

Transformation

Die 80er Jahre sind zurück: Neue alte Brillendesigns auf den Augenoptikmessen, die einen auf seine eigene Zeitreise durch die Augenoptik mitnehmen oder Musik, die damals noch aus dem Autokassettenrekorder plärrte. Schulterpolster bei den Ladies. Jetzt noch die Idee, den Ladenschluss zu überdenken. Wenn auch eher unfreiwillig und mit der Energiekrise begründet.

Denn neuerdings ist im Einzelhandel gesetzlich Energiesparen angesagt. Bäcker bleiben am Sonntag zu und an den übrigen Tagen soll der Einzelhandel in den Städten um 18:00 Uhr schließen. Spätestens um 19:00 Uhr sind die Lichter aus. Es geht ums Stromsparen im Geschäft, was helfen soll, Energiekosten zu senken und den CO₂-Verbrauch insgesamt zu senken.

Ja, wir sind gerade im Krisenmodus. Die Welt ist politisch und gesellschaftlich aus den Fugen geraten und dann die Anstrengung, so nebenbei die weltweite Klimakatastrophe abzumindern.

Mit Licht aus und Geräte abschalten ist es jedoch allein nicht getan. Wir müssen unseren Lebensstil insgesamt verändern, ihn nachhaltiger gestalten. Wenn wir heute von nachhaltigem Leben sprechen, sollten wir nicht zuerst an den 500 PS Elektrofirmenwagen denken, der gerade an der Ladestation in der Nähe des Geschäfts aufgeladen wird.

Transformation hin zu einer nachhaltigeren Welt ist eine gesellschaftliche Gemeinschaftsaufgabe mit gesamtgesellschaftlichen Lösungen. Es ist kein Solo eines Einzelnen. Verbunden mit Risiken – aber auch Chancen für Unternehmen. Die Transformation lässt sich nicht aufhalten oder zurückdrehen. Die Ziele sind vom Gesetzgeber klar definiert. Der Prozess läuft bereits auf Hochtouren. Verzögern bringt nichts.

Man selbst muss sich auf diesen Veränderungsprozess einstellen. Nicht gleich alles umkrepeln, aber vielleicht viele eigene Prozesse überdenken und verändern. Das Ziel: Zukunft gestalten, den Betrieb enkeltauglich machen und wettbewerbsfähig zu halten.

In dieser FOCUS November-Ausgabe mit dem Schwerpunktthema Nachhaltigkeit zeigen wir Lösungen auf, wie und wo man im Betrieb nachhaltiger agieren kann. Wir wollen Ideen und Impulse zum *Machen* geben. Begleiten Sie uns auf einem

Rundgang durch den Grundriss eines Augenoptikgeschäfts und sehen Sie, wo sich Potenziale verbergen, die Sie und Ihre Mitarbeiter nachhaltiger werden lassen.

Wer den letzten FOCUS aufmerksam gelesen hat, wird vielleicht über ein altes, nerdiges Foto von mir aus dem Jahr 1989 gestolpert sein. Da war ich gerade mal 23 Jahre alt, hatte wenige Monate zuvor mein Volontariat beim FOCUS gestartet. Meinen Einstieg in die Augenoptikbranche gab es drei Jahre zuvor im Jahr 1986. Gelernt habe ich in einem Augenoptikgeschäft in Wuppertal, das schon damals ganz schön nachhaltig aufgestellt war. Holzregale und Werkbänke, die von uns Azubis mit Bienenwachs gepflegt werden mussten, eine selbst gebaute und umweltfreundliche Klimaanlage, die sich die Kälte des Untergeschosses zunutze machte.

Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit waren nicht nur durch die Anfang der 80er Jahre gegründete Partei *Die Grünen* ein Thema. Es war die Zeit von Tschernobyl, dem Sauren Regen, den ersten Auto-Katalysatoren und eines ersten Bundesministers für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Walter Wallmann. Ihm folgte 1987 Klaus Töpfer und 1994 Angela Merkel.

Auch jetzt mit 50plus: Da geht noch was. Erst im vergangenen September habe ich eine mehrmonatige Weiterbildung zum zertifizierten Nachhaltigkeitsmanager (IHK) abgeschlossen. Als Ergänzung zu meiner bisherigen Tätigkeit als Journalist und Fotograf.

Denn ich bin überzeugt: Auch in der Augenoptik geht noch was. Mit Nachhaltigkeit. Dem neuen Mainstream in den kommenden Jahren.

Was meinen Sie dazu?

Schreiben Sie mir Ihre Meinung oder rufen Sie mich an.
Telefon 0208/306683-12,
oder unter
frank.sonnenberg@euro-focus.de

