

Workshop 4

Nachhaltigkeit als Geschäftsidee – Social Entrepreneurship im internationalen Markt

Obaid Rahimi, shoemates GmbH

Der Begriff „nachhaltiger Konsum“ ist in den letzten Jahren immer prominenter und beliebter geworden. Nachhaltig zu konsumieren entwickelt sich immer mehr zu einer Lebenseinstellung in der Gesellschaft. Nachhaltiger Konsum ist auch unter den Bezeichnungen „ethischer Konsum“ oder „ökologischer Konsum“ bekannt. Durch die Berichte über z.B. menschenverachtende Produktionsbedingungen und Ausbeutung der Arbeiter in den Fabriken stellen die Verbraucher ihr Verbraucherverhalten allmählich um. Dadurch steigt die Nachfrage nach Produkten, die das Bedürfnis nach fairem Konsum befriedigen können. Um diese Nachfrage zu befriedigen entstehen immer häufiger „social enterprises“.

Der Referent gibt einen Überblick über den aktuellen Stand in dieser Branche und geht vor allem auf die Frage ein, wie eine soziale und nachhaltige Produktion im internationalen Kontext möglich ist und welche Schwierigkeiten und Lösungsansätze es gibt.

Hintergrund:

Obaid Rahimi hat sein Bachelorstudium in den Fächern Philosophie und BWL an der Universität Hamburg absolviert. Schon während seines Bachelorstudiums hat er zwei Jahre in einem Hamburger IT-Start-up gearbeitet. Dort war er unter anderem als Projekt- und Produktmanager tätig. Während seines Masterstudiums hat er mit Kommilitonen die beiden Unternehmen headmates und shoemates gegründet und ist dort heute als Geschäftsführer tätig.



Obaid Rahimi