



*„Denken Sie nicht von den technischen Möglichkeiten Ihres Produktes aus, sondern vom Kunden. Nicht die Angebote sind knapp, sondern die Wünsche.“
Matthias Horx, Leiter Zukunftsinstitut Deutschland.*



Inhouse-Workshop

Klimaschutz-Marketing in Wettbewerbsmärkten

Innovative Marketingstrategien zum Megatrend Klimawandel

Ziel und Inhalt des Inhouse-Workshops

Ziel des Inhouse-Workshops ist es, kaufmännischen Entscheidern und Verantwortlichen aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und strategische Unternehmensentwicklung die vollkommen neuen und innovativen Möglichkeiten des Klimaschutz-Marketings aufzuzeigen. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, die Produkte und Dienstleistungen ihrer Unternehmen dahingehend zu prüfen, inwieweit diese mit der Koppelung von Klimaschutzzertifikaten Alleinstellungsmerkmale bekommen, die zu besserer Kundenbindung, einer höheren Kundengewinnung und zu einer Weiterentwicklung des Unternehmensimages führen.

Workshopthema: Klimawandel als Chance zum Unternehmensmarketing

Unternehmen im Wettbewerb kennen das Problem: Bestehende Kunden zu halten und neue zu gewinnen, kostet immer höhere Aufwendungen an Zeit, Geld sowie Personal- und Kraftressourcen. Die Lösung ist die Anwendung einer Marketingstrategie, die absolute Alleinstellungsmerkmale hat, auf fast alle Produkte und Dienstleistungen anwendbar ist sowie individualisierbar und gut auf das Budget eines Unternehmens anzupassen ist.

Klimaschutz-Marketing als Marketingstrategie setzt dort an, wo die Emotionen der Kunden beginnen, beim Megatrend Klimawandel. Der Klimawandel ist global, erfasst alle Bevölkerungsschichten und wird mit Sicherheit mehrere Jahrzehnte anhalten.

Viele Unternehmen haben noch nicht realisiert, dass der globale Klimawandel keine Fiktion mehr ist, sondern bereits in Deutschland angekommen ist. Ganz besonders in TV, Hörfunk und vor allem in der Tagespresse, somit bei jedem von uns. Aus diesem Grunde sprechen immer mehr Menschen nicht nur über das Wetter, sondern auch über das Klima.

Hier setzt Klimaschutz-Marketing an: Unternehmen sollten lernen, wie sie mit ihren Kunden über Klimawandel kommunizieren können, welche Mechanismen greifen, wenn Produkte und Dienstleistungen mit einer Klimaneutralität oder einer CO₂-Kompensation ausgestattet werden und wie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit danach ausgerichtet werden kann.

Teilnehmer des Inhouse-Workshops

Der eintägige Inhouse-Workshop ist auf 10 Teilnehmer eines Unternehmens begrenzt und richtet sich an die Vorstände, kaufmännische Geschäftsführer, Vertriebs- und Marketingverantwortliche des Unternehmens sowie die Bereichsverantwortlichen für Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Die potenziellen Teilnehmer kommen idealerweise aus den Branchen Tourismus, Handel, Banken, Versicherungen, Automotive und Druckerei sowie anderen Wettbewerbsmärkten. Ein besonderer Schwerpunkt kann auf die Energiebranche gelegt werden, da sich hier durch die Liberalisierung der Märkte ein beginnender Wettbewerb abzeichnet.

Branchen und Anwendungsbeispiele

In diesem Workshop werden den Teilnehmern beispielhaft die Koppelung von Klimaschutzzertifikaten nach dem Kyoto-Protokoll und Emissionsrechten aus dem europäischen

Emissionshandel mit Produkten und Dienstleistungen der Branchen Handel (weiße Ware), Automotive, Druckerei, Tourismus, Energie u. a. vorgestellt. Die Ausstattung bisher homogener Produkte und Dienstleistungen mit vollkommen neuen Alleinstellungsmerkmalen verschaffen dem Anbieter höchste Aufmerksamkeit und Imagegewinn bei steigenden Kundenzahlen und Ausbau der Marktposition (z. B. Neuwagenverkauf: Erstattung/Kompensation der jährlichen CO2-Emissionen des Neuwagens eines Kunden durch den Händler). Weitere Beispiele und Informationen siehe detaillierte Agenda.

Der Referent - Michael Kroehnert - Climate Company, Berlin

Michael Kroehnert, Geschäftsführer der Unternehmen Climate Company und Emissionshändler.com ist das erste deutsche Mitglied der Österreichischen Energie- und Umweltbörse EXAA am Emissionshandelsmarkt und entwickelte bereits zu einem frühen Zeitpunkt Klimaschutz- und Marketingstrategien.

Michael Kroehnert leitete bis Anfang 2006 als Bereichsleiter Emissionshandel bei GALLEHR + PARTNER den Geschäftsbereich Beratung im Emissionsmanagement und war zudem zuständig für Marketing, Vertrieb und Produktmanagement in der Gesellschaft.



In den Jahren 1998-2003 war Michael Kroehnert in der Energie- und Softwarebranche beim schwedischen Konzern OM (Nordpool) und bei einem SAP Systemhaus als leitender Manager tätig. Davor in den Jahren 1998-2000 baute er den ersten freien Stromanbieter ares energie AG in Berlin als Leiter Marketing und Vertrieb auf und koppelte erstmals das Produkt „Stromliefervertrag für Haushaltskunden“ mit einem Farb-TV von ProMarkt.

Teilnahmegebühr und Sonstiges

Es wird eine Workshop-Gebühr in Höhe von **EUR 3.690,00** pro Inhouse-Veranstaltung erhoben, zzgl. einer Reisekostenpauschale von EUR 350,00. Der Termin der Veranstaltung in Ihrem Unternehmen wird in gegenseitiger Übereinstimmung festgelegt. Die Gebühr versteht sich zzgl. MWSt.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
Climate Company, GEMB Gesellschaft für Emissionsmanagement und Beratung mbH,
Helmholtzstraße 2-9, 10587 Berlin, Telefon 030- 627 24 572, Telefax 030- 627 24 529
Email info@climate-company.de

Anmeldung an FAX-Nr. 030 627 24 529

Hiermit buche ich für mein Unternehmen verbindlich den Inhouse-Workshop zu EUR 3.690,00 zzgl. Reisekostenpauschale von EUR 350,00 zzgl. gesetzlicher MWSt. Der Termin wird mit mir abgestimmt, der Teilnehmerkreis ist beschränkt auf 10 Personen.

Teilnehmer NameVorname.....

Name Unternehmen..... Funktion

Adresse.....

Telefon..... Fax..... Mail.....

Ort, Datum..... Stempel, Unterschrift

Uhrzeit	Agenda Inhouse-Workshop - Innovatives Klimaschutz-Marketing
09.30-10.30	Das Kyoto-Protokoll und der Emissionshandel <ul style="list-style-type: none"> • Ursachen und Wirkung von CO2-Emissionen • Einführung in die Mechanismen des europäischen Emissionshandels • Beispielhafte Vorstellung von Klimaschutzprojekten außerhalb Europas • Bilateraler Handel von VER und CER Klimaschutzzertifikaten sowie EUA Emissionsberechtigungen
10.30-11.15	Handel, Registrierung und Löschung von Zertifikaten <ul style="list-style-type: none"> • Prozesse des Kaufes, Handels, Löschung und Stilllegung von Zertifikaten • Transparenz und Kontrolle von Löschungs- und Stilllegungsprozessen • Preise und Mengen verschiedener Zertifikatearten • Handel von Emissionszertifikaten an der Börse - Live-Transaktion • Das deutsche Emissionshandelsregister DEHSt im Umweltbundesamt Berlin – Live-Löschung von Emissionsberechtigungen
11.15-11.35	Kaffeepause
11.35-12.30	Berechnung der CO2-Emissionen von Produkten und Dienstleistungen <ul style="list-style-type: none"> • Beispielberechnung eines Kühlschranks und eines Laptops über die Stufen Produktion, Transport und Betrieb • Berechnung von Flug-, Bahn- und Autoreisen • Berechnung von Dienstleistungen: Banken, Kurierdienste und Veranstaltungen • Die Visualisierung der CO2-Emissionen und CO2-Einsparungen • Das Prinzip der Klimaneutralität und der Klimaspende
12.30-13.45	Mittagspause
13.45-14.30	Klimaschutz-Marketing als innovatives Alleinstellungsmerkmal <ul style="list-style-type: none"> • Der grundsätzliche Ansatz von Klimaschutz-Marketing • Emotionalisierung von Produkten und Dienstleistungen • Die Phasen eines Klimaschutz-Marketingprojektes am Beispiel Neuwagenkauf
14.30-15.30	Beispielhafte Produktkampagnen und Anwendungsbeispiele <ul style="list-style-type: none"> • Beispielhafte Klimaschutz-Produkt-Kampagnen von Unternehmen • Beispielhafte Klimaschutz-Image-Kampagnen der Tourismusbranche • Anwendung von Produktkoppelungen • Stadtwerke und Energieversorger entdecken Klimaschutz-Marketing
15.30-15.50	Kaffeepause
15.50-16.20	Klimaschutz-Marketing in der Anwendung <ul style="list-style-type: none"> • Kurz-, Mittel- und Langfriststrategien im Klimaschutz-Marketing • Drei Bausteine im Klimaschutz-Marketing: Beratung, PR/Marketing, Zertifikate • Preisgestaltung der Dienstleistung Klimaschutz-Marketing • Strukturierte Schritte zum ersten Klimaschutz-Marketing-Projekt
16.20-16.50	Klimawandel – Vom Megatrend zum Massenmarkt <ul style="list-style-type: none"> • Klimaschutzprodukte und Leistungen im Privatkundenmarkt • Klimageschenke und Emissionshandel für Einzelpersonen • Klimazertifikate bei ebay und in Verkaufsshops
16.50-17.00	Fragen und Diskussion