

Anmeldung an Fax-Nr.: 0202-2492-138

Bitte bis zum 20. November 2004 zurücksenden.

- Hiermit melde ich mich verbindlich an, zum Unternehmergegespräch des Club of Wuppertal, am 01. und 02. Dezember 2004 im Wuppertal Institut.
- Die Teilnahmegebühr von 295,- Euro für Mitglieder des Club of Wuppertal bzw. 350,- Euro für Nicht-Mitglieder (inkl. Übernachtung und Verpflegung) habe ich überwiesen.
- Ich kann leider nicht teilnehmen.

Bankverbindung:

Club of Wuppertal e.V.  
Stadtsparkasse Wuppertal  
Stichwort: Unternehmergegespräch  
Konto Nr. 937 037  
Bankleitzahl 330 500 00

Absender:

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Firma/Institut

\_\_\_\_\_  
Anschrift

\_\_\_\_\_  
Telefon/Fax

\_\_\_\_\_  
Datum, Unterschrift

Kontakt:

Club of Wuppertal e.V.  
c/o Wuppertal Institut  
Alicja Darski  
42103 Wuppertal, Döppersberg 19  
Tel.: 0202-2492-192 Fax: 0202-2492-138  
Mail: [alicja.darski@wupperinst.org](mailto:alicja.darski@wupperinst.org)  
<http://www.club-of-wuppertal.org>

Kurzinformationen zu den Referenten

Tobias Cottmann, Berater für Nachhaltigkeitskommunikation, PLEON Kohtes Klewes GmbH.

Michael Kuhndt, geschäftsführender Gesellschafter, triple innova GmbH.

Dr. Christa Liedtke, Forschungsgruppenleiterin, Forschungsgruppe Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren des Wuppertal Institut und Vorstand des Club of Wuppertal.

Carsten Otte, Inhaber, Obsthof Otte.

Werner Preusker, Geschäftsführer, Arbeitsgemeinschaft PVC und Umwelt e.V. und Vorstand des Club of Wuppertal.

René Purwin, Inhaber, Agentur ConceptCommunication.

Ulrich Walter, Gründer und Geschäftsführer des Naturkostherstellers Ulrich Walter GmbH.

Jörg Weber, Gründer und Chefredakteur der ECOreporter.de AG.

Elisabeth Weyermann, Head of Marketing and PR, The Body Shop Deutschland



"Tue Gutes und verkaufe es besser -  
Marketingstrategien für zukunftsfähige Produkte"

11. Unternehmergegespräch  
des Club of Wuppertal  
am 01. und 02. Dezember 2004  
in Wuppertal

Club of Wuppertal e.V. - Forum zukunftsfähiger,  
mittelständischer Unternehmer

# "Tue Gutes und verkaufe es besser - Marketingstrategien für zukunftsfähige Produkte"

Kunden oder Konsumenten interessieren sich kaum dafür, unter welchen Rahmenbedingungen ein Produkt oder eine Dienstleistung hergestellt wird. Kaufboykotts gibt es nur dann, wenn eine Katastrophe passiert wie z.B. Brent Spa oder aber Missstände wie Kinderarbeit über die Medien aufgedeckt werden. Aufklärung über katastrophale Zustände in der Tierhaltung für den Fleischkonsum bringen gar keine nennenswerte Reaktion beim Konsumenten – hier ist die Aussage der Verkäuferin an der Fleischtheke: „Der Preis ist entscheidend, Fleisch von z.B. Weidehähnchen kann ich nicht verkaufen. Da gibt es keine Nachfrage“.

Dies zeigt deutlich: Bei Konsumprodukten ist allein der Preis ausschlaggebend. Das Motto gilt: „Geiz ist geil“. Dabei wäre doch erstrebenswert; „Geist ist geil, oder?“

Auf welchen Ebenen der Gesellschaft brauchen nachhaltigere Produkte und Dienstleistung flankierende Maßnahmen, damit sich das Konsumentenverhalten nicht nur auf den Preis konzentriert, sondern die Entstehung von Produkt und Dienstleistung gleichrangig kaufentscheidend werden?

Wir erleben: allein die Kräfte des Marktes reichen hier nicht, aus der Reparaturgesellschaft eine Vorsorgegesellschaft zu machen.

Deshalb steht das 11. Unternehmengespräch unter dem Motto: „Tue Gutes und verkaufe es besser“. Es soll helfen, dieses Dilemma zu ergründen, mit Anbietern zu diskutieren, seine eigenen Empfindungen als Verbraucher zu artikulieren und zu neuen, umsetzbaren Erkenntnissen zu kommen.

## Programm

Mittwoch, 01. Dezember 2004

Ort: Villa Media, Wuppertal

- 16.30 Uhr Interne Mitgliederversammlung des Club of Wuppertal
- 18.00 Uhr Kamingsgespräch mit Ulrich Walter  
*Geschäftsführer der Ulrich Walter GmbH*  
*„Tue Gutes und verkaufe es besser...“*
- 20.00 Uhr Gemeinsames Abendessen

Donnerstag, 02. Dezember 2004

Ort: Wuppertal Institut, Wuppertal

- 9.00 Uhr Begrüßung  
*Karl Fordemann, Vorstandsvorsitzender des Club of Wuppertal*
- 9.15 Uhr „Tue Gutes und berichte es besser...“  
*Michael Kuhndt und Dr. Christa Liedtke, triple innova GmbH und Wuppertal Institut*
- 10.00 Uhr Sustainability: Wirkungsvolle Kommunikation eines komplexen Themas -- Beispiele aus der Praxis  
*Tobias Cottmann, PLEON Kohtes Klewes*
- 10.45 Uhr Wahrhaftig aus der Senke geholt  
- 10 Jahre Kommunikation zur nachhaltigen Entwicklung von PVC  
*Werner Preusker, Arbeitsgemeinschaft PVC und Umwelt e.V.*

Donnerstag, 02. Dezember 2004

- 11.30 Uhr Kaffeepause
- 12.00 Uhr Corporate Social Responsibility by the Body Shop  
*Elisabeth Weyermann, The Body Shop Deutschland*
- 12.45 Uhr "Wen fasziniert schon Nachhaltigkeit?"  
*Jörg Weber, ECOreporter.de*
- 13.30 Uhr Mittagessen
- 14.15 Uhr Regionale Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten am Beispiel Obst und Gemüse  
*Carsten Otte, Obsthof Otte*
- 15.00 Uhr Marketing von Anfang an - eine Reise vom Produkt zum Abnehmer und zurück  
*René Purwin, ConceptCommunication*
- 15.45 Uhr Abschlussrunde
- 16.00 Uhr Ende der Veranstaltung