14.10.2020

UMDENKEN: REICHT NICHT AUCH EINE MATERIALLIEFERUNG PRO WOCHE?

Bereits im November 2019 appellierte AkzoNobel-Vertriebsleiter Benjamin Burkard an die rund 750 Teilnehmer und Betriebe der Acoat Selected Management-Konferenz, das Thema Nachhaltigkeit in ihr Geschäftsmodell zu integrieren.

„WIR GEBEN CO2NTRA“

Mit der Nachhaltigkeitskampagne „CO2NTRA“ will der Lackhersteller nun seine Partnerbetriebe dabei unterstützen, ökologisch zu handeln. Wie das funktionieren soll, erklärte Benjamin Burkard bereits vergangenes Jahr: „Die Betriebe erhalten mehrmals wöchentlich Materiallieferungen – hier wollen wir ansetzen. Denken wir gemeinsam darüber nach, ob eine Lieferung pro Woche nicht vielleicht ausreichend wäre.“

FESTER LIEFERTERMIN

Ziel ist es laut dem Lackhersteller, einen festen Liefertag zu definieren. So wolle man Verpackungen und ganz besonders Emissionen einsparen. „Der Betrieb kann so oft und viel bestellen wie gewünscht, geliefert wird aber nur an einem fix vereinbarten Wochentag. Sollte es dabei außerplanmäßig mal zu einem Engpass kommen, weil zum Beispiel ein unerwarteter Großauftrag reinkommt, dann sind wir weiterhin flexibel und liefern die benötigte Ware selbstverständlich aus“, erklärt Marketing-Chef Simon Handke auf Nachfrage von schaden.news.

40.000 BÄUME IN EINEM JAHR

Weil neben der Einsparung von Emission vor allem das aktive Aufforsten CO2 kompensiert, honoriert AkzoNobel die Teilnahme an dem Programm mit Baumpflanzungen über die Initiative „Plant for the planet“. „Im Namen des teilnehmenden Betriebes spenden wir jede Woche einen Baum. Denn es ist wissenschaftlich erwiesen, dass die Aufforstung den Klimawandel signifikant aufhalten kann“, erklärt Simon Handke.
Das selbsternannte Ziel des Lackherstellers: 40.000 Bäume in einem Jahr pflanzen.

MARKETINGPAKET FÜR PARTNERBETRIEBE

„Betriebe dürfen Nachhaltigkeit nicht als Einschränkung verstehen, sondern sollten diese als Chance begreifen“, appellierte Benjamin Burkard schon 2019 in Frankfurt. Heißt konkret: Die Aktion gibt Werkstätten die Möglichkeit, sich gegenüber ihren Kunden als umweltbewusstes und ökologisch nachhaltiges Unternehmen zu präsentieren. Damit das gelingen kann, stellt AkzoNobel den am CO2NTRA-Programm teilnehmenden Werkstätten ein Marketingpaket zur Gestaltung des Empfangsbereiches im Co2ntra-Look zur Verfügung. Dazu gehören unter anderem ein Aufsteller mit Endkunden-Flyer, Poster, ein Set Kaffeetassen sowie Spiegelaufhänger. Bei Interesse können sich Betriebe mit ihrem AkzoNobel-Außendienst in Verbindung setzen.

Carina Hedderich