1973 gründete Yvon Chouinard das Unternehmen Patagonia. Schon seit Jahrzehnten spendet es zehn Prozent seines Gewinnes jedes Jahr an Umweltschutzorganisationen. Der Fokus liegt stark auf Nachhaltigkeit. Heutzutage stellt Patagonia höherpreisige Produkte her, die den Weltmarkt der eher besserverdienenden geradezu überschwemmen. Der Umsatz 2019 lag bei ca 800 Mio. Dollar und der Wert des Unternehmens jenseits der Milliarde. Damals trugen primär Bergsteiger und Outdoor- Experten die Kleidung die auf Funktionalität außerhalb der uns lieben Wetterbedingungen ausgelegt war. Nun tragen Investmentbanker und Software-Entwickler die Daunenwesten als Statussymbol. Allerdings werden Massenproduktionen nur noch Unternehmen bereitgestellt, die eine gewisse Aufmerksamkeit der Nachhaltigkeit widmen. Nun (Stand 2020) gibt es einen neuen CEO. Ryan Gellert, ein engagierter Mann aus den eigenen Reihen, mõchte dem Unternehmen weiterhin den bisherigen Weg der Nachhaltigkeit ebnen. Hierzu ein paar Gedanken des 48 Jährigen: <lch weiß, dass die Preise unserer Produkte den Einkommen der meisten Menschen eher entgegenwirken. Nun stellt sich für jedermann die Frage: Ist es mir 200€ wert, um mir eine Regenjacke zu kaufen, bei der man den grünen Fußabdruck in seinen Gedanken und auch physisch stārken kann? Oder bleibe ich doch lieber bei meiner bisherzuverlässigen Regenjacke für die Hälfte produziert von Kindern in Entwicklungsländem mit Produktionskosten von ein paar Euro? Ist dieser Aufpreis gerechtfertigt, wenn man doch der Welt damit etwas Gutes tut? Und das ist der Punkt, wo ich ansetzen möchte, um in Zukunft unser Kundenspektrum auszuweiten. Nachhaltig ist immer teuer, so bekannt. Doch ist es möglich einen Mittelweg zwischen Preisgünstigkeit und ökologisch guter Bilanz zu finden? Kann eine Haushaltshilfe aus dem Osten, die nach Deutschland kommt, um einem Anwalt und einerÄrztin mit zwei Kindern das Einfamilienhaus sauber zu halten, mit ihrem Gehalt ein Produkt kaufen, was nachhaltig produziert ist? Abschließend stehen sich zwei Ziele gegenüber: Einerseits bis 2025 vollkommene CO2 Neutralität zu erreichen, sowie den Fokus mehr auf die Produktion zu legen und andererseits eine preiswerte Gestaltung des Angebots, um mehr Menschen anzuregen der Erde mehr Beachtung zu schenken. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.>

Storytelling von Raphael Wiechers, 10B