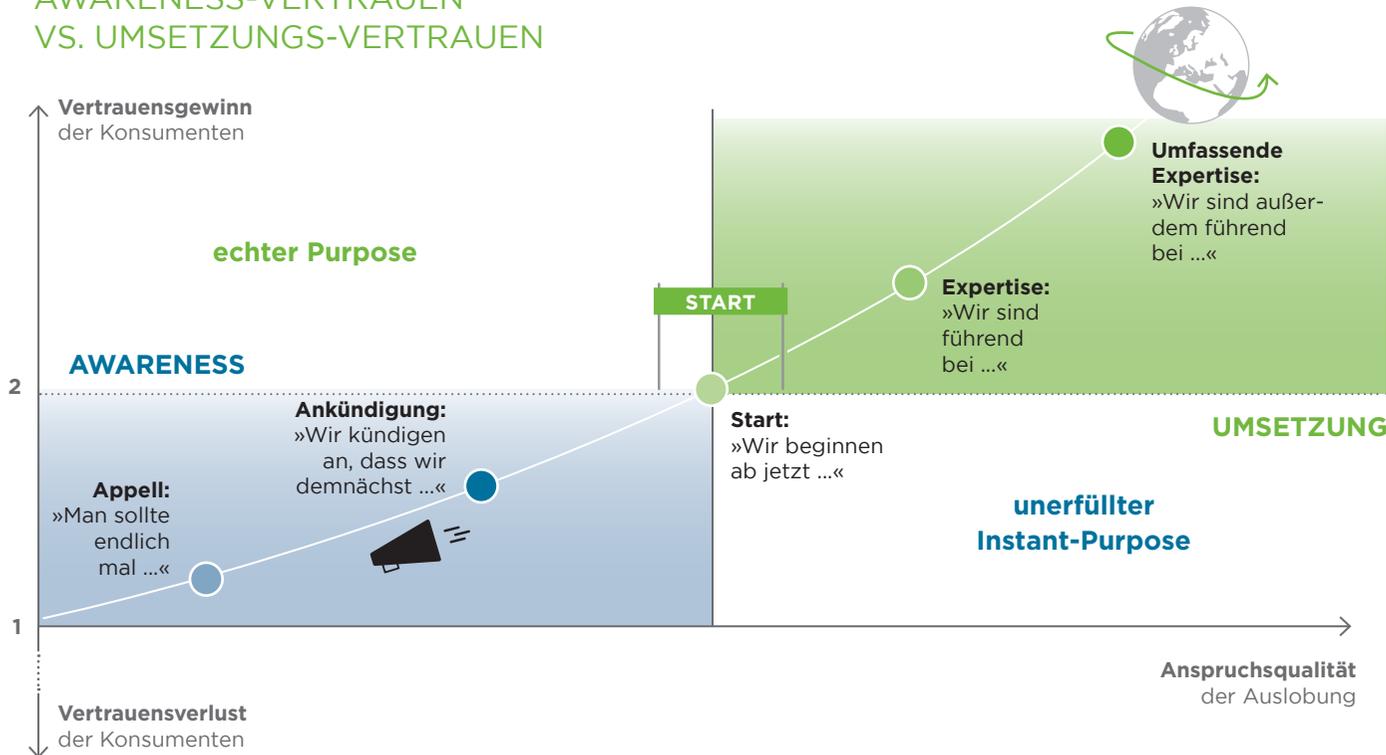


DIE ABLENKUNGSFALLE

Die versteckten Tricks der Ökologie-Bremser

Kapitel 10 – Grafik 7

DER NACHHALTIGKEITS-MARATHON AWARENESS-VERTRAUEN VS. UMSETZUNGS-VERTRAUEN



Wenn immer mehr Unternehmen sich auf der Kurve nach rechts bewegen, verändert sich auch die Grenze zwischen Vertrauensgewinn und Vertrauensverlust: Bei einer Verschiebung der Grundlinie von 1 nach 2 stellen Appelle und Ankündigungen keinen Vertrauensgewinn mehr dar, sondern das Gegenteil – einen Vertrauensverlust. Auch der heutzutage viel beschworene Unternehmenspurpose droht, wenn er nicht mit wesentlichen Maßnahmen hinterlegt ist, als »Instant-Purpose« in die Vertrauensverlustzone abzusinken.