



PORTRAIT KARMAKONSUM

KarmaKonsum ist eine der führenden Trendforschungs- und Marketing-Beratungsgesellschaften zum Thema nachhaltige und gesunde Lebensstile (LOHAS).



KarmaKonsum gliedert sich in drei strategischen Geschäftsbereiche: Publikationen, Networking, und Consulting.

KarmaKonsum Pubikationen betreibt seit Januar 2007 das deutsche LOHAS Trendportal im Weblog-Format. Mit täglicher Berichterstattung über die internationale New Green Economy erreicht KarmaKonsum als authentisches Leitmedium mehrere Tausend Leser pro Woche. Daneben werden die KarmaKonsum-Inhalte in Consumer- und Special-Interest-Medien online wie offline zitiert. Weiterhin veröffentlicht KarmaKonsum Studien und Trendberichte, wie z.B. die gemeinsame Studie mit ACNielsen „Was LOHAS wirklich kaufen“ oder die Studie „LOHAS: Mehr als Green-Glamour – eine soziokulturelle Segmentierung“ in Zusammenarbeit mit Sinus SocioVision.

KarmaKonsum Networking organisiert die KarmaKonsum Konferenz - ein führendes deutsches LOHAS Branchentreffen und Networking-Event. Basis dieses Geschäftsbereichs ist die Ausrichtung der ersten deutschen LOHAS Konferenz im September 2007. In 2010 veranstaltet KarmaKonsum die 4. KarmaKonsum Konferenz unter dem Motto „Empowering a New Spirit in Business“ in Frankfurt am Main. Erstmals wird in diesem Rahmen die KarmaKonsum EXPO, eine Messe für nachhaltiges Wirtschaften und Leben veranstaltet. Daneben initiiert und organisiert KarmaKonsum diverse regionale und überregionale Events wie z.B. Öko-Bloggertreffen, Flash-Mobs (CarrotMob) oder Netzwerktreffen der neogrünen Branche.

KarmaKonsum Consulting konzipiert Marketing- und Kommunikationsstrategien für die Märkte Nachhaltigkeit, Gesundheit und Lifestyle. Die KarmaKonsum Unternehmensberater unterstützen Firmen und Organisationen dabei, die Chancen des Wachstumsmarktes Nachhaltigkeit auszuschöpfen. „Empowering a new Spirit in Business“ steht für die Vision einer besseren Welt, in der Ökologie, Soziales und Ökonomie in Einklang stehen – und das mit, durch und innerhalb der Wirtschaft. Kernkompetenzen liegen dabei in den Bereichen Strategieentwicklung, Trendforschung, Marketing im Social Web sowie des Mundpropaganda Marketings.

Verstärkt wird diese Expertise durch ein exzellentes Netzwerk in der Nachhaltigkeitsbranche und besten Kontakten zu Vordenkern und Pionieren. Führende Unternehmen wie Dr. Hauschka Kosmetik, Triodos Bank oder Sonnentor vertrauen auf die ausgezeichnete Arbeit von KarmaKonsum. Consulting.

VITA KARMAKONSUM GESCHÄFTSFÜHRUNG

Christoph Harrach, Jahrgang 1974, ist der Gründer des Trendportals karmakonsum.de und gilt als Vordenker auf dem Gebiet der nachhaltigen und gesunden Lebensstile / LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability) und verantwortungsvollem Wirtschaften (CSR).

Der Diplombetriebswirt und Yogalehrer lebt getreu seinem Lebensmotto "Du musst selbst die Veränderung werden, die Du in der Welt sehen willst" (Mahatma Gandhi). In seiner Berufung als Blogger inspiriert er Menschen und Märkte mit seinen wöchentlichen Trend-Newslettern.

Christoph kombiniert westliches Marketingwissen mit östliche Weisheiten als Wegbereiter des "Conscious Business", in der Ökologie, Soziales und Ökonomie in Einklang stehen.

Dabei spielen für den Internet-Experten die neuen Instrumente des Web 2.0s eine zentrale Rolle. Das so genannte Mitmach-Internet fördert die Transparenz der globalen Märkte und gibt den vernetzten Konsumenten eine bisher ungeahnte Macht.

Er wurde im Jahre 2010 mit dem Titel "Kopf der Nachhaltigkeit" im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitspreises ausgezeichnet. Im gleichen Jahr wählt die Frankfurter Allgemeine Zeitung Christoph zu einem der 15 Köpfe der Frankfurter Wirtschaft.

Christoph ist verheiratet, Vater einer Tochter und eines Sohnes. Christoph lebt und wirkt in Frankfurt am Main.