



**Chandan Kumar Udeda**

30 Jan 2022 | 5 min read

# UMWELTSCHUTZ UND SEINE KOMMUNIKATION FÜR UNTERNEHMEN

Aussagen wie „Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit Umweltschutz“, „Wir engagieren uns für Nachhaltigkeit, Klimaschutz und die Zukunft unseres Planeten“ und eine Reihe anderer Slogans dieser Art sind bei Top-Unternehmen der Welt



keine Seltenheit. Der Grund dafür ist zum einen, dass es sich um einen der größten Marketing- und Wirtschaftstrends handelt, und zum anderen, dass es eine Möglichkeit ist, seine Bemühungen um den Schutz von Mutter Erde zu kommunizieren.

Lass dich davon inspirieren, auch in deinem Unternehmen die Kommunikation des Klimaschutzes in deine Marketing-, PR- und Kommunikationsstrategie aufzunehmen.

In diesem Artikel werden die Vorteile solcher Kommunikationsmethoden dargestellt. Zusätzlich bekommst du praktische Tipps zur Steigerung deines Markenwerts und zur Verbesserung deines Produkts.

## **Vorteile der Kommunikation von Klimaschutz**

**Wettbewerbsvorteil:** Umweltmarketing und -kommunikation haben das Potenzial, neue Märkte für Produkte zu erschließen, die der wachsenden Nachfrage nach Nachhaltigkeit entsprechen.

**Positives Unternehmensimage:** Die Fähigkeit, dein Unternehmen als klimaverantwortlich und proaktiv zu positionieren, trägt langfristig zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit und -moral, zur Stärkung der Beziehungen zu wichtigen Interessengruppen und vor allem zum Zugang zu Finanzmitteln bei.

**Premium-Produkt:** Die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen im Hinblick auf ihre Umweltfreundlichkeit in Verbindung mit wirksamen Marketing- und Kommunikationsstrategien kann sich positiv auf deinen Unternehmenserfolg auswirken. Dies kann durch mehr verkaufte Produkte erreicht werden oder durch die Platzierung deiner Produkte im Premium-Segment.

# Verbessere deine Kommunikation des Klimaschutzes mit diesen Strategien

**Verbraucher:** Konzentriere deine Produkte oder Dienstleistungen auf eine Käufergruppe, die relativ umweltbewusst ist wie z. B. die **LOHAS**. Die Abkürzung LOHAS steht für „Lifestyles of Health and Sustainability“. Wenn es deinen Verbraucher\*innen an Wissen mangelt, solltest du ihnen die Bedeutung einer verantwortungsvollen Nutzung nahe bringen, was eine neue Richtung für die Vermarktung deiner Ideen und Produkte eröffnen kann.

**Produkte und Dienstleistungen:** Gestalte deine Produkte und Dienstleistungen so, dass sie die Grundsätze des [Ökodesigns](#) berücksichtigen. Du kannst z. B. Verpackungen nutzen, die wiederverwendet werden können oder du kannst biologisch abbaubare, wiederverwertete oder recycelte Materialien in die Verpackungen integrieren. Es ist auch sinnvoll, das Abfallmanagement und Techniken zur Abfalloptimierung frühestmöglich in der Produktentwicklungsphase zu berücksichtigen. Unter Einbeziehung der Grundsätzen der Kreislaufwirtschaft sollen auch Dienstleistungen angeboten werden, die über den reinen Besitz des Produkts hinausgehen. Damit Kund\*innen eine informierte Kaufentscheidung treffen können, ist es auch wichtig, Produktinformationen einfach zugänglich bereit zu stellen. Die Kommunikation dieser Themen

durch einen CSR- oder Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ebenfalls zu empfehlen.

**Marketing:** Die Hauptintention sollte sein, dass der Umweltschutz nicht nur eine Agenda deines Unternehmens ist, sondern ein integraler Bestandteil der Entscheidungsfindung. Daher sind Transparenz und Verantwortung zwei wichtige Instrumente, die du für ein grünes Marketing einsetzen kannst. Um deine Lieferkette transparent zu machen, solltest du deine Lieferanten sowie die Herkunft und die Art und Weise der Beschaffung von Rohstoffen für deine Produkte kommunizieren. Um die umweltfreundlichen Eigenschaften deiner Produkte darzustellen, können auch Tools wie Erklärvideos oder einfach verständliche Infografiken genutzt werden. Dabei sollten Daten wie CO<sub>2</sub>- oder Wasserbilanz einfach für Konsument\*innen erklärt werden.

**Konsistenz und Regelmäßigkeit:** Um sich selbst zu einer gewissen Konsistenz im CSR-Bereich zu verpflichten, ist es sinnvoll deinen CSR-Bericht zu veröffentlichen. Dabei solltest du dich nach Standards wie GRI, ISO oder CDP orientieren. Wenn du dich an diesen Systemen orientiert, musst du die CSR-Berichte detailliert und regelmäßig verfassen. Es kann auch eine gute Idee sein, Umweltzeichen und Zertifizierungen zu verwenden. Durch die Verwendung verpflichtest du dich, gewisse Standards im Bezug auf Nachhaltigkeit einzuhalten.

**Die Links können dir dabei helfen, den Einstieg zu finden oder dich weiter zu verbessern.**

Green Guide: Dein Weg ins nachhaltige Marketing

<https://dmexco.com/de/stories/green-guide>

Unsere Beehive-Mitglieder, welche sich auf Kommunikation spezialisiert haben:

<https://www.guteagentur.at/>

<https://susane.at/>

<https://onreach.de/>

*Zögere nicht, dich an uns zu wenden, falls du mehr Fragen zu grünem Marketing hast. Nutze diese Gelegenheiten, um neue Kund\*innen zu gewinnen und gleichzeitig die Treue deiner bestehenden Kund\*innen zu stärken.*