



media  nature
natürlich. marketing.

Die Spezialisten für Green Marketing.

Für eine bessere Umwelt.
Für Ihren Erfolg.

Was kann man
an einem Flyer
umweltfreundlich
machen?

Wie kann meine
Corporate Identity
grüner werden?

Kann man mit
Marketing CO₂
sparen?

Ist Print
oder Online
ökologischer?

Gibt es „Cradle
to Cradle“
Visitenkarten?

Wie macht man
einen Prospekt
nachhaltig?

Was ist eigentlich
Green Marketing?

Rechnet sich Green
Marketing für mich?



Marketing mit Sinn – wie es begann

Als Kind war Bio und Öko mein Schreck-Gespent! Als Sohn einer Bioladnerin waren Vollkornbrot, vegane Aufstriche & Co. mein täglicher Begleiter, auch in der Schule. Das Gute daran, mir ging das „immer auf Umwelt & Nachhaltigkeit achten“ ganz nebenbei in Fleisch und Blut über.

Beruflich startete ich mit einer Lehre bei einer Universalbank. Nach einigen Jahren als interner Coach sowie Berater für Onlinebanking und elektronischen Zahlungsverkehr war es Zeit für eine Veränderung. Mein Weg führte mich in die Selbstständigkeit, dem Finanzsektor blieb ich aber erst mal treu. Als Onlinemarketing-Berater half ich Unternehmen aus dem Finanzsektor und arbeitete hier mit Dienstleistern und Agenturen zusammen. Dabei fiel mir auf: es gab keine nachhaltig agierenden und ausgerichteten Marketing-Agenturen. Und das, was die Agenturen ablieferten, mit denen wir zusammen arbeiteten – das entsprach nicht meinen Erwartungen.

So gründete ich 2007 die nachhaltige Marketing-Agentur, die heute media4nature heißt. Seitdem machen wir

Werbung, Kampagnen und Aktionen, die, neben dem wirtschaftlichen Erfolg für unsere Kunden, einen ökologischen und/oder sozialen Mehrwert schaffen.

Marketing können viele Agenturen. Nachhaltigkeit nur wenige. Wir sind Spezialist in Marketing & Nachhaltigkeit.

***„Als Kind war Bio mein Schreck-Gespent.
Heute machen wir für unsere Kunden
erfolgreiches Green Marketing!“***



Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Hötzel'.

Unser Leitbild

01. Natürliche Ressourcen werden so effizient wie möglich eingesetzt. Ziel ist der geringstmögliche Ressourcen-Verbrauch.
02. Alle Marketinginstrumente sollen so produziert werden, dass sie möglichst zu 100% recycelt werden können, Stichwort „Cradle to Cradle“.
03. Durch unser Handeln soll Abfall weitestgehend vermieden werden, Stichwort „Zero Waste“.
04. Lieferketten und Transportwege wählen wir so effizient und regional wie möglich, für den geringstmöglichen CO₂-Ausstoß.
05. Die Auswirkungen unseres Handelns auf Umwelt und Klima sollen möglichst positiv sein. Negativ wirkende Maßnahmen gleichen wir aus.
06. Wir schützen und erhalten die Gesundheit aller Personen, auf die unsere Arbeit eine Auswirkung hat.
07. Wir nutzen Erneuerbare Energien, Bio- und Öko-Produkte und bevorzugen nachhaltig ausgerichtete Produzenten und Partner.
08. Unsere nachhaltigen Marketingmaßnahmen sind alle erfolgsorientiert und lohnen sich für unsere Kunden aus Kosten- / Nutzensicht.
09. Alle Mitarbeiter der Agentur verpflichten sich zur Einhaltung des nachhaltigen Gedankens. Bereits die Mitarbeiter-Auswahl erfolgt nach diesen Kriterien.
10. Alle Leitlinien gelten sowohl für unser eigenes Verhalten als Agentur media4nature als auch für die Arbeit mit unseren Kunden.

Möchten Sie mehr als „nur“ erfolgreiches Marketing? Wollen Sie nachhaltiges Marketing? Dann sind Sie bei media4nature richtig.



Mit Verantwortung zum Erfolg

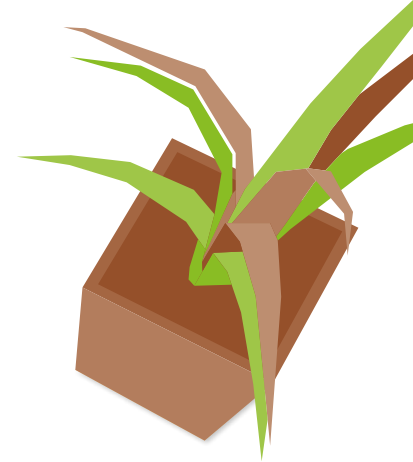
Nachhaltigkeit ins Marketing unserer Kunden zu bringen ist unser Ding! Wir verstehen uns als Marketingagentur mit Fokus auf Ethik, Ökologie und Nachhaltigkeit. Neben dem wirtschaftlichen Erfolg einer Maßnahme ist es uns wichtig, einen ökologischen und/oder sozialen Mehrwert zu schaffen.

Viele Jahre waren wir als Agentur allein auf weiter Flur. Ernteten teils irritierte Blicke von potenziellen Kunden, die mit Nachhaltigkeit so gar nichts am Hut hatten. Kunden, die nur auf die Kosten und den möglichen ROI schauten. Dann hieß es Überzeugungsarbeit leisten, um zu zeigen: Green Marketing zahlt sich für Sie aus!

2019 drehte sich der Wind. Dank Greta Thunberg und der Fridays-for-Future-Bewegung war Klimaschutz, Nachhaltigkeit und damit einhergehend auch die unternehmerische Verantwortung überall präsent. Unternehmen können es sich heutzutage nicht mehr leisten, auf Kosten der Umwelt und ihrer Mitmenschen Geschäfte zu machen.

Wir freuen uns, dass Corporate Social Responsibility, dass Nachhaltigkeit und Auswirken des eigenen Handelns aufs Klima immer wichtiger werden. Und zeigen gerne, welche positive Wirkung Marketing mit Mehrwert auf Ihr Unternehmen hat.

Unser Ziel als Marketingagentur: Sie, unseren Kunden, langfristig und nachhaltig erfolgreich zu machen.





Nachhaltigkeit und Green Marketing ...

- ✓ sind für Kunden als Kaufargument / Entscheidungskriterium wichtig*
- ✓ zahlen positiv auf das Image eines Unternehmens ein
- ✓ sind eine akzeptierte Rechtfertigung für höhere Preise
- ✓ sind nachprüfbare Qualitätskriterien
- ✓ senken im Unternehmen Kosten
- ✓ helfen dabei, Mitarbeiter zu finden und langfristig an das Unternehmen zu binden



**Wir liefern Ihnen:
Nachhaltigkeit mit Garantie**

*47% der Internet-Käufer weltweit haben schon einmal ein Produkt / eine Dienstleistung nicht gekauft, weil der Anbieter ihre persönlichen Werte verletzte (2019, emarketer.com). Der wichtigste Wert dabei war Nachhaltigkeit, gefolgt von Umweltschutz und Klimawandel.



Auf die richtige Strategie kommt es an – auch Grün ist eine Strategie

Wofür steht Ihr Unternehmen? Wie möchten Sie wahrgenommen werden? Ihre Zielgruppen, Ihre Kunden sollen Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen kennen & lieben lernen. Die Märkte wandeln sich immer schneller. Nachhaltigkeit ist längst kein Trendthema mehr. Doch wie schaffen Sie die Transformation hin zu einer grüneren und nachhaltigeren Unternehmens-Strategie?

Nachhaltigkeit hat immer mit Verantwortung zu tun. Wir helfen Ihnen im ersten Schritt herauszufinden, wie Ihre aktuelle Nachhaltigkeitsperformance als Unternehmen ist. Es geht, wie auch bei einer Marke, um Individualität. Was sind Ihre Stärken, was sind Ihre Schwächen. Und – ganz wichtig – wie können sich diese zu Stärken verwandeln. Wir unterstützen Sie dabei, Ihr nachhaltiges Profil zu schärfen. Und sich damit von der breiten Masse abzuheben.

Als Messgröße verwenden wir die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Die SDGs

haben den Vorteil, dass sie global, national, regional, und auf Ebene des Unternehmens anwendbar und praktikabel sind. Es handelt sich um 17 Ziele, woraus 17 Handlungsfelder im Unternehmen entstehen.

Passt perfekt zu einer nachhaltigen Markenausrichtung: Tue Gutes. Und rede darüber.

Tue Gutes, und rede darüber. Dieser Rat passt perfekt zu einer nachhaltigen Markenausrichtung. Wir helfen Ihnen dabei herauszufinden, wo Sie die größten nachhaltigen Hebel haben, stecken mit Ihnen Ziele fest und sorgen dafür, dass diese erreicht werden. Zugleich richten wir Ihre Kommunikationsmaßnahmen auf diese gesteckten Ziele aus. Eine authentische Strategie, passende Leitbilder und die Fähigkeit, als Unternehmen das eigene Handeln immer wieder zu reflektieren, sind die Zutaten für dauerhaften Erfolg.



1 KEINE ARMUT

2 KEIN HUNGER

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN

4 HOCHWERTIGE BILDUNG

5 GESCHLECHTERGLEICHHEIT

6 SAUBERES WASSER UND SANITÄREINRICHTUNGEN

7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM

9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR

10 WENIGER UNGLEICHHEITEN

11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN

12 NACHHALTIGE/RSUMSUND UND PRODUKTION

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

14 LEBEN UNTER WASSER

15 LEBEN AN LAND

16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE



ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Direktmarketing – das Sprachrohr zu Ihren Kunden

Bei vielen Branchen kommt es darauf an, aus der Ferne mit dem Kunden eine tragfähige Beziehung aufzubauen. Die Herausforderung liegt darin, kein direktes Feedback vom Kunden zu bekommen. Um hier erfolgreich zu sein, braucht es viel Erfahrung und Wissen. Wir konzipieren für unsere Kunden seit mehr als einem Jahrzehnt Direktmarketing-Maßnahmen. Sei es Print oder Online, eine Broschüre oder eine Website, eine Anzeige oder Digital-Ad – wir gewinnen und binden für Sie die Kunden, die Sie weiter bringen.

Die Kunst in dieser Marketingdisziplin ist es, aus der Ferne genau den Trigger zu erreichen, bei dem Ihr Kunde „Ja, will ich“ sagt. Da kommt es auf das Gesamtkonzept, den Text, das Layout genauso an wie auf die Umsetzung. So haben wir bei einem Kunden die Responsequoten seines Newsletters durch ein Neukonzept verdoppelt. Bei einem anderen Kunden wurden die Printmailing-Kosten um 40% gesenkt, bei gleichbleibender Umwandlungsquote.

Im Dialogmarketing lernt man als Erstes: mach dem Kunden die Antwort so einfach wie möglich. Deswegen liegen Printmailings oft Rücksendeküverts bei. Wir meinen,

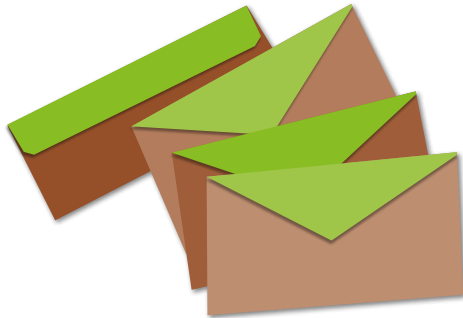




„unnötiges Papier, das zudem das Gewicht des Mailings erhöht“. Wäre es nicht toll, ein Kuvert zu haben, das man zweimal verwenden kann? Auf dem Weg zum Kunden mit Ihrer Werbesendung und zurück zu Ihnen mit dem ausgefüllten Antrag! Mit unserem Briefle ist das möglich.

Der wohl ökologischsten Briefumschlag der Welt. Er spart Ihnen Geld, der Umwelt Ressourcen und erleichtert Ihrem Kunden den Kauf.

*Ein zweimal verwendbares Kuvert –
hin zum Kunden mit der Werbesendung,
zurück mit dem ausgefüllten Antrag!
So sieht nachhaltiges Direktmarketing aus.*





Wir sprechen auch finanzdienstleisterisch

Als Marketingagentur sind wir für unterschiedlichste Branchen tätig. Um erfolgreiche Kampagnen zu konzipieren, muss die Agentur genau wissen, wie Kunden dieser Branche ticken. Gerade wenn es um rechtliche Fragen oder spezielles Know-how geht, muss man sich auskennen.

Wir haben über 40 Jahre Erfahrung aus unserer Arbeit in Banken, Bausparkassen und ökologischen Finanzdienstleistern. Und kennen daher auch die Sicht und die Bedürfnisse des Finanzdienstleistungssektors aus eigener Erfahrung. Außerdem wissen wir, wie aktuelle Vorschriften und Anforderungen der BaFin aussehen, und wissen, was aktuell in der EU zu Sustainable Finance diskutiert wird. Sie ersparen sich also lange Briefings.

Wie in jeder Branche, hat auch der Kunde eines Finanzdienstleisters ganz spezielle Wünsche und Bedürfnisse. Gerade das Thema Customer Experience wird von vielen Kunden bei ihrer Bank oder ihrem Finanzdienstleister vermisst. Und dann noch die ganzen Vorschriften und Regularien, die einengen und Abläufe nicht unbedingt kundenfreundlich machen ... So verliert man in der

Praxis schnell einmal den Kunden und seine Bedürfnisse aus den Augen.

Durch unsere Erfahrung auf beiden Seiten wissen wir, was Sie als unser Agenturkunde benötigen. Parallel haben wir aber auch immer Ihren Kunden im Blick. So konzipieren wir online oder offline Marketinginstrumente, die Ihren Kunden genau an dem Punkt der Customer Journey abholen, wo er/sie sich gerade befindet.

***BaFin, FinVermV, Sustainable Finance
auf EU-Ebene – wir sind auf dem
Laufenden. Und sind Experten darin,
Finanzprodukte zu vermarkten.***

Mit Sinn zu zufriedenen Kunden und Mitarbeitern

In vielen Branchen tobt heute nicht nur der Kampf um potenzielle Kunden, vielmehr gibt es ein Nadelöhr bei guten und loyalen Mitarbeitern. Das Recruiting neuer Arbeitskräfte stellt heute immer mehr Unternehmen vor immense Herausforderungen. Fachkräfte und erfahrene Führungskräfte werden überall händeringend gesucht.

Wie überzeugen Sie Ihre potenziellen Mitarbeiter aktuell von sich als Unternehmen? Bieten Sie überdurchschnittliche Bezahlung, was Banken und Versicherungen bisher als Hauptargument nutzten? Und doch sind die neuen Mitarbeiter nach ein paar Jahren schon wieder weg. Vielleicht weil ein Konkurrent noch mehr zahlt, vielleicht weil eine andere Branche interessanter erscheint ...

Kunden, genauso wie Mitarbeiter, suchen heute Unternehmen, mit denen sie sich identifizieren können und wollen. Daher ist eine nachhaltige Unternehmensausrichtung auch und gerade für das Recruiting Gold wert. 84 % der Bewerber finden es „wichtig“ oder „sehr wichtig“, dass ihr neuer Arbeitgeber Verantwortung übernimmt. Zeigen Sie, dass Ihnen Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter und das ökologische Gleichgewicht wichtig sind.





Wir helfen Ihnen dabei. Denn man findet potenzielle Mitarbeiter auch an Orten, an denen man es nicht erwartet. Das erfordert clevere neue Ideen, die oft viel günstiger sind als man im ersten Augenblick denkt. Das haben wir einem Kunden mit viel Kreativität auf unternehmenseigenen Digital-Ad-Flächen gezeigt.

Oder kennen Sie schon den Notizblock mit eingebauter Spendenfunktion für den Besprechungsraum der Vorstandsebene? Nein?

Wir haben ihn. Und noch viele weitere nachhaltige und erfolgreiche Ideen, wie Sie Ihre Mitarbeiter von morgen finden und binden.

Gerade beim Recruiting können sich Unternehmen mit CSR und Green Marketing positiv positionieren.



media4nature GmbH | Schlüterstraße 5 | 90480 Nürnberg

+49 (0) 911 - 80 17 580 | info@media4nature.de | www.media4nature.de

[f](#) @media4naturebg [t](#) @Agenturhund_K [i](#) @agenturhund_K [i](#) @dogs4future

