

Produkte differenzieren den Gastgeber und wirken positiv auf die neue Generation von Gästen und Arbeitnehmern. Wir nennen sie Ecoisten – Menschen, die Nachhaltigkeit wollen, weil es gut für die Welt ist und ihnen mehr Qualität bietet.»

So schauten die Gründerinnen bei der Auswahl ihrer Produkte genau hin – zum einen auf Nachhaltigkeitskriterien und zum anderen auf Mehrwerte, die dem Gast, dem Gastgeber und den Angestellten zu Gute kommen. Das Ergebnis ist ein spannender Mix aus unterschiedlichen Produkten und Services. Zu finden sind beispielsweise Kleiderbügel aus recyceltem Karton, diverse Trinkhalmalternativen, Gläser und Karaffen aus ausgedienten Weinflaschen, upgecycelte Yogamatten, Schürzen und Hotelclipper aus recycelten PET Flaschen oder Textilien wie Bettwäsche und Arbeitskleidung aus Bio-Baumwolle mit Fair-Trade Standard. Namhafte ecoistische Marken wie HYDROPHIL, soulbottles, KAYA & KATO, cotonea, Dibella, myboo, ÖKLO, myclimate, RECUP und viele mehr sind auf dem Marktplatz zu finden.

Seit Mitte März ist dieser online. Preise und Angebote können angefragt werden. «Viele unserer Lieferanten sind kleine Manufakturen oder Fabriken. Manches wird sogar noch in Handarbeit hergestellt», schmunzelt Alexandra über die operativen Hürden von echter Nachhaltigkeit.

Wer auf der Suche nach einer nachhaltigen Produktlösung ist, diese auf dem Marktplatz jedoch nicht findet, der kann sich direkt an TUTAKA wenden. “Wir haben noch zahlreiche Produkte und Services in der Pipeline,” verspricht Franziska Altenrath. “Wer nachhaltiger sein möchte, der soll auch dazu befähigt werden. Zu oft scheitert das Vorhaben an mangelnder Zeit und der Schwierigkeit, geeignete Kooperationspartner, Marken und Berater zu finden. Diese Hürde wollen wir nehmen.”

TUTAKA vermittelt aber nicht nur die angebotenen Produkte, sondern berät auch dazu, wie Nachhaltigkeit Greenwashing- und klischeefrei kommuniziert werden kann. Tatsächlich waren beide

Gründerinnen zuvor in der Kommunikation beschäftigt und haben sich im Grafikdesign Studium in Berlin kennengelernt.

TUTAKA möchte Veränderung! Dass sie sich dafür eine herausfordernde Branche ausgesucht haben, schmälert den Elan nicht. Mit Marktplatz, Agentur und einem spannenden Netzwerk offerieren die Frauen ein ganzheitliches Angebot, das einen genaueren Blick mehr als wert ist.

Ohne Nachhaltigkeit ist Hamburg nicht zukunftsfähig! Die 8. Hamburger Klimawoche als bundesweiter Vorreiter der Klimakommunikation mit über 100 Veranstaltungen

geschrieben von Frank Schweikert | 16. Mai 2019



Mit mehr als 100 Akteuren und über 100 Veranstaltungen tritt die 8. Hamburger Klimawoche dem Klimawandel entgegen. „Die Zivilgesellschaft muss Druck machen, damit sich auf Ebene der

Politik etwas bewegt“, betont Prof. Dr. Mojib Latif, Schirmherr der 8. Hamburger Klimawoche anlässlich der Vorstellung des Programms an Bord des Solarschiffes „Alstersonne“ am Hamburger Junfernstieg: „Nachhaltiges Leben bedeutet für uns alle einen Gewinn und keinen Verzicht, insofern ist die Hamburger Klimawoche eine Chance für die gesamte Bevölkerung.“

An attraktiven Schauplätzen in der Hamburger Innenstadt und der HafenCity zeigen Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft vom 25. September bis 2. Oktober 2016, wie die globalen UN-Nachhaltigkeitsziele erreicht werden können. Denn „auch Hamburg muss seit Jahresbeginn die globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen in konkretes Handeln umsetzen“, mahnt Frank Schweikert, Sprecher des Klimawochenbeirats. Das Programm der [8. Hamburger Klimawoche](#) bietet hochkarätig besetzte Vortrags- und Podiumsveranstaltungen, ein vielfältiges Bildungsprogramm für Schulklassen, kulturelle Angebote sowie Themenparks und Mitmachaktionen für Jedermann.

Ein Paradebeispiel der Umsetzung von Wissen aus der Forschung in konkrete Handlung für den Einzelnen bietet der KLIMA-CHECK durch das Team um Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Dickhaut vom Fachbereich Umweltgerechte Stadt- und Infrastrukturplanung an der HafenCity Universität Hamburg. Im KLIMA-CHECK erfahren Haus- und Grundstücksbesitzer, wie sie auf Starkregen und Temperaturerhöhungen angemessen reagieren können.

„Ich bin der festen Überzeugung, dass sich Hamburg an den Klimawandel anpassen muss und auch Privatpersonen dazu einen Beitrag leisten müssen,“ erklärt Wolfgang Dickhaut. „Der Klima-Check bietet die Möglichkeit, das eigene Grundstück oder Gebäude einschätzen zu lassen, um konkrete Maßnahmen zu planen, die der fortschreitende Klimawandel fordert.“

Weitere Highlights im Programm sind u.a. Podien zum nachhaltigen Banking, zum Kohleausstieg und zu nachhaltigem Konsum sowie der Science-Slam im Mojo Club und das Bildungsprogramm, das sich aus Workshops auf den Alsterdampfern der ATG und Exkursionen zu interessanten Orten in Hamburg zusammensetzt.

Unter den Partnern der diesjährigen Klimawoche sind große Namen wie Germanwatch, die Triodos Bank Deutschland, das Klima-Bündnis, die Hamburger Leitmesse WindEnergy Hamburg, B.A.U.M. e.V. oder das Deutsche Klimarechenzentrum. Unterstützt wird die Klimawoche 2016 von der Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien. Schon jetzt haben zahlreiche renommierte Unternehmen und Organisationen ihre Reservierung für die 9. Hamburger Klimawoche 2017 vorgenommen.

Über die Hamburger Klimawoche

Die Hamburger Klimawoche hat sich laut Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) zur größten europäischen Klimakommunikationsveranstaltung entwickelt. Des Weiteren ist die Hamburger Klimawoche als UNESCO Dekade Projekt für nachhaltige Bildung ausgezeichnet worden. Sieben erfolgreiche Veranstaltungswochen, mit jeweils bis zu 170 Akteuren und einem Gesamtbudget von etwa 1,8 Mio. Euro, wurden von weit über einer Million Menschen besucht.

Weitere Informationen finden Sie unter www.klimawoche.de.

Presseinformationen stehen unter www.klimawoche.de/presseinformationen/ bereit.

Logo, Plakat und Grafiken unter: <http://www.klimawoche.de/flyer-grafiken-2016/> Folgen Sie uns gerne auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#)!

„Das Miss-Bizzy-Prinzip“: Ratgeber für kreative GründerInnen 16 Werkzeuge für mehr Spaß an Creative Entrepreneurship

geschrieben von Michaela Schmitz | 16. Mai 2019



Die Idee zum Buch “Das Miss-Bizzy-Prinzip – Erfolgreich Gründen für kreative, intuitive Köpfe” kam der Kommunikations- und Unternehmensberaterin Alexandra Abbrederis Simpson bei der täglichen Arbeit mit kreativen Gründerinnen und Gründern. Darin stellt sie ein Konzept vor, das Kreativen Mut machen soll, auch in unternehmerischen Fragen auf ihr Potenzial zu vertrauen. Via Crowdfunding soll der Ratgeber nun fertiggestellt und veröffentlicht werden.

Links:

Crowdfunding: <https://www.startnext.com/das-miss-bizzy-prinzip>

Webseite: <http://www.missbizzy.net/>

Facebook: <https://www.facebook.com/missbizzybrain/>

Kontakt:

Alexandra Abbrederis Simpson

Tel: 0043 680 115 1324

Web: hallo@missbizzy.net

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION startet mit Kommunikationsangebot an Existenzgründer und StartUps

geschrieben von Frank Brodmerkel | 16. Mai 2019



München, 23.02.16 – „Ganz frisch und heiß auf mehr!“ steht auf dem knusprigen Frühstückstoast, das dem neuen Angebot der Agentur GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION als Sinnbild für junge StartUps vorangestellt ist. Mit zwei speziell konfigurierten „Starter Kits“ für Pressearbeit und visuelle Kommunikation möchte die Münchner Agentur jungen Technologieunternehmern mit professioneller PR und Grafik zu fairen Festpreisen den Start in den Business-Alltag erleichtern. Durch weitere Module von der Website bis zum Unternehmensvideo lässt sich das Angebot

individuell ergänzen.

Von zahlreichen vielversprechenden Geschäftsideen junger StartUps erfährt nur ein Bruchteil der Kundenzielgruppen, weil viele Gründerinnen und Gründer gerade in ihrer Startphase die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vernachlässigen oder aber gravierende Fehler in der Ansprache von Journalisten begehen. Nur ein Bruchteil der StartUps investiert von Anfang an Zeit und Geld in professionelle Kommunikation. Doch schon immer galt: Was nicht in den Medien steht, ist unwichtig!

Damit man als Jungunternehmer(in) trotz knapper Budgets erfolgreich mit seinen Zielgruppen kommunizieren kann, bietet GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION zu fairen Festpreisen seine Starter Kits, die sich an Unternehmer(innen) der Technologiebranche im ersten Gründungsjahr richten. Wie ein gutes Frühstück den Tag erst richtig erfolgreich werden lässt, ist auch professionelle Kommunikation von Beginn an entscheidend für den Erfolg eines jungen Unternehmens bei seinen Zielgruppen. Deshalb haben Frank Brodmerkel, Inhaber von GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION, und sein Partner Christopher Link von Christopher Link Visual Design das Bild mit dem Toast gewählt. So wie der lecker belegte Toast den Appetit anregt, prägen PR und Design die Wahrnehmung eines Unternehmens nach außen und machen es für die Zielgruppen attraktiv.

„Junge Technologie-StartUps müssen sich schnell vom Niemand zum Jemand entwickeln, um sich im Kampf gegen ihre Konkurrenz um Finanzierung, Mitarbeiter und nicht zuletzt um Kunden zu behaupten“, erklärt Frank Brodmerkel seinen Ansatz. „Mit unseren Starter Kits Pressearbeit und Visuelle Kommunikation bieten wir jungen Existenzgründern von Anfang an professionelle Unterstützung in PR und Grafik und halten Ihnen den Rücken frei, denn gerade zu Beginn hat man unendlich viele Baustellen, die volle Aufmerksamkeit verlangen.“ Brodmerkel hat mit seiner Agentur bereits StartUps wie Magazino (Robotik), SorTech (Kühlung) oder LuvSide (Windkraftanlagen) betreut.

Von der kurzen theoretischen Einführung ins Thema Pressearbeit und deren ‚Dos and Don’ts‘ über den Aufbau eines geeigneten Presseverteilers und Themenplans bis hin zu den ersten Pressemeldungen und einer Basispressemappe ist alles enthalten. Das Grafikpaket bietet die Entwicklung von Logo und Corporate Design sowie einen ersten Flyer für die konkrete Zielgruppenansprache. Ergänzt werden können beiden Starter Kits durch weitere Module von der inhaltlichen und grafischen Gestaltung des Webauftritts bis hin zum ersten eigenen Unternehmensfilm. Interessenten finden Informationen und einen Flyer zum Download unter <http://gruenewellepr.de/expertise/startup-starter-kit/>.

Grüne Welle Kommunikation ist eine Kommunikationsagentur mit Sitz in München, die sich seit 2011 auf die Themenbereiche Cleantech, Erneuerbare Energien, Technologie und Umwelt sowie auf CSR-Kommunikation und Bürgerdialog spezialisiert hat. Der Inhaber Frank Brodmerkel verfügt als Kommunikationsprofi über fast 20 Jahre Berufserfahrung im Technologiebereich. Das Angebot der Agentur wendet sich vor allem an mittelständische Unternehmen und StartUps aus dem Technologieumfeld. Ein Themenschwerpunkt liegt auf der Bürgerkommunikation, Frank Brodmerkel ist auch Dozent zu diesem Thema an der Bayerischen Verwaltungsschule. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gruenewellepr.de

Bildmaterial und Logo der Agentur zum Download unter <http://gruenewellepr.de/ueber-uns/downloads/>

Pressekontakt:

Frank Brodmerkel

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION

Notburgastr. 3

80639 München

Tel: 089-203 494 94

Fax: 089-178 761 47

E-Mail: kontakt@gruenewellepr.de

Web: www.gruenewellepr.de

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION seit fünf Jahren mit Fokus auf Greentech erfolgreich

geschrieben von Frank Brodmerkel | 16. Mai 2019



München, 08.02.16 – Die Agentur GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION feiert in diesen Tagen ihr erfolgreiches fünfjähriges Bestehen. Anfang 2011 machte sich deren Inhaber Frank Brodmerkel mit einer Kommunikationsberatung selbständig, die sich von Anfang an auf den Bereich Greentech und Erneuerbare Energien spezialisiert hat. Nach nunmehr fünf Jahren hat sich GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION mit ihrem Beratungsangebot erfolgreich in der Branche etabliert.

„Atomausstieg, Klimawandel, Energiewende, Nachhaltigkeit, Stuttgart 21 und Wutbürger waren zentrale Themen der täglichen Medienberichterstattung, die 2011 die öffentliche Diskussion bestimmten“, erzählt Inhaber Frank Brodmerkel. „Diese Themen und damit auch ihre Branchen erfuhren damals eine exponentiell steigende Bedeutung – trotz Wirtschaftskrise wuchsen sie schnell. Und damit auch der Bedarf an Kommunikation in diesem Bereich. Ich vergleiche diese Entwicklung mit dem Aufbruch des IT-Markts in den 70ern und 80ern. Wer hätte damals an spezialisierte IT-Agenturen geglaubt?“

Da er ein solch spezialisiertes Angebot in der deutschen Agenturlandschaft 2011 erst in Ansätzen entdecken konnte, war für Brodmerkel, der damals bereits 15 Jahre auf Agenturseite in der PR für IT- und High Tech Unternehmen gearbeitet hatte, die Gründung eines eigenen Beratungsangebots ein logischer Schritt. Dass sich Monate später auch große PR-Agenturen mit eigenen „grünen Ablegern“ schmückten, war für ihn Bestätigung seiner Geschäftsidee.

Von Geschäftsräumen im Münchner Stadtteil Nymphenburg aus berät die Agentur heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Startups unter anderem der Erneuerbaren Energien, der Umweltschutz- und Recyclingbranche sowie der Trinkwasseraufbereitung. Aber auch IT- und Industriekunden ergänzen das Kundenportfolio. GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION bietet ihren Kunden dabei keine anonyme und oft aufgeblähte Agentur-Struktur, sondern persönliches Know-how aus einer Hand – Stichwort „One face to the customer“. Für spezielle Bereiche wie beispielsweise Public Affairs arbeitet Brodmerkel jedoch mit ausgewiesenen Spezialisten zusammen, die je nach Aufgabenstellung der Kunden hinzugezogen werden können. Weitere Informationen finden Interessierte auf der zum Jubiläum neu gestalteten Website unter www.gruenewellepr.de.

Zum Fünffährigen beantwortet Frank Brodmerkel auch eine oft gestellte Frage zur Entstehung des Agenturnamens: „Grüne Welle ist für mich ein passendes Bild für die Aufbruchenergie der

grünen Themen, ob im Energiesektor oder der Umwelttechnologie. Wellenenergie ist ja allgemein sehr gewaltig und lässt sich nur schwer bremsen. Die Doppeldeutigkeit der ursprünglichen Bedeutung passt da auch: wer im Stadtverkehr vorankommen will, freut sich, wenn er der „grünen Welle“ folgen kann. Unser Agenturlogo kombiniert dabei die Welle für Ausbreitung mit einer Sprechblase für Kommunikation.“

Grüne Welle Kommunikation ist eine Kommunikationsagentur mit Sitz in München, die sich seit 2011 auf die Themenbereiche Cleantech, Erneuerbare Energien, Technologie und Umwelt sowie auf CSR-Kommunikation und Bürgerdialog spezialisiert hat. Der Inhaber Frank Brodmerkel verfügt als Kommunikationsprofi über fast 20 Jahre Berufserfahrung im Technologiebereich. Das Angebot der Agentur wendet sich vor allem an mittelständische Unternehmen und StartUps aus dem Technologieumfeld. Ein Themenschwerpunkt liegt auf der Bürgerkommunikation, Frank Brodmerkel ist auch Dozent zu diesem Thema an der Bayerischen Verwaltungsschule. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gruenewellepr.de

Pressekontakt:

Frank Brodmerkel

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION

Notburgastr. 3

80639 München

Tel: 089-203 494 94

Fax: 089-178 761 47

E-Mail: kontakt@gruenewellepr.de

Web: www.gruenewellepr.de

Seminar Nachhaltigkeitsberater 2.0: Nur noch wenige Plätze verfügbar. Jetzt anmelden!

geschrieben von GCB German Convention Bureau e.V. | 16. Mai
2019



Am 13. und 14. November 2014 startet das vom GCB organisierte Seminar „Nachhaltigkeitsberater 2.0“ in Frankfurt am Main. In diesen zwei Tagen lernen die Teilnehmer, wie man eine nachhaltige Veranstaltung beziehungsweise das Thema Nachhaltigkeit erfolgreich in seinem Unternehmen / Abteilung umsetzt. Schritt für Schritt werden den Teilnehmern die einzelnen Prozesse anhand von Beispielen erläutert. Beginnend mit dem Nachhaltigkeitsleitbild, der kritischen Betrachtung des eigenen Unternehmens, über die Implementierung eines Nachhaltigkeits-Managementsystems bis hin zur Erstellung eines

Nachhaltigkeitsberichts und der kommunikativen Nutzung von Nachhaltigkeitsthemen deckt das Seminar spezifisch für die Veranstaltungsbranche alle relevanten Bereiche von der Entwicklung bis zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ab.

Seminarinhalte

In den letzten drei Newsletter-Ausgaben haben wir Ihnen bereits die Teilbereiche „Nachhaltigkeitsleitbild“, „Nachhaltigkeits-Check“ und „Lieferanten-Audit (eventspezifisch)“ vorgestellt. Nun blicken wir auf die letzten beiden Inhalte des Seminars „Nachhaltigkeitskommunikation“ und „Reporting-/Monitoringsystem“.

Kapitel 4: Nachhaltigkeitskommunikation

Mit der guten alten PR-Weisheit „Tue Gutes und rede darüber“ ist es heute längst auch nicht mehr getan. Wenn es um Nachhaltigkeit geht, wollen Kunden ernst genommen werden und auf Augenhöhe kommunizieren. Sie fordern einen Dialog mit Unternehmen und dieser muss ehrlichen und authentischen sein. Gerade ökologische, soziale oder karitative Themen werden gesellschaftlich kontrovers diskutiert und müssen einer kritischen Betrachtung standhalten.

Zielsetzung:

- Gestaltung von möglichen Kommunikationsprozessen im Unternehmen (interne Kommunikation) und zwischen dem Unternehmen und seinen Stakeholdern (externe Kommunikation)
- Wie setze ich mit Nachhaltigkeitskommunikation Impulse, um Aufmerksamkeit im Markt bei meinen Kunden zu erreichen?

Kapitel 5: Reporting-/Monitoringsystem

Die Berichterstattung über Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation geworden. Das Unternehmen kann sowohl seine Leistungen und seinen Beitrag zur Förderung des ökonomischen Wachstums, des ökologischen Gleichgewichts und der sozialer Gerechtigkeit darstellen.

Zudem motiviert ein Nachhaltigkeitsbericht die Mitarbeiter eines Unternehmens und dient dazu neue, qualifizierte Mitarbeiter zu finden, die Wert auf einen verantwortungsbewussten und zukunftsfähigen Arbeitgeber legen.

Zielsetzung:

- Kennenlernen der Standards für Nachhaltigkeitsberichterstattung.
- Gestaltung von Bausteine für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts.

Kosten: Die Seminargebühren betragen € 1.250,00 zzgl. MwSt.

Anmeldung: Die online Registrierung sowie alle Informationen über das Seminar finden Sie auf unserer Website unter: www.gcb.de/nachhaltigkeitsseminar

Für weitere Informationen können Sie uns auch gerne direkt kontaktieren.

Ansprechpartnerin

Ilse Christine Schamun,

GCB German Convention Bureau e.V.

Tel: +49 (0) 69 – 24 29 30 11, E-Mail: schamun@gcb.de