

„Daraus hat sich bei mir eine große Lust auf Unabhängigkeit entwickelt“

Miriam Baute führt die Geschäfte der Kommunikationsagentur Nur Baute mit Standorten in Berlin und München. Das Besondere an dieser Agentur ist, dass das Thema Nachhaltigkeit seit vielen Jahren ein kommunikativer Schwerpunkt ist. Und das mit dem ausdrücklich formulierten Anspruch, Substanz statt bloßer Botschaften sichtbar zu machen.

Miriam, ein paar Worte zu deinem – oder besser – eurem Unternehmen, das du mit deinem Mann führst ...

Wir arbeiten seit vielen Jahren für Technologieunternehmen. Da zählen zum Beispiel Infineon oder Osram. Im Nachhaltigkeitsbereich ist das Spektrum sehr viel branchenübergreifender. Da haben wir schon für Unternehmen aus der Baubranche, dem Gesundheitswesen und Versicherungen gearbeitet.

In deiner Infobox auf LinkedIn steht unter anderem: „Auf starke Frauen. Mögen wir sie kennen. Mögen wir sie sein. Mögen wir sie großziehen.“ Bei anderen stehen da ganz andere Dinge?

Ja, das ist ein Zitat, das meines Wissens nicht zweifelsfrei zuzuordnen ist. Ich habe hier scho geht. In den ersten Jahren haben wir gesagt, wir nutzen KI in der Entwurfsphase, wir machen damit Storyboards oder wir nutzen sie als Sparringspartner bei Konzeptentwicklungen. Inzwischen ist es tatsächlich so, dass wir reine KI-Kampagnen für unsere Kunden machen, und das funktioniert auch erstaunlich gut. Trotzdem haben wir da immer noch eine entscheidende Rolle und das ist die Verantwortung. Wenn eine KI-Kampagne veröffentlicht wird, dann muss darunter jemand seinen Namen schreiben. Es muss also jemand dafür gerade stehen: Was sagen wir da? Wie sagen wir es? Und grundsätzlich: Muss es überhaupt gesagt werden? Und deswegen, ja, wir übernehmen am Ende die Verantwortung.

Wir haben uns über die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten kennengelernt. Wie seid ihr zu diesem Geschäftsfeld gekommen?

Wir waren auf einer Feier und jemand erzählte leicht angetrunken von seinem ersten Nachhaltigkeitsbericht, den er geschrieben hatte. Aus diesem Treffen entwickelten sich eine Freundschaft und eine Partnerschaft. Wir haben dann die ersten Berichte gemeinsam gemacht. Für mich und auch für meinen Mann war das eine Dimension, die uns in der Kommunikationsarbeit gefehlt hat. Ich mache diesen Beruf sehr gerne. Ich kommuniziere auch gerne. Ich beschäftige mich gerne damit. Aber es kommt vor, dass es bei der Produktkommunikation an Tiefe fehlt, wenn es ausschließlich darum geht, Produkte zu verkaufen oder Marken zu positionieren. Das ist spannend, aber die gesellschaftliche Relevanz ist oft nicht so groß, wie man sie sich manchmal wünschen würde.

Die Bedrohung durch den Klimawandel steht in Deutschland und Europa ohne Zweifel nicht mehr ganz oben auf der Agenda. Die Pflicht, öffentlich zu zeigen, was Unternehmen gegen den

Klimawandel unternehmen, ist hart ausgebremsst. Wie nimmst du die Entwicklung wahr, und was prognostizierst du?

Also das Thema geht ja nicht weg. Der Druck kommt im Moment nicht aus Brüssel, aber er ist trotzdem: Der Finanzmarkt macht großen Druck, die Banken machen großen Druck, die Lieferketten machen Riesendruck, und die Unternehmen kommen da nicht daran vorbei. Es wird nicht bei diesem politisch bedingten Stillstand bleiben. Wir wissen alle, da gibt es Vorreiter, die schon lange dabei sind und nicht ansatzweise gebremst haben, sondern die einfach weitermachen. Diese Unternehmen sagen eher: Oh, wie schön! Wir müssen jetzt nicht mehr so intensiv diese Compliance-Themen nachverfolgen, wir können uns um die wirklichen Themen kümmern. Das heißt, wie produzieren wir, wo produzieren wir, was produzieren wir? Das ist das, was ich mitbekomme. Aber ich glaube auch nicht, dass das Geschäft der Nachhaltigkeitsberichte noch mal so Fahrt aufnimmt, wie wir das miterlebt haben.

Die Arbeit einer Kommunikationsagentur besteht zu einem großen Teil aus der Kommunikation mit den Menschen auf Auftraggeberseite. Jeder Mensch, der schon etwas länger im Leben steht, weiß, dass da allerhand aus allerhand Gründen schief laufen kann. Hast du schon mal einem Kunden, einer Kundin gekündigt?

Nein, aber ich habe mal einen Kunden nicht angenommen. Das war jemand, der sich für einen Nachhaltigkeitsbericht interessierte. Er saß bei uns im Besprechungsraum und fing an, mir zu erzählen, dass sie sozial schon ausgezeichnet aufgestellt seien. Sein Unternehmen würde ein Hospizbett in einem Kinderhospiz finanzieren und ob wir daraus jetzt was machen könnten. Das ging in einem ähnlichen Stil weiter, und wir haben dann gemerkt, da führt kein Weg zusammen.

Das war ein Einzelfall und ich habe stattdessen eher positive Erfahrungen gemacht. Wir wissen ja beide, dass in den Anfängen der Nachhaltigkeitskommunikation vieles nur top-down funktionierte. Es musste jemand an der Unternehmensspitze sagen: „Ich will das“ – sonst passierte wenig. Unser erster Nachhaltigkeitsbericht war für Dussmann in Berlin. Das war ein spannendes Projekt, weil in diesem Unternehmen viel mehr steckt, als man von außen sieht. Damals wollte die Unternehmensspitze den Bericht unbedingt, konkret war das Frau Dussmann. Ihr Mann Peter war bereits schwer krank. Nach einem Feedbacktermin erzählte sie uns, sie sei zu ihm gefahren, habe sich neben ihn gesetzt und ihm den gesamten Bericht vorgelesen. Sie hatte das Gefühl, dass ihn das sehr glücklich gemacht habe – und sie selbst war es auch.

Die letzte Frage an dich, Miriam: Warum wird die Zukunft gut?

Ich weiß nicht, ob die Zukunft gut wird. Aber ich habe drei Gedanken dazu. Das eine ist tatsächlich das Generationenthema. Es war schon immer so, dass die Jüngeren kritisch beguckt und schnell verurteilt wurden. Zum Beispiel heute dafür, dass sie angeblich zu faul sind, dass sie zu viel Work-Life-Balance wollen, dass sie nicht fleißig genug sind. Ich denke das überhaupt nicht! Ich kenne viele tolle junge Menschen, die die Coronazeit in der Schule erlebt haben. Kaum hatten sie Abitur gemacht, gab es in Europa Krieg. Jetzt haben sie damit zu tun, dass KI ihnen potenziell ihre Jobs wegnimmt, und ich finde, die gehen damit gut um, indem sie andere Fragen stellen als die, die wir gestellt haben, und entsprechend andere Prioritäten setzen.

Mich interessiert zum anderen in diesem Zusammenhang die Systemtheorie. Systeme

funktionieren nur, wenn sie in Bewegung bleiben. Der Normalzustand ist Bewegung, die Katastrophe wäre Stillstand. Schon deshalb habe ich grundsätzlich Zuversicht.

Ein dritter Punkt ist Verantwortung. Die Philosophin Cynthia Fleury sagt sinngemäß: Nur wenn du Verantwortung übernimmst, kannst du frei sein. Es bringt nichts, nur auf die Zwänge zu schauen, also auf den Chef, das Unternehmen, den Staat oder die Regierung, und daraus Ressentiment entstehen zu lassen. Entscheidend ist, ins Handeln zu kommen und so demütig zu sein, die eigene Last zu tragen und zugleich auszuhalten, dass andere das vielleicht nicht tun.

Mit einem naiven Optimismus kann ich dagegen nichts anfangen, denn er führt dazu, dass man wegschaut und in die Katastrophe läuft. Es geht eher darum, akkurat und realistisch zu denken und genau hinzusehen – aber mit einem positiven Twist.

Miriam Baute wurde in München geboren und ist dort auch aufgewachsen. Ihr Weg führte sie nach dem Abitur zunächst über verschiedene berufliche Stationen im Bereich der Fotografie schließlich in die Pressestelle eines Modeunternehmens. Anschließend studierte sie Architektur in München und Berlin. Neben ihrer Tätigkeit als Architektin arbeitete sie früh im Unternehmen Nur Baute mit, das ursprünglich von ihrer Schwiegermutter als Büro für technische Zeichnung gegründet worden war. Gemeinsam mit ihrem Mann entwickelte sie es zu einer Agentur für Unternehmenskommunikation weiter. Heute liegt ein Schwerpunkt des Unternehmens auf der Nachhaltigkeitskommunikation.

raw&reel**Marc Dannenbaum**

Text | Content | Redaktion

Worte. Nichts als Worte – aber die richtigenTelefon: +49 1703288612 | Mail: marc@rawandreel.deLinkedIn: www.linkedin.com/in/marcdannenbaumWeb: dannenbaum.net**raw&reel****Andreas Riedel**

Fotografie | Videografie

Storytelling | Portrait | People | CorporateTelefon: +49 15253976948 | Mail: andreas@rawandreel.deLinkedIn: www.linkedin.com/in/andreas-riedel-0b9480236Web: andreasriedel.com