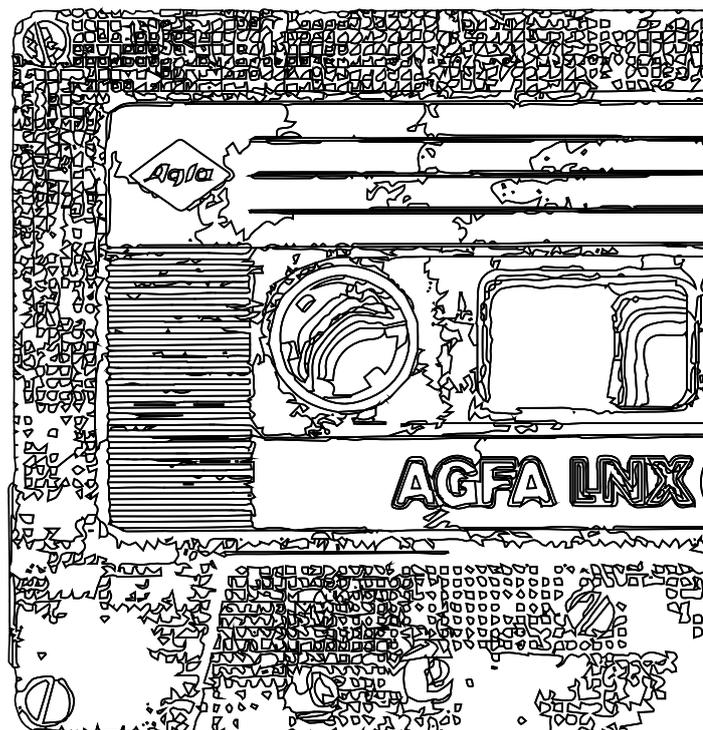
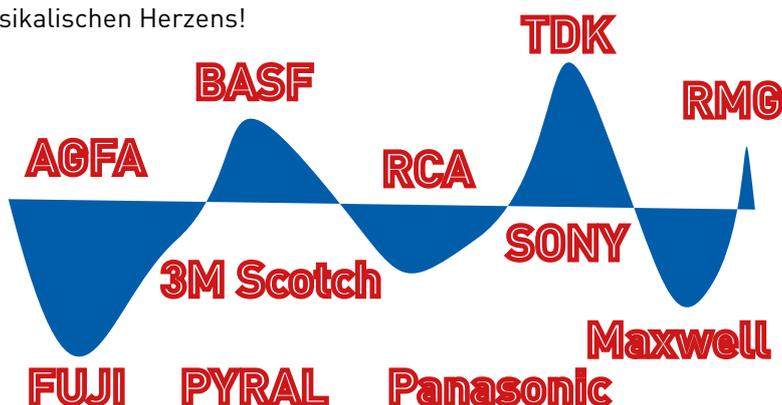
Natürlich entwickelte sich das Mixtape weiter. Band und Gehäuse wurden besser. Die mechanische Stabilität exzellent und bald hatte jeder einen Walkman, um die persönlichen Meisterwerke überall hin mitzunehmen. Hi-Fi passte nun wirklich in die Hosentasche. Dann kam die CD und einige von uns dachten, das sei das Ende des Mixtapes. Aber nein, die Nostalgie und die Liebe zum Mixtape ließen es nicht sterben. Zunächst auf CD und dann im Stream. Auch heute gibt es eine globale Fangemeinde für das echte analoge Mixtape.

Die Idee des Mixtapes lebt aber auch digital weiter

Heute erstellen wir Playlists auf Streaming-Diensten. Teilen sie digital mit Freunden auf der ganzen Welt. Aber die Grundidee, jemandem eine persönliche Auswahl von Songs zu schenken, ist immer noch dieselbe wie vor 60 Jahren. Das Mixtape hat überlebt, weil es mehr als nur Musik ist - es ist eine Liebeserklärung, eine kreative Ausdrucksform und ein Zeitzeuge.

In diesem Sinne: Frohe 60. Geburtstag, Mixtape!

Du magst alt sein, aber du bist immer noch der König des musikalischen Herzens!





Happy Birthday Die Plastik- fantastik

Was gibst du ihnen, wenn sie schon eine Kamera haben?

Eine Kodak **Instamatic** Kamera!

Die Kamera, die unsere Familienalben gerettet hat!

Die 60er Jahre: Eine Zeit der Veränderung, der Revolutionen und... der kastenförmigen Kameras? Ja, das stimmt! Vor 60 Jahren hat Kodak die Instamatic-Kamera auf den Markt gebracht, und sie hat unsere Welt verändert - zumindest die Welt unserer Familienalben!

Say Cheese, aber bitte nicht zu teuer!

Bevor die Instamatic auftauchte, war Fotografie etwas für Enthusiasten und professionelle Fotografen. Kameras waren groß, teuer und schwer zu bedienen. Aber dann kam die Instamatic und sagte: „Hallo, Leute, ich bin hier, um die Dinge zu vereinfachen!“

Die Kodak Instamatic war so einfach zu bedienen, dass sogar die Oma sie benutzen konnte. Kein langes Herumfummeln mit Einstellungen oder

Wechseln von Objektiven. Es gab nur einen Knopf: „Drücken Sie hier, um Erinnerungen für die Ewigkeit festzuhalten.“

Alte Idee neu verpackt ein Film für jedermann!

Aber die Genialität der Instamatic beschränkte sich nicht nur auf die Kamera selbst.

Der Film war 35 mm breit, hatte aber eine andere Perforation (Langloch) als ein klassischer 35-mm-Kleinbildfilm. Ein Fühler in der Kamera diente dann zum Stopp des Filmtransports. Der Film war so einfach zu laden, dass selbst ein fünfjähriges Kind es konnte. Kein Ärger mit komplizierten Filmrollen - einfach den Film einlegen und loslegen!

Wie bei Kodak üblich versuchte, man auf möglichst viele Bauteile zu verzichten, um die Produktion günstig zu halten. So war auch eine einfache Kamera-

konstruktion voraussetzung für den Erfolg.

Die Plastikfantastik

Die Instamatic-Kamera war nicht nur einfach, sondern auch leicht. Das Ding war aus Plastik, aber das hat damals niemanden gestört. Es war nicht die Zeit für teure, schwere Kameras und Umweltschutz. In den 60ern ging es um Freiheit, Leichtigkeit und Spaß - und die Instamatic passte perfekt dazu.

Die Ära der Schnappschüsse

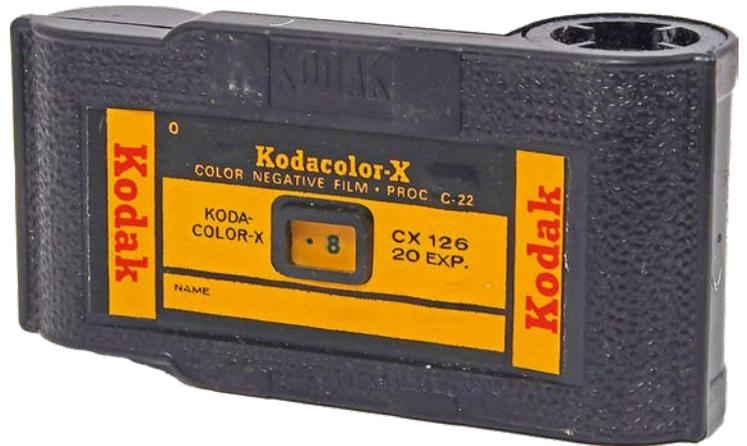
Mit der Instamatic konnte man spontane Schnappschüsse machen, wann immer einem danach war. Ob beim Familienausflug, auf Geburtstagsfeiern oder bei den ersten Schritten des Nachbarskindes - die Instamatic war immer dabei. Und wenn das Bild mal nichts geworden ist? Kein Problem! Einfach weiterknipsen und hoffen, dass mindestens eines von zehn Fotos gut aussah.

Ein Album voller Schätze... und ein paar seltsamer Frisuren

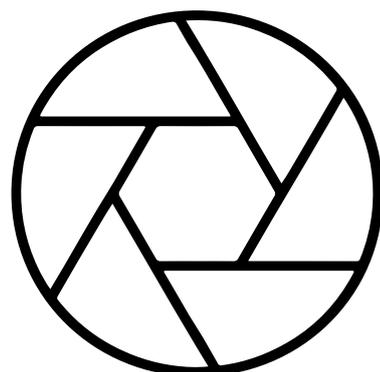
Die Instamatic-Kamera hat dazu geführt, dass wir alle unsere besten und schlimmsten Momente festhalten konnten. Die Mode von damals, die Frisuren, die Autos - alles ist in unseren Familienalben für die Ewigkeit festgehalten. Und ja, das schließt auch die seltsamen Hosen mit Schlag und die unvermeidlichen Schnauzbärte ein.

In der Instagram-Ära

Heute, im Zeitalter von Smartphones und Instagram, ist die Instamatic nur noch eine nostalgische Erinnerung. Aber wir sollten ihr dankbar sein, dass sie die Grundlage für die Schnappschusskultur geschaffen hat, die wir heute so lieben. Und wer weiß, vielleicht wird auch das Selfie in 60 Jahren als geniale Erfindung gefeiert und finden einzug in unseren X-letter! Also erheben wir unsere Smartphone und machen ein Selfie, um auf die Instamatic anzustoßen - die Kamera, die unsere Familienalben gerettet hat und uns an die wunderbaren Zeiten der Vergangenheit erinnert!
Prost, Instamatic!



Zur Weltmesse
der Fotografie in
Köln, im März 1963,
präsentierte das US-
Unternehmen Kodak
das revolutionäre
Filmsystem



Kommunikationsdesign im Zeichen der KI

Eine Revolution der Kreativität?

Die Integration künstlicher Intelligenz (KI) in das Kommunikationsdesign hat eine Welle der Innovation und Transformation ausgelöst. Eine spannenden Entwicklung, wie KI die Welt des Kommunikationsdesigns verändert und welche Auswirkungen dies auf die Zukunft der visuellen Kommunikation haben könnte.

Automatisierung und Effizienzsteigerung

Unsere Welt ist schnelllebig. Was vor 30 Jahren noch in kreativen Teams gemeinsam entwickelt und am Zeichentisch mit Stift, Farbe und Schere in die Welt gesetzt wurde hat das DTP in den 1990iger Jahren vereinfacht und beschleunigt. Andere Prozesse wie die digitale Fotografie vereinfachten rein technisch die Prozesse weiter. Die Anforderungen an professionelles Design werden immer komplexer. Kunden gerade aus dem Marketing oder der Werbung fordern immer schnellere Lösungen zu immer günstigeren Konditionen. Marker müssten wissen, dass diese Forderungen Ihre logischen Grenzen haben.

Integrierte KI Tools in bewährter Software

In der Welt des Kommunikationsdesigns werden sich ständig wiederholende Aufgaben wie das Erstellen von Raster, das Layouten von Texten und die Bildbearbeitung oft als zeitraubend und mühsam empfunden.

KI-gesteuerte Design-Tools ermöglichen es Designern, diese Aufgaben zu automatisieren. Dies führt zu erheblichen Zeit- und Effizienzsteigerungen, da Designer mehr Zeit für kreative Denk-Prozesse und strategische Planungen haben. Design-Tools ersetzen aber nicht das empathische Empfinden und das Wissen gestalterischer Regeln, was auch zukünftig Aufgabe der oder des Designers bleibt.

Personalisierung und Targeting

Kommunikation ist effektiver, wenn sie auf die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppe zugeschnitten ist. Hier kommt die KI ins Spiel. Mithilfe von maschinellem Lernen analysiert sie riesige Mengen an Daten, um Muster und Trends zu identifizieren. Dies ermöglicht es Designern, personalisierte Inhalte zu erstellen, die auf das Verhalten und die Präferenzen der Nutzer abgestimmt sind. Die Personalisierung geht über einfache Namensschilder hinaus und kann sich auf das gesamte visuelle Erlebnis erstrecken.

Kreative Inspiration und Ideenfindung

KI kann auch als kreativer Partner für Designer fungieren. Tools wie IBM's Watson können Designern bei der Generierung von Ideen und Konzepten helfen, indem sie auf umfangreiche interne und externe Datenbanken von Bildern, Texten und Trends zugreifen. Dies erweitert den kreativen Horizont und inspiriert zu neuen Ansätzen im Kommunikationsdesign. Aber Achtung! Es gibt zurzeit noch keine internationalen Regelungen zur Nutzung dieser Daten. Contents sind alle in der Regel urheberrechtlich geschützt bzw. es bedarf der Zustimmung der Rechte Inhaber zur Nutzung. Sicherlich spitzen schon zahlreiche Rechtsanwälte den Stift für Abmahnungen.

Echtzeit-Analyse und Optimierung

Die Leistung von Kommunikationsdesign kann bei rein digitalen Prozessen nun in Echtzeit analysiert werden, dank KI-gesteuerter Analysetools. Designer erhalten so-

fortiges Feedback darüber, wie ihre Gestaltungen von der Zielgruppe wahrgenommen wird. Um die Effektivität der Kommunikation zu verbessern, können dadurch sofort Maßnahmen ergriffen werden. Dies ist besonders in der Welt des Online-Marketings von unschätzbarem Wert.

Herausforderungen und ethische Überlegungen

Trotz der zahlreichen Vorteile, die KI im Kommunikationsdesign bietet, gibt es auch Herausforderungen und ethische Fragen. Die automatisierte Erstellung von Inhalten kann dazu führen, dass menschliche Kreativität abnimmt. Zudem müssen Datenschutz und ethische Richtlinien bei der Nutzung von KI in der Kommunikation noch stärker berücksichtigt werden.

Fazit

Die Verschmelzung von Kreativität und Technologie geht in eine neue Runde. Die Integration von KI in das Kommunikationsdesign ist ein spannender Fortschritt, der die Branche fordert. Sie ermöglicht Designern, kreative Barrieren zu durchbrechen, die Effizienz zu steigern und Inhalte gezielter und personalisierter zu gestalten. Allerdings ist es wichtig, einen ausgewogenen Ansatz zu finden, der die künstliche Intelligenz als Werkzeug zur Unterstützung der menschlichen Kreativität nutzt und diese nicht ersetzt. Mit einer sorgfältigen Gestaltung und ethischen Leitlinien kann die Verbindung von Kreativität und KI das Kommunikationsdesign in eine aufregende Zukunft führen.

PS:

laborx_media nutzt KI-Tools in einigen Bereichen der Bildbearbeitung, Corporate-Rastererstellung, Videoschnitt und 3-D-Modulationen. Immer mehr Werkzeuge sind mit KI-Tool ausgestattet, die Arbeitsschritte erleichtern und auch beschleunigen. Einige Anforderungen lassen sich schon heute ohne KI kaum noch realisieren.

So zum Beispiel im iBusiness-Marketing und im Retail.

Was bedeutet Innovation?

Wie Innovation
Ihr Unternehmen
auf die
Überholspur bringt!



Innovation nur ein geflügeltes Wort

In einer Welt, die sich rasant weiterentwickelt und ständig im Wandel begriffen ist, ist Innovation der Schlüssel zum Erfolg für Unternehmen jeglicher Größe und Branche. Dabei muss Innovation nicht zwangsläufig mit Technologien gekoppelt sein. Denn Innovation ist mehr als technischer Fortschritt. Innovation kann auch Kultur und Prozessbasiert sein.

Innovation bedeutet, Bestandssicherung durch neue Ideen, Produkte, Dienstleistungen, Prozesse neu zu entwickeln bzw. anzupassen und ein stets achtsames Miteinander. Unternehmen, die innovativ sind, haben einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Sie können sich an veränderte Marktbedingungen schneller anpassen, neue Kunden gewinnen und bestehende Kunden binden. Innovation treibt das Wachstum an und sichert die langfristige Existenz eines Unternehmens.

Erfolg mit Innovation

Vorteile innovativer Unternehmen sind z.B.

Bessere Wettbewerbsfähigkeit: Innovative Produkte oder Dienstleistungen setzen ihr Unternehmen von der Konkurrenz ab und ziehen Kunden an.

Schlank und effizient: Innovationsprozesse können die Effizienz und Produktivität ihres Unternehmens steigern, was zu Kosteneinsparungen führt. Mehr Kundenzufriedenheit:

Durch Innovation können sie besser auf die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Kunden eingehen und ihre Zufriedenheit steigern.

Attraktiv und begehrenswert: Innovative Unternehmen ziehen talentierte Mitarbeiter: innen an, die dazu beitragen können, das Unternehmen weiter voranzubringen.

Kultur als Innovationstreiber

Aber wie werde ich ein innovatives Unternehmen?

Zunächst setzen sie an der Kultur an und überlegen, wie sie den kulturellen Wandel einleiten. Eine Innovationskultur sollte in der gesamten Organisation gefördert werden. Mitarbeiter sollten ermutigt werden, Ideen einzubringen und Risiken einzugehen. Investieren sie in Forschung und Entwicklung, um neue Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse zu entwickeln. Dies erfordert möglicherweise eine eigene Abteilung oder die Zusammenarbeit mit externen Partnern. Fördern sie das „Networking“. Schaffen sie eine Kultur des Vertrauens und der Wertschätzung. Kooperationen mit anderen Unternehmen, Start-ups oder Forschungseinrichtungen können dazu beitragen, frische Ideen zu generieren und Innovationen voranzutreiben.

Hören sie auf das Feedback ihrer Kunden und nutzen sie es, um ihr Angebot zu verbessern und neue Ideen zu generieren. Werden sie Transparent und kommunizieren sie offen und ehrlich nach innen und nach außen. Bleiben sie auf dem neuesten Stand der Technologie und erkunden sie, wie sie Ihr Geschäft auch technologisch transformieren können. Ob Künstliche Intelligenz, Big Data oder das Internet die Dinge sind, die ihr Unternehmen revolutionieren kann. Ohne Risiko keine Innovation!

Unternehmer, Unternehmerinnen müssen bereit sein, die Risiken zu kommunizieren und den Mut haben, diese auch einzugehen und im Falle eines Misserfolges nicht den Kopf gleich in den Sand stecken, sondern auch konstruktiv aus Fehlern lernen. Fallen aufstehen und weitergehen ist kein Mangel, sondern eine Stärke.

Innovationen „Made in Germany“

Vieles, was wir heute als selbstverständlich wahrnehmen, geht auf eine Innovation „Made in Germany“ zurück. Leider lehrt die Geschichte, dass wir uns schwer tun, innovative Produkte oder Dienstleistungen global dauerhaft zu innovieren und „Global Standards“ zu setzen.

(Schwäbische Alb / Baden-Württemberg) ins Ausland. Interstuhl wurde 1961 gegründet, heute hat der Spezialist für Sitzlösungen rund 850 Mitarbeiter.

Herrenknecht ist ein weiterer Hidden Champion aus Baden-Württemberg. Martin Herrenknecht gründete seine Firma 1977 als GmbH, seit 1998 firmiert sie als Aktiengesellschaft, die aber nicht an der Börse gehandelt wird. Das Unternehmen stellt sogenannte Tunnelvortriebsmaschinen her.

Und einige mehr.

Das Fahrrad ~ Karl Freiherr von Drais
Die Glühbirne ~ Heinrich Göbel
Das Telefon ~ Johann Philipp Reis
Der Dynamo und der Elektromotor ~ Werner von Siemens
Das Automobil ~ Karl Benz
Das Motorrad und den LKW ~ Gottlieb Daimler
Das erste moderne Tonbandgerät ~ Eduard Schüller
Die Kleinbildkamera ~ Oskar Barnack
Das Fernsehen ~ Manfred von Ardenne
Der Computer ~ Konrad Zuse
Die Chipkarte ~ Dethloff und Gröttrup
Das MP3-Format ~ Fraunhofer-Institut
(Gruppe um Karlheinz Brandenburg)
Der mRNA-Impfstoff gegen Corona ~ Team BioNTech
(Uğur Şahin, Özlem Türeci, Christoph Huber)

Die Giganten der globalen Wirtschaft:

Apple: Das Unternehmen hat sich immer wieder neu erfunden, von Computern über iPods bis hin zu iPhones und iPads. Diese kontinuierlichen Innovationen haben Apple zu einem der wertvollsten Unternehmen der Welt gemacht.

Tesla: Tesla hat den Automobilmarkt mit seinen Elektrofahrzeugen und selbstfahrenden Technologien revolutioniert und gleichzeitig den Fokus auf erneuerbare Energien gelenkt.

Amazon: Amazon hat sich von einem Online-Buchhändler zu einem globalen E-Commerce-Giganten entwickelt, der ständig neue Produkte und Dienstleistungen einführt, darunter Kindle, Amazon Web Services und Alexa.

In Nischen global erfolgreich!

Interstuhl: Mit mehr als 160 Millionen Euro Umsatz gehört die Interstuhl GmbH & Co. KG zu den führenden Bürostuhl-Herstellern in Europa. Über 40 % seiner Produkte exportiert das inhabergeführte Unternehmen aus Meßstetten-Tieringen

Fazit:

Die Zukunft gehört den Innovativen!

Erfolg durch Innovation erfordert ein kontinuierliches Engagement für den Wandel und die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen. Nicht nur das Arbeiten im Unternehmen, sondern auch am Unternehmen ist angesagt. Unternehmen, die innovativ sind, können sich an die sich verändernden Bedingungen anpassen und sich an der Spitze ihres jeweiligen Marktes behaupten. Diejenigen, die sich weigern, innovativ zu sein, riskieren, von der Konkurrenz überholt zu werden. Die Zukunft gehört denjenigen, die mutig genug sind, Visionen in Ziele zu formulieren, Netzwerke aufzubauen, neue Wege zu gehen und die Welt durch Innovation zu gestalten.

Unser Generationenthema.... -nachhaltig grüne Wirtschaft

GreenMobility:

Eine Nachhaltige Perspektive für die Zukunft

Lösungen für die Nahlogistik

Die Grüne Transformation ist nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern auch eine kluge Geschäftsstrategie. Unternehmen, die sich auf Nachhaltigkeit konzentrieren, haben zukünftig mehr Chancen, wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen, die Umwelt zu schützen und die Gesellschaft positiv zu beeinflussen. Es ist eine Win-Win-Situation, die eine vielversprechende positive Aussicht für Unternehmen und die Gesellschaft verspricht. Gerade der Verkehr nimmt hier eine besondere Stellung ein. Er polarisiert! Die Politik lässt es jedem offen seiner Verantwortung in Sachen Verkehrswende nachzukommen. Kluge und zukunftsorientierte Unternehmer investieren jetzt in in neu innovative Prozesse, alternative Transportträger und setzen auf moderne Softwarelösungen zur Planung, Kommunikation und Steuerung.

In einer Zeit, in der die Auswirkungen des Klimawandels immer spürbarer werden und die Ressourcen unserer Erde zunehmend begrenzt sind, wird es immer wichtiger, nachhaltige Lösungen auch für unsere Logistiksysteme zu entwickeln. Die umweltfreundliche Nahlogistik ist eine vielversprechende Perspektive, um den Bedarf an Transport und Lieferungen in urbanen Gebieten zu decken, ohne die Umwelt weiter großflächig zu belasten. In diesem kurzen Artikel werfen wir stichpunktartig einen Blick auf die Bedeutung der umweltfreundlichen Nahlogistik und wie sie unsere Städteplanung in Zukunft nachhaltig positiv beeinflussen kann.



Die Herausforderungen der urbanen Logistik: In städtischen Gebieten ist die Nachfrage nach Warenlieferungen und Logistikdienstleistungen enorm. Die wachsende Bevölkerung, der Online-Handel und die steigende Mobilität haben zu einem Anstieg des Verkehrsaufkommens geführt, was wiederum zu Verkehrsüberlastungen, Lärm-, Luftverschmutzung und CO₂-Emissionen beiträgt. Die herkömmliche Logistik ist nicht nur ineffizient, sondern auch hochgradig umweltschädlich.

Umweltfreundliche Lösungen für die Nahlogistik: Eine umweltfreundliche Nahlogistik konzentriert sich darauf, zeitgemäße Transportmittel und nachhaltige Praktiken in urbanen Gebieten zu fördern und somit nachhaltig die Städte in Sachen Luftverschmutzung, Lärm und Flächenverbrauch zu entlasten. Dadurch steigt die Lebensqualität

und gibt den urbanen Räumen Lebensraum zurück, der dringend zur Klimagerechten-Gestaltung, mehr Grünflächen, Rückbau von Versiegelungen usw., benötigt wird frei. Durch geeignete Softwarelösungen lassen sich Lieferungen individualisieren und bündeln. Durch die Kombination von Lieferungen für verschiedene Empfänger in denselben Gebieten kann die Anzahl der Fahrten reduziert werden, was die Verkehrsbelastung und die Umweltauswirkungen ebenfalls minimiert. Das Einrichten kleiner, dezentraler Lagerstellen (Micro-Depots) in der Nähe von Zielgebieten können dazu beitragen, die Effizienz der Lieferungen zu steigern und den Bedarf an langen Anfahrtswegen zu reduzieren. Der Empfänger wird mittels Software über die Lieferung informiert.

Optimierung der Routenplanung: Fortschrittliche Software und Algorithmen spielt auch bei der Routenplanung eine zentrale Rolle, unterstützen dabei optimale Liefer- und Routenpläne zu erstellen, um unnötige Kilometer zu vermeiden. Bei aller Euphorie gibt es allerdings mit der Elektrik ein Problem. Der Strom muss grün sein!

Die Integration von erneuerbaren Energien wie Solarenergie für die Stromversorgung von Fahrzeugen und Logistikzentren senkt den CO₂-Fußabdruck weiter. Und dann gibt es noch einen rein wirtschaftlichen Aspekt, wenn wir von urbaner Nah-Logistik sprechen. Ein Aspekt, der bei den wenigsten noch gar nicht berücksichtigt wurde! Das Fördern von Sharing-Konzepten: Das Teilen von Transportmitteln und Ressourcen zwischen verschiedenen Unternehmen kann die Auslastung erhöhen und die Anzahl der Fahrzeuge auf den Straßen erheblich reduzieren.

Fassen wir zusammen: Die 4 wichtigsten Vorteile umweltfreundlicher Nahlogistik

Reduzierte Umweltauswirkungen: Die Umstellung auf umweltfreundliche Transportmittel und Praktiken trägt zur Verringerung von Luftverschmutzung und Treibhausgasemissionen bei.

Weniger Verkehrsüberlastung: Die Bündelung von Lieferungen und die effiziente Routenplanung führen zu weniger Verkehrsstaus und schnelleren Lieferungen.

Steigerung der Lebensqualität: Saubere und leise Lieferfahrzeuge tragen zur Verbesserung der Lebensqualität in städtischen Gebieten bei.



Kosteneinsparungen: Die Optimierung von Lieferketten und die Reduzierung bzw. der komplette Wegfall von fossilen Kraftstoffen können u.a. zu Kosteneinsparungen für Unternehmen führen.

Die Zukunft der Nahlogistik ist grün!

Die umweltfreundliche Nahlogistik ist nicht nur eine Möglichkeit, die Umweltauswirkungen zu reduzieren, sondern auch eine effiziente Möglichkeit, den wachsenden Logistikbedarf in urbanen Gebieten zu decken. Unternehmen und Regierungen sollten zusammenarbeiten, um die Einführung nachhaltiger Logistiklösungen zu fördern und so eine grünere und lebenswertere Zukunft für unsere Städte zu schaffen. Die Umstellung auf umweltfreundliche Nahlogistik ist nicht nur eine Option - sie ist eine Notwendigkeit, um die Herausforderungen durch den Klimawandel und die menschlichen Bedürfnisse nach gesundem Wohnen und Leben zu erfüllen. Unternehmen, die jetzt aus eigener Initiative heraus innovieren und schrittweise umstellen, sind dem Wettbewerber um Nasenlängen voraus!



Tipp:

laborx | culture & communication ist mit kompetenten Partnern vernetzt und bietet interessierten KMUs und Kommunen individuelle fachliche Beratung und Umsetzungsunterstützung für zukunftsweisende Nahlogistik an.

WIE
WOLLEN WIR
MORGEN
WIRTSCHAFTEN

In
eigener
Sache

Zeit für Veränderung?

Die Zukunft beginnt **jetzt!**

Werte basierte
Prozessbegleitung und Kommunikation.



laborx
culture & communication



Bürokratischer Wahnsinn oder sinnvolles Werkzeug

- Freiwillig CSR für kleine Unternehmen?

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Begriff, der oft mit großen Konzernen und komplexen Nachhaltigkeitsberichten in Verbindung gebracht wird. Doch was ist mit kleinen Unternehmen? Ist CSR für sie nur bürokratischer Wahnsinn oder ein sinnvolles Werkzeug? In diesem Artikel werden wir die Bedeutung von CSR für kleine Unternehmen beleuchten und wie sie es als eine wertvolle Strategie nutzen können.

Was ist CSR?

CSR bezieht sich auf die Verantwortung eines Unternehmens für soziale und Umweltbelange, die über die bloße Gewinnerzielung hinausgeht. Es umfasst Aktivitäten und Initiativen, die darauf abzielen, einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft und die Umwelt zu nehmen. Dazu gehören Umweltschutz, soziales Engagement, ethische Geschäftspraktiken und die Förderung von Gemeinschaftsprojekten.

Für wen ist CSR verpflichtend?

Die CSR-Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) betrifft aktuell Unternehmen, die mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen und die kapitalmarktorientiert sind. Zudem betrifft sie Banken, Versicherungen und Fondsgesellschaften, unabhängig davon, ob sie börsennotiert sind.

Was ist geplant?

Ab dem 1. Januar 2024 :

Die Berichtspflicht gilt nicht mehr nur für kapitalmarkt-orientierte Unternehmen, sondern für alle großen Unternehmen, die zwei der drei folgenden Größenkriterien erfüllen:

- Bilanzsumme von mindestens 20 Millionen Euro
- Nettoumsatzerlöse von mindestens 40 Millionen Euro
- mindestens 250 Beschäftigte

Zusätzlich werden kleine und mittlere Unternehmen ab zehn Mitarbeitenden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet, sofern eine Kapitalmarktorientierung vorliegt. Es wird geschätzt, dass sich damit die Zahl der berichtspflichtigen Unternehmen in Deutschland um das dreißigfache auf ca. 15.000 erhöhen wird.

Wann werden die neuen Vorgaben verpflichtend?

Die Anwendung der neuen Vorschriften zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ist in drei Stufen vorgesehen:

- ab dem 1. Januar 2024 für Unternehmen, die bereits der CSR-Richtlinie unterliegen
- ab dem 1. Januar 2025 für große Unternehmen, die derzeit nicht der CSR-Richtlinie unterliegen.

Wie kleine Unternehmen CSR umsetzen können

Ab dem 1. Januar 2026 sind die Regelungen auch für börsennotierte KMU sowie für kleine und nicht komplexe Kreditinstitute und firmeneigene Versicherungsunternehmen Pflicht. KMUs werden während eines Übergangszeitraums eine Ausnahmeregelung („Opt-out“) in Anspruch nehmen können, d. h., sie werden bis 2028 von der Anwendung der Richtlinie ausgenommen sein.

Die Vorteile von CSR für kleine Unternehmen

Reputation und Glaubwürdigkeit:

Kleine Unternehmen, die aktuell bzw. bis 2030 nicht berichtspflichtig werden, können durch CSR ihr Ansehen in der Gemeinschaft stärken und als ethisch verantwortungsbewusst wahrgenommen werden. Dies kann die Loyalität der Kunden erhöhen und das Vertrauen der Stakeholder gewinnen. **Wettbewerbsvorteil:** CSR kann kleinen Unternehmen helfen, sich von der Konkurrenz abzuheben. Immer mehr Kunden bevorzugen Unternehmen, die sich für soziale und Umweltfragen engagieren.

Mitarbeiterengagement: CSR kann das Engagement der Mitarbeiter steigern, da sie stolz darauf sind, in einem Unternehmen zu arbeiten, das einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft hat.

Zugang zu Finanzierung: Einige Investoren und Finanzinstitutionen bevorzugen Unternehmen, die CSR-Prinzipien befolgen. Dies kann den Zugang zu Kapital erleichtern.

Die Herausforderungen für kleine Unternehmen

Ressourcen: Kleine Unternehmen verfügen oft über begrenzte oder keine Ressourcen und müssen sich fragen, ob sie sich CSR leisten können. Es ist wichtig zu erkennen, dass CSR nicht immer teuer sein muss und kleine Schritte ebenfalls positive Auswirkungen haben können.

Bürokratie: Die Dokumentation und Berichterstattung im Zusammenhang mit CSR kann als bürokratischer Aufwand wahrgenommen werden. Hier ist es wichtig, den Aufwand zu minimieren und sich auf diejenigen CSR-Aktivitäten zu konzentrieren, die am besten zur eigenen Geschäftstätigkeit passen.

Lokales Engagement: Kleine Unternehmen können sich auf lokale Gemeinschaftsprojekte konzentrieren, wie z.B. die Unterstützung von Schulen oder Wohltätigkeitsorganisationen in ihrer Nähe.

Nachhaltige Praktiken: Die Implementierung umweltfreundlicher Geschäftspraktiken wie Recycling, Energieeffizienz und nachhaltige Beschaffung kann einen großen Einfluss haben.

Transparenz: Kleine Unternehmen können ihre CSR-Aktivitäten transparent kommunizieren, um das Vertrauen ihrer Kunden und Stakeholder zu gewinnen.

Fassen wir zusammen:

Auf die Frage, ob CSR als sinnvolles Werkzeug für kleine Unternehmen erachtet werden kann, stellen wir fest; CSR ist kein bürokratischer Wahnsinn, sondern ein sinnvolles Werkzeug, das kleinen Unternehmen helfen kann, ihren Wert in der Gemeinschaft zu steigern, sich von der Konkurrenz abzuheben und langfristigen Erfolg zu sichern. Es erfordert allerdings einige Anpassungen in der Organisation und Ressourceneinsatz, aber die langfristigen Vorteile für das Unternehmen und die Gesellschaft sind es wert, sich diesen Aufgaben zu stellen.

Info

Im Rahmen der organisatorischen Transformation für kleine Unternehmen ist eine CSR-Lite-Bearbeitung Bestandteil von laborx Workshops. Gezielt können Sie sich aber auch unter der Seite „Wirtschaft und Menschenrechte“ des BMAS [hier](#) informieren.

Nachhaltiger Tourismus

Seit 1950 sind die
Auslandsreisen weltweit um
mehr als das 50-fache
gestiegen*

*plant values

Umweltwirkung der Verkehrsmittel im Vergleich*

Zu Fuß = 0g (1)
Mit dem Fahrrad = 0g (1)
Mit dem Zug = 14g (110)
Mit dem Linienbus = 48g (19)
Mit dem Fernbus = 52g (19)
Mit dem PKW = 177g (1)
Flug- International = 391g (98)
Flug- National = 767g (39)

Gesamte Emission in g pro Personenkilometer
in Klammer durchschnittliche Anzahl der Personen pro Fahrt
(Zahlen wurden nach dem Komma gerundet)
E-Fahrzeuge bei der Erhebung noch nicht berücksichtigt
Quelle: Tourism Watch Bildungsmaterial Verantwortungsvoll Reisen, 2019

Nachhaltiger Tourismus

Mit Bahn, Rad und Outdoor-Bewegung die Natur erleben

Für viele Menschen ist die Hauptferienzeit vorbei, manche planen Herbst/ Winterreisen. Dabei steht es um die Reisebranche nicht sonderlich gut. Viele Menschen haben das Bedürfnis freie Tage außerhalb ihrer gewohnten Umgebung zu verbringen. Also zu verreisen. Bevor man allerdings die Tage genießen kann, begeben wir uns auf die Reise. Lange Staus auf den Autobahnen, volle Bahnhöfe und unpünktliche oder ausgefallene Züge, große Menschenmengen in den Abfertigungshallen der Flughäfen und auch hier ausgefallene Flüge und Umleitungen. Also überall Stress pur! Angekommen am Urlaubsort, spüren wir auch hier Veränderungen. Weniger Service da Fachkräfte fehlen oder gar geschlossene Restaurants oder Hotels, die wir in den vergangenen Jahren schätzen gelernt hatten.

Was für den Touristen ärgerlich ist, ist für die Tourismusbranche eine echte Herausforderung. Fachkräftemangel und Klimawandel. Im Sommer zu heiß und zu trocken, im Winter fehlt der Schnee in den Alpen im Sommer herrscht erhöhte Steinschlaggefahr, weil das ewige Eis schmilzt und die Berge instabil werden.

Der Tourismussektor steht also weltweit vor der Herausforderung, nachhaltiger und umweltfreundlicher zu werden, um die Schönheit unserer Natur zu bewahren und dennoch den Wunsch der Menschen nach Erholung und Erlebnis zu erfüllen.

Warum muß mein Urlaub jetzt
auch noch nachhaltig sein?

Der traditionelle Massentourismus stößt inzwischen in vielen Regionen dieser Welt auf verstärkte Ablehnung der einheimischen Bevölkerung. Kurzeitige Überfremdung, mißachtung regionaler kultureller Gepflogenheiten sind nur zwei Gründe dafür. Aber das Problem greift tiefer. Umweltverschmutzung, Überbelastung von Kulturstätten und Umweltschäden führen die Liste fort. Nachhaltiger Tourismus hingegen strebt danach, die Natur und die lokale Kultur zu respektieren und zu schützen. Er trägt dazu bei, die natürlichen Ressourcen zu schonen, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren und die Einnahmen aus dem Tourismus gerechter zu verteilen.



Nachhaltigkeit beginnt bei
der Reiseplanung

Bahnreisen: Sanftes Reisen auf Schienen

Die Bahn ist eines der umweltfreundlichsten Arten zu reisen. Sie verursacht weniger CO₂-Emissionen pro Passagierkilometer als das Auto oder gar das Flugzeug. Wenn Sie die Bahn für Ihre Reisen nutzen, können Sie nicht nur die Landschaft genießen, sondern auch Ihren ökologischen Fußabdruck minimieren. Die europäische Bahninfrastruktur bietet eine hervorragende Möglichkeit, in die Alpen oder entlang der Küsten zu reisen. Die europäischen Bahngesellschaften arbeiten verstärkt an Lösungen, um das Reisen über die Grenzen hinweg zu erleichtern. So werden heute schon verstärkt Nachtzüge, Autoreisezüge und Fahrradreisezüge angeboten. Auch der einst sehr beliebte Ferienexpress wurde wieder auf das Gleis gesetzt.

Vor Ort alternativlos gesund
und Umweltschonend

Wandern und Radfahren: Im Einklang mit der Natur

Das Wandern und das Fahrradfahren ist eine der nachhaltigsten, umweltfreundlichsten und gesündesten Möglichkeiten, die Umwelt und Natur zu erkunden. Es ermöglicht Ihnen, in ihrem eigenen biologischen Tempo zu reisen, die Umgebung hautnah zu genießen und dabei keine schädlichen Emissionen zu verursachen. Von gemütlichen Wander- und Radtouren an europäischen Küstenstraßen durch wildromantische Täler, an Flüssen und Seelandschaften bis hin zu anspruchsvollen Mountainbike-Trails in den Bergen gibt es für Genießer aller Disziplinen für einen erholsamen und gesunden Urlaub. Abenteuer pur in der Natur.

Outdoor-Aktivitäten: Die Natur hautnah erleben

Nachhaltiger Tourismus bedeutet nicht nur umweltfreundliches Reisen, sondern auch das Erleben der Natur in ihrer ursprünglichen Schönheit. Trekking, Klettern, Schwimmen, Wildwasserrafting und andere Outdoor-Aktivitäten ermöglichen es Ihnen vor Ort, die Natur auf eine Weise zu erleben, die Ihre Liebe zur Umwelt vertieft und gleichzeitig zu ihrem Schutz beiträgt. Die meisten Naturschutzgebiete bieten geführte Touren und Aktivitäten an, die Ihnen ein sicheres und nachhaltiges Abenteuer ermöglichen.



Die Verbindung zur lokalen Kultur

Sanfter Tourismus beinhaltet oft die Interaktion mit der lokalen Bevölkerung und das Kennenlernen ihrer Kultur und Traditionen. Probieren Sie lokale Gerichte, besuchen Sie Märkte, Kunsthandwerksläden und unterstützen Sie kleine Unternehmen vor Ort. Lassen Sie sich inspirieren von bekannten und weniger bekannten regionalen musikalischen Klängen und tanzen Sie dazu wenn ihnen danach ist. Dies trägt nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung der Gemeinden bei, sondern ermöglicht es Ihnen auch, die Menschen, ihre Kultur und deren Lebensstil wirklich kennen zu lernen. Dieser meist individual geplante Urlaub erfordert etwas mehr Vorbereitung, wirkt aber am Ende lange nach.

Fazit

Die Natur respektieren und genießen.

Nachhaltiger Tourismus ist der Weg in die Zukunft, um kulturelle Stätten intensiver zu begreifen, die Wunder der Natur zu erleben, ohne sie zu gefährden. Nachhaltiger individual Tourismus fördert den sozialen Austausch zwischen den Völkern. Erleben mit allen Sinnen. Außerhalb von massentouristischen Zentren ist die Erholung auch tiefsinniger. Urlaub beginnt mit der Reise. Und wie schon Goethe treffend zitierte „*Man reist ja nicht, um anzukommen, sondern um zu reisen*“. So beginnt der Urlaub vom ersten Tag an. Dazu dienen uns auch die Verkehrsträger Bahn, Fahrrad und unsere Füße. Outdoor-Aktivitäten ermöglicht es hautnah dabei zu sein, die Umwelt zu respektieren, die lokale Kultur zu erfahren und unvergessliche Stunden erleben zu können. Wenn wir sanfte Reisemethoden bevorzugen und die Schönheit unseres Planeten schützen, können wir sicherstellen, dass kommende Generationen dieselben Freuden und Entdeckungen in der Natur erleben dürfen.



„Wenn sie die Art und Weise ändern,
wie sie Dinge betrachten, ändern sich
die Dinge, die sie betrachten“

Max Plank, Physiker



Unsere Leistungen für Ihren Erfolg!

| Organisationskultur & Kommunikation | Visuelle Kommunikation & Corporate |
|---|---|
| Vision – Mission – Ziele ✘ Entwicklung, Bearbeiten, Formulieren | corporate design ✘ Analyse, Beratung, Entwicklung |
| Leitlinien ✘ Prozessbegleitung | corporate photo ✘ Beratung, Coaching, Umsetzung |
| Transformationsprozess (NewWork) Veränderungsmanagement (Change) ✘ Impulse, Beratung, Begleitung, Moderation, Erfassen, Beschreiben, Visualisieren, Training, Workshops | visuell style ✘ Unterstützung für das Marketing, die Werbung und PR Regelkonforme Gebrauchsgrafik, Off-Line, On-Line, multi-medial |
| Kommunikationskultur Wertebasiert – Achtsam ✘ Zuhören, Training, Workshops | Service ✘ OSA-Service, Hosting, Partner-Netzwerk |

Sie möchten Ihr Potenzial dafür nutzen, Organisationen dabei zu unterstützen, neue, zukunftsweisende Strukturen aufzubauen und das am liebsten in einem Team achtsamer lieber Menschen?
laborx sucht sie mit Herz!

Hier mehr erfahren - [teilhaben-am-erfolg](#)

Impressum

Herausgeber

laborx | culture & communication
Andreas Ziegler
Pfarrer-Krebs-Straße 36
67065 Ludwigshafen am Rhein
Germany

Redaktion

Andreas Ziegler und Team

Layout

laborx_media

Foto/ Illustration

laborx_media Stock, Adobe Stock

Internet

www.laborx.de
www.laborx-medienproduktion.de
www.corporate-culture-design.de

E-Paper

x-letter@laborx.de

Erscheinungsweise

Der PDF X-letter erscheint unregelmäßig jährlich.
Aktuelle Informationen zu allgemeine Termine,
Veranstaltungen, thinkcoffee usw. finden sie unter
laborx.de.

Urheberrechtshinweis

Das x-letter ist das Kundenmagazin von laborx | culture & communication
und ist als Gesamtwerk urheberrechtlich geschützt. Es darf weder mecha-
nisch noch digital ohne ausdrückliche Erlaubnis von laborx CC weiterver-
breitet werden. Die Artikel sollen zum Nachdenken und Handeln anregen. Wir
erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Redaktion ist um Aktualität
ständig bemüht, übernimmt jedoch hierfür keine Gewähr.

