

„Nachhaltigkeit ist ein langer Prozess“

Die Initiative Hektar Nektar hat sich dem Bienenschutz verschrieben. CEO Martin Poreda über das „Projekt 2028“.

... Von Oliver Jonke

Für viele Unternehmen wird es das „Back to normal“ wohl nicht mehr geben, vor allem, wenn es um Marketing- und Kommunikationsstrategien geht. Aus zahlreichen Umfragen und Studien geht hervor, dass sich Konsumgewohnheiten ändern und Nachhaltigkeit immer wichtiger wird, etwa bei der Produktion, beim CSR-Engagement des Anbieters und natürlich auch bei den Produkten selbst. Unternehmen, die diesen „Trend“ jetzt verschlafen, werden es künftig schwerer haben, im Wettbewerb zu bestehen. Das gilt nicht nur für B2C, sondern auch für den B2B-Bereich.

Martin Poreda, CEO Hektar Nektar, hat sich mit diesem Thema intensiv auseinandergesetzt, genau genommen bereits seit der Gründung von Hektar Nektar im Jahr 2017. Im medianet-Interview gibt er Einblick in die wichtigsten Aspekte.

medianet: Wie kam es zur Gründung von Hektar Nektar, welcher Gedanke lag ihr zugrunde?

Martin Poreda: Wie schon bei unserem ersten Projekt, der Arbeitgeberbewertungsplattform kununu, wollten wir mit einer digitalen Idee ein analoges Problem lösen. Im Rahmen eines Mentoringprogramms kam ein Imker auf uns zu, der seine Imkerei von 40 Bienenstöcken auf 4.000 vergrößern wollte. Mit herkömmlichen Methoden schien dieses Unterfangen unmöglich, also haben wir unsere digitalen Skills eingesetzt, um das Problem zu lösen.



© Hektar Nektar

Martin Poreda gründete Hektar Nektar 2017 gemeinsam mit seinem Bruder Mark.

medianet: Was waren die wichtigsten Meilensteine bis heute?

Poreda: Die Etablierung des Marktplatzes, die Entwicklung unserer Hektar Nektar-Bienenversandbox, der Start von ‚Projekt 2028‘, der Einstieg mehrerer finanzstarker Investoren und unser Relaunch im Herbst 2020 mit der Entwicklung eines umfassenden Content-Portals für unsere Partnerinnen und Partner.

medianet: Wie sieht das Geschäftsmodell von Hektar Nektar aus?

Poreda: Wir haben uns dem Bienenschutz verschrieben und setzen dabei auf einen *holistischen* Ansatz: Zum einen bieten wir mit dem ersten Online-Marktplatz für Bienenhandel jedem Imker, jeder Imkerin die Möglichkeit, digital, sicher und bequem Bienen zu kaufen und zu verkaufen. Mit der Bienenschutzinitiative ‚Projekt 2028‘ verknüpfen wir außerdem Unternehmen, Privatpersonen und Imker, um gemeinsam für den Artenschutz einzutreten. Konkret funktioniert das so, dass Unternehmen mindestens fünf Bienenvölker auf ihrem Firmengelände ansiedeln – wo kein Platz ist, stellen wir diesen direkt bei fünf ausgewählten Projekt 2028-Imkerinnen und -Imkern zur Verfügung.

medianet: Kann Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie einfließen und dabei nicht nur authentisch, sondern auch gewinnbringend sein?

Poreda: Nachhaltigkeit darf nicht als ‚aktueller Trend‘ verstanden werden, sondern ist gekommen, um zu bleiben. Nachhaltigkeit muss in die gesamte Unterneh-