

# Nachhaltigkeit als Markenwert

Konzepte, Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele

5. *puls* Unternehmertag  
am 22. Oktober 2009 im Landratsamt Neumarkt

„Nachhaltigkeit als Markenwert“  
Erstpräsentation Studie  
*puls* Marktforschung

Gastgeber: Landkreis Neumarkt



Kooperationspartner:



## 5. *puls* Unternehmertag 22.10.09 - Einladung

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich darf Sie sehr herzlich zum 5. Unternehmertag in Neumarkt i.d.OPf. willkommen heißen und freue mich, dass unser Landkreis als Kongressort ausgewählt wurde. Das Motto dieses 5. Unternehmertages „Nachhaltigkeit als Markenwert“ passt sehr gut zum Veranstaltungsort. Unser Landkreis setzt bereits seit 1996 ein vom Gedanken der Nachhaltigkeit geprägtes Regionalentwicklungskonzept um. Dabei spielen insbesondere eine nachhaltige Energiewirtschaft sowie der Aufbau von regionalen Wirtschaftskreisläufen und eine nachhaltige Nahrungsmittelwirtschaft eine besonders wichtige Rolle.

In unserem Landkreis ist Nachhaltigkeit tagtäglich erlebbar. Wir freuen uns, dass in unserer Region besonders viele und innovative Unternehmen im Bereich der Umwelt-, Wasser-, Abwasser- und Energietechnik ihren Sitz haben. Zwei Träger des DBU-Umweltpreises zählen zu den Vorzeigeunternehmen unseres Landkreises. Insoweit verspricht dieser Unternehmertag für alle Teilnehmer ein informativer und interessanter Kongress zu werden.

Wir danken der *puls* Marktforschung GmbH und deren Kooperationspartner für die Ausrichtung des 5. Unternehmertages und wünschen allen Teilnehmern einen schönen Aufenthalt in Neumarkt i.d.OPf. mit vielen informativen Vorträgen und guten Gesprächen.



Albert Löhner  
Landrat Landkreis Neumarkt i.d.OPf



### Nachhaltigkeit gewinnt

Die ernste Nachricht zuerst: Die Zerstörung der Ökosysteme ist das größte Marktversagen der Welt, weil die Menschheit nicht mit den Kosten konfrontiert wird, die sie verursacht.

Die Chance: Kunden und Investoren denken radikal um und handeln: Wie wir aus unserer exklusiv für diesen Unternehmertag durchgeführten Marktforschungsstudie wissen, haben Produkte bzw. Marken mit sichtbarer Nachhaltigkeitskompetenz besondere Wachstums- und Ertragschancen. Das Zukunftsthema Nachhaltigkeit wird aber nur dann zur Marktchance, wenn es klug nach außen kommuniziert wird.

Deshalb sind wir überzeugt, dass wir mit hochkarätigen Praxisbeispielen und erstmalig vorgestellten Marktforschungserkenntnissen zum Thema „Nachhaltigkeit als Markenwert“ am *puls* der Zeit liegen.

Ich wünsche Ihnen einen inspirierenden Tag mit umsetzbaren Anregungen für nachhaltige Geschäfte!



Dr. Konrad Weißner  
General Manager *puls* Marktforschung GmbH



„Kunden honorieren Nachhaltigkeit, wenn sie als Markenwert klug kommuniziert wird.“

## 5. puls Unternehmertag 22.10.09 - Referenten



### **Albert Löhner**

Landrat  
Landkreis Neumarkt i. d. OPf.

*„Der Gedanke der Nachhaltigkeit erweist sich sowohl für die Region, als auch für die Unternehmen als wichtiger Zukunftsfaktor.“*



### **Dr. Roland Fleck**

berufsm. Stadtrat und Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg  
sowie Geschäftsführer des Forums Wirtschaft und Infrastruktur  
der Europäischen Metropolregion Nürnberg

*„Wirtschaft muss in Zukunft wieder nachhaltiger gedacht und praktiziert werden.“*



### **Markus Hinz**

Industry Head Automotive  
Google Germany GmbH

*„Suchen, Finden, Verantwortung übernehmen. Google versorgt tagtäglich Millionen Menschen mit Informationen und investiert 1% seines Firmenkapitals und eigene Mitarbeiterressourcen in nachhaltige Projekte.“*



### **Rolf Schumann**

Europageschäftsführer Better Place  
- Der weltweit erste Anbieter nachhaltiger Elektromobilität

*„200 years ago, many said abolishing the slave trade in Britain would destroy the economy. Instead, the economy launched the Industrial Revolution, the greatest creation of wealth. Again, it's time to make the world a better place.“*



### **Stefan Borbe**

General Manager BMW Marketing Strategy, Planning und Communication  
- Die laut Dow Jones Sustainability Index weltweit nachhaltigste Automobilmarke

*„Freude am Fahren wird durch nachhaltiges Handeln zukunftsfähig.“*



### **Wolfgang Lohbeck**

Klima- und Verkehrsexperte Greenpeace  
- geistiger Vater der Spritspartentechnologie SMILE

*„Premium ist überlebt: Die Zeit der status-trächtigen Dinosaurier ist unwiderruflich zu Ende.“*



### **Elke Fischer**

Gesellschafterin  
Plansecur

*„Nachhaltige Geld- und Kapitalanlagen sind durchaus auch mit Risiken verbunden. Fundierte Fachkenntnis ist sowohl für die Einschätzung der Marktrisiken elementar, wie auch der effektivste Schutz vor Etikettenschwindel.“*

## 5. *puls* Unternehmertag 22.10.09 - Referenten



### **Pater Anselm Grün**

Benediktinermönch  
Abtei Münsterschwarzach

*„Nachhaltigkeit setzt eine gute Beziehung zu mir selbst und zur Natur voraus. Daher braucht Nachhaltigkeit spirituelle Quellen, aus denen wir schöpfen, ohne erschöpft zu werden.“*



### **Kai Friedrich**

Leiter Privatkundengeschäft  
Cortal Consors S. A.

*„Nachhaltigkeit im Bankgeschäft bedeutet für uns auch Fairness und Transparenz - Werte, die bei den meisten Banken noch nicht gelebt werden.“*



### **Dirk von Vopelius**

Aufsichtsratsvorsitzender  
Schuster & Walter IT Gruppe

*„Wer Visionen hat, der solle zum Arzt gehen, postulierte ein ehemaliger Bundeskanzler. Für alle anderen stellt sich die Frage, wohin die junge Marke „Metropolregion Nürnberg“ nachhaltig weiterentwickelt werden kann.“*



### **Dr. Franz Ehrnsperger**

Öko Pionierunternehmer  
Neumarkter Lammsbräu

*„Das Reinheitsgebot für Bier beginnt für uns auf dem Acker. Nachhaltiges Management ist eine nachhaltige Aufgabe.“*



### **Dr. Hans Huber**

Vorstand Huber AG  
- Weltweit führendes Technologieunternehmen für Umweltschutz/ Wasseraufbereitung

*„Nachhaltiges Denken und Handeln ist der Erfolgsfaktor des mittelständischen Unternehmers.“*



### **Christof Stölzel**

Geschäftsführer VARIOTEC - Mehrfach ausgezeichnetes Vorzeigeunternehmen und Innovationsführer im Bereich energieeffizientes Planen, Bauen und Sanieren

*„Warum errichten wir immer noch „neue Altbauten“ und keine nachhaltigen, zukunftssicheren und energieautarken Gebäude?“*



### **Prof. Dr. Arnold Weissman**

Geschäftsführer Weissman & Cie. GmbH & Co. KG  
- Spezialist für wertorientiertes Management und Familienunternehmen

*„Die Grundlage jeder Beziehung ist Vertrauen. Vertrauen baut man lange auf, kann es aber schnell zerstören.“*

## 5. *puls* Unternehmertag 22.10.09 - Programm

- 08.30 Uhr Get Together
- 08.45 Uhr **Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor „unserer“ Metropolregion**  
Albert Löhner, Landrat Landkreis Neumarkt i.d.OPf  
Dr. Roland Fleck, berufsm. Stadtrat und Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg
- 09.15 Uhr **Nachhaltigkeit als Markenwert**  
Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH
- 09.45 Uhr **„Don't be evil“ - Nachhaltigkeit als Teil der Firmenkultur bei Google**  
Markus Hinz, Industry Head Automotive Google Germany GmbH
- 10.15 Uhr Kaffeepause ☕
- 10.45 Uhr **Nachhaltigkeit in der Automobilbranche – Realität, Wahrnehmung, Visionen**  
Rolf Schumann, Europageschäftsführer Better Place  
Stefan Borbe, General Manager BMW Marketing Strategy, Planning and Communication  
Wolfgang Lohbeck, Klima- und Verkehrsexperte Greenpeace
- 12.15 Uhr **Gemeinsames Mittagessen**
- 13.45 Uhr **Nachhaltigkeit zwischen Idealismus und Markterfolg**  
Elke Fischer, Gesellschafterin Plansecur  
Pater Anselm Grün, Benediktinermönch Abtei Münsterschwarzach  
Kai Friedrich, Leiter Privatkundengeschäft Cortal Consors S. A.
- 14.45 Uhr **Ist unsere Metropolregion eine Marke?**  
**Anspruch und Wahrnehmung – Ergebnisse des *puls* MetropolMonitors**  
Dirk von Vopelius, Aufsichtsratsvorsitzender Schuster & Walther IT Gruppe
- 15.00 Uhr **Nachhaltigkeit im Wirtschaftsraum Neumarkt**  
Dr. Franz Ehrnsperger, Öko Pionierunternehmer Neumarkter Lammsbräu  
Dr. Hans Huber, Vorstand Huber AG  
Christof Stölzel, Geschäftsführer VARIOTEC
- 16.00 Uhr **Agenda 2020: Was die besten Unternehmen morgen können müssen**  
Prof. Dr. Arnold Weissman, Geschäftsführer Weissman & Cie. GmbH & Co. KG
- 16.45 Uhr **Fazit und Verabschiedung der Teilnehmer**  
Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer *puls* Marktforschung GmbH
- Abschluss-Kaffee ☕



# 5. *puls* Unternehmertag 22.10.09 - Anmeldung

**Termin:** 22. Oktober 2009

**Tagungsort:** Landratsamt Neumarkt i. d. OPf.  
 Nürnberger Straße 1  
 92318 Neumarkt  
 Tel: 09 181/470-0  
 Fax: 09181/470-320  
 www.landkreis-neumarkt.de



**Kongressgebühr:** € 295,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer

**Hotelreservierung:** Unter dem Stichwort „5. *puls* Unternehmertag“ stehen Ihnen bis zum 7. Oktober 2009 in folgenden Hotels Zimmer zur Verfügung:

|                       |                          |                              |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
| <b>Hotel Mehl</b>     | <b>Tel: 09181/2920</b>   | <b>www.hotel-mehl.de</b>     |
| <b>Hotel Lehmeier</b> | <b>Tel: 09181/25730</b>  | <b>www.hotel-lehmeier.de</b> |
| <b>Hotel Wittmann</b> | <b>Tel: 09181/907426</b> | <b>www.hotel-wittmann.de</b> |

**Parkmöglichkeiten:** Volksfestplatz Woffenbacher Straße  
 Busshuttle: Hinfahrt: 7.30 - 8.45 Uhr; Rückfahrt: 16.30 - 18.00 Uhr

**Ansprechpartner:** Melanie Reißmann

**Anmeldung:** *puls* Marktforschung GmbH, Röthenbacher Str. 2, D-90571 Schwaig b. Nürnberg  
 Tel. 00 49/(0) 9 11/95 35 400, Fax 00 49/(0) 911/95 35 404,  
 rissmann@puls-navigation.de; www.puls-marktforschung.de

**Bei einer Stornierung bis 10 Tage vor der Veranstaltung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von EUR 50,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer. Bei späterer Absage müssen wir die volle Teilnehmergebühr berechnen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.**

Anmeldeschluss: 12. Oktober 2009

## Anfahrt



## Anmeldung - per Fax: 0911/9535-404

**Ja**, ich nehme teil am 5. *puls* Unternehmertag am 22. Oktober 2009 zum Preis von € 295,- zzgl. MwSt.

**Nein**, ich kann leider nicht teilnehmen, möchte aber gerne weitere Informationen von *puls* Marktforschung erhalten.

## Teilnehmer

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Firma</b>    |  |
| <b>Name</b>     |  |
| <b>Position</b> |  |
| <b>Adresse</b>  |  |
| <b>Telefon</b>  |  |
| <b>Fax</b>      |  |
| <b>E-Mail</b>   |  |