



Die Agentur mit den **zündenden Ideen!**

C&C
agency

Events
Incentives
Marketing
Creation
Communication

Wie können Events im Sinne ihrer Wirkung aber auch hinsichtlich ihres Umweltverbrauchs nachhaltiger werden?

Lasst uns einfach mal laut denken...

Untersuchungen der globalen Umweltsituation zeigen, dass wir in einer begrenzten Welt leben und neu lernen müssen, mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln auszukommen und diese nicht leichtfertig zu verschwenden. Diese Einsicht wird noch nicht von allen geteilt. Für viele ist nicht die Zukunft wichtig, sondern das unmittelbare Glück. Events bieten solche Glückskulissen und erleichtern den Weg der erlebnisorientierten Glücksuche, einem Fundament gemeinsam geteilter Werte.

Gibt es dennoch eine Schnittmenge zwischen einer Kultur der Nachhaltigkeit und einer Eventkultur? Wie kann man Brücken zwischen der so genannten Spaßgesellschaft und nachhaltiger Entwicklung bauen ohne als Spaßverderber abgestempelt zu werden?

Marketingevents im Bezug auf Werte zu diskutieren wird durch die wachsende Sensibilisierung der Öffentlichkeit notwendig. In einer Zeit in der es um existentielle Fragen der Zukunftsgestaltung geht, geraten Events mit ihrer Unernsthaftigkeit in der öffentlichen Meinung schnell ins Abseits. Themen und Werte werden dabei zu einem neuen Unterscheidungsmerkmal um das höchste Gut, die Aufmerksamkeit des Kunden.

Red Bull nutzt alle Marketingtools, auch Eventmarketing um der Zielgruppe die Werte wie Innovation, Nonkonformismus, Individualität und Selbstbewusstsein näher zu bringen. Events bilden bei Red Bull eine Basis für die Kommunikation der Brand Values. Entsprechend diesen Values werden auch Spotarten unterstützt und weiterentwickelt. Dabei setzt Red Bull auf langfristiges, nachhaltiges Engagement.

Der Otto Versand Hamburg ist ebenfalls ein Beispiel für Nachhaltigkeit und Ressourcennutzung als Teil der Firmenphilosophie. Die Lieferanten des Unternehmens verpflichten sich über einen Code of Conduct zur Einhaltung gewisser sozialer Mindeststandards. Otto gehört zu den in der Öffentlichkeit prominentesten Unternehmen mit einem positiven Image in diesem Bereich. Dadurch wird die Marke Otto stark mit Vertrauen aufgeladen. Zu diesem Zweck erstellt Otto einen Nachhaltigkeitsbericht, der an die Medien und an die Kunden geht.



Die Agentur mit den **zündenden Ideen!**



Singuläre Ereignisse versprechen keinen Erfolg mehr. Unternehmen und Institutionen müssen in ein kulturelles Wertesystem eingebunden sein. Daher ist es auch Aufgabe der Eventagenturen als strategischer Berater für Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit zu fungieren. Wie bleibe ich bei meiner Zielgruppe langfristig in Erinnerung und wie erhalte ich die Substanz der öffentlichen Güter wie beispielsweise intakte Natur. Es geht dabei um Themen wie Umweltschutz und optimale Ressourcennutzung bei Events aber auch um Gesamtkonzepte für die Nachhaltigkeit eines Unternehmens.

Cornelia Janisch

Geschäftsführerin C&C Agency
Sautergasse 20/3, A-1170 Wien
Tel:+43/1/ 641 42 60-20
c.janisch@cc-agency.com