

Checkliste: Grünes Marketing

Darauf kommt es an:

01 Authentizität

„Grüne“ Maßnahmen wie klimafreundliche Logistik sollten deutlich, sachlich richtig und passend zur Unternehmenskultur kommuniziert werden. Vermeiden Sie Irreführungen. Orientieren Sie sich gegebenenfalls an den Richtlinien der Norm ISO 14021.

02 Ganzheitlichkeit

Einzelmaßnahmen überzeugen bei Nachhaltigkeitskommunikation nicht. Als ernsthaft werden nur langfristig angelegte Strategien wahrgenommen. Berücksichtigen Sie bei allen Maßnahmen auch Nebeneffekte, die sich auf die Ökobilanz auswirken können.

03 Glaubwürdigkeit

Den Vertrauensvorschuss, den Umweltverbände genießen, können Marketer nutzen – etwa bei Kooperationsmailings und Sponsoringmaßnahmen. Treffen Sie aber grundsätzlich nur überprüfbare und bewiesene Aussagen. Auf Fragen sollten Sie entsprechend glaubhaft antworten können.

04 Multiplikatoren

Ein Thema wie „grüne“ Unternehmensführung bietet sich an, von Trendzielgruppen in Blogs und Communitys diskutiert und verbreitet zu werden. Vermeiden Sie es, dabei selbst gestaltete Logos einzusetzen, die Umweltfreundlichkeit ausdrücken, aber keine anerkannte faktische Basis besitzen – das wäre irreführend.

05 Nutzwert

Den Kunden etwa mithilfe von Testimonials und Fallbeispielen (Success-Stories) vermitteln, warum sie von dem „grünen“ Engagement der Marke profitieren können. Den Leistungsversprechen sollten überzeugende Belege beigefügt sein.

06 Transparenz

Für die unterschiedlichen Zielgruppen muss das Umweltengagement eines Unternehmens nachvollziehbar sein – auch anhand von Zahlen und Fakten. Voraussetzung dabei sollte eine genaue, deutliche und wahrhaftige Sprache sein, die einfach und verständlich ist.

07 Trendrelevanz

Das Thema Nachhaltigkeit liegt gewissermaßen dauerhaft im Trend – deshalb: Potenzial für neue Zielgruppen analysieren und entsprechende Dialogmaßnahmen aufsetzen. Dabei aber nie vergessen, dass die Aussagen hinsichtlich Umweltfreundlichkeit auch relevant in Bezug auf das jeweilige Produkt sein müssen.

TIPPS: So werden Sie klimaneutral

- (1) Integrieren Sie eine Optimierung der Ökobilanz in Ihre Unternehmensstrategie, und prüfen Sie, welche Einsparpotenziale sich entlang der gesamten Beschaffungs- und Wertschöpfungskette ergeben können.
- (2) Schaffen Sie bei Ihren Mitarbeitern, Partnern, Händlern und Zulieferern ebenfalls ein Bewusstsein für umweltgerechte Unternehmensführung. Unterstützen Sie sie mit Leitlinien für umweltfreundliches Handeln.
- (3) Lassen Sie sich ruhig von erfolgreich umweltoptimierten Unternehmen und Projekten inspirieren. Vielleicht sind einige Anregungen übertragbar.
- (4) Sollten Maßnahmen, die zur verbesserten Ökobilanz beitragen, sehr kostenaufwendig sein, informieren Sie sich, ob es hierfür eventuell staatliche Zuschüsse gibt.
- (5) Nutzen Sie Produktionsanlagen, die aktuelle Umweltstandards erfüllen und ressourcensparend arbeiten.
- (6) Informieren Sie sich regelmäßig über neue umweltschonende Technologien und Materialien.
- (7) Verwenden Sie umweltfreundliche Produkte wie klimaneutrale Mailingversandoptionen und Umweltpapier.
- (8) Streben Sie eine effektive Auslastung von Logistik und Transport an.

- (9) Überprüfen Sie im Rahmen Ihrer Beschaffungspolitik, ob Sie regionale Lieferanten verstärkt berücksichtigen können, um Fahrwege einzusparen.
- (10) Überlegen Sie darüber hinaus, ob alle Produktionseinrichtungen wirklich gekauft werden müssen oder ob sie gegebenenfalls gemietet werden können.
- (11) Prüfen Sie die Einsparpotenziale bei Heizung, Klimaanlage und Wasser.
- (12) Setzen Sie auf umweltfreundliche Lieferanten für Strom und Energie.
- (13) Testen Sie innovative Mobilitätskonzepte für dienstliche Fahrten, beispielsweise in der Außendienstflotte.
- (14) Vermeiden Sie unnötige Dienstfahrten, zum Beispiel durch Web-Konferenzsysteme.
- (15) Optimieren Sie Ihre Entsorgungsstrategie: Vielleicht können mehr Objekte weiterverwendet oder weiterverarbeitet werden.
- (16) Messen Sie Ihren CO₂- und Energieverbrauchs-Footprint kontinuierlich, und überprüfen Sie Ihre Ökobilanz.
- (17) Können Sie sich im Rahmen von Corporate-Social-Responsibility-Strategien auch an Umweltprojekten beteiligen, nutzen Sie diese Chance.
- (18) Falls Unsicherheiten in Bezug auf das Optimierungspotenzial Ihrer Ökobilanz aufkommen, scheuen Sie sich nicht, sich professionellen Rat zu suchen, zum Beispiel beim Nachhaltigkeitsrat.

Quelle: www.direktplus.de
Copyright: 2010 Deutsche Post AG

Herausgeber:
Deutsche Post AG
53250 Bonn

Telefon: +49 / (0) 228 / 18 20
E-Mail: info@deutschepost.de

Handelsregister-Nr.: Registergericht Bonn HRB 6792
USt-IdNr.: DE 169838187