



# Ausbildung zum Chief Sustainability Officer

Nachhaltige Unternehmensführung: Green Marketing,  
Green Branding

**bitkom**  
akademie

# Ausbildung zum Chief Sustainability Officer

Nachhaltige Unternehmensführung: Green Marketing, Green Branding

## Kurzbeschreibung

Die Welt ist im Umbruch – politisch, gesellschaftlich und hinsichtlich der natürlichen Ressourcen. Immer mehr Menschen und Institutionen legen bei ihren Kaufentscheidungen Kriterien zugrunde, die im weiteren Sinne auf Nachhaltigkeit einzahlen. Um den Anforderungen der **Wirtschaft, der Ökologie und des Sozialbereichs (Triple Bottom Line)** gerecht zu werden, ist es sinnvoll, **das Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit** im Unternehmen umzusetzen. Gleichzeitig werden u. a. mit dem **Lieferkettengesetz** weiterführende Erfordernisse definiert und mit den **ESG-Kriterien** (Environment, Social, Governance) anspruchsvolle Erwartungen seitens der Kunden und weiterer Stakeholder an Unternehmen formuliert.

In diesem Zertifikatslehrgang lernen Sie, wie Sie souverän auf den **Nachhaltigkeitstrend** reagieren können. Darauf aufbauend können durch Ihr **Marketing** und Ihre **Markenführung** die bereits erreichten Ergebnisse sowie weiterführende Ziele in Ihre Kommunikation nach innen und außen einfließen. Für diese übergreifenden Aufgabenstellungen wird häufig bereits ein **Chief Sustainability Officer** in den Unternehmen installiert.

## Inhalt

- Daten und Fakten zur Notwendigkeit einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmensführung
- Instrumente zur Erkennung von Handlungsnotwendigkeiten und zur Entwicklung von konkreten Maßnahmen
- Vorstellung des ganzheitlichen Konzepts der Kreislaufwirtschaft und seiner Einsatzbereiche
- Handlungsfelder und Beispiele für eine nachhaltige Unternehmensführung und eine grüne Markenführung
- Monitoring und Steuerungsinstrumente zur Sicherstellung einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Überblick über neue Verantwortlichkeiten und Rollen für nachhaltige Unternehmensstrategien: der Chief Sustainability Officer bzw. der Manager ökologische Transformation

## Was lernen Sie in diesem Zertifikats-Programm?

Gemeinsam mit dem Referenten beschäftigen Sie sich mit den **Herausforderungen**, mit denen sich Anbieter im Wettbewerb um die Kunden heutzutage auseinandersetzen müssen. Sie diskutieren und wenden verschiedene Instrumente an, um konkrete Handlungsideen zur Erschließung von Nachhaltigkeitspotenzialen entlang der gesamten **Wertschöpfungskette** zu erarbeiten. Zudem beschäftigen Sie sich mit der **Attitude-Behavior-Gap** und ergründen das Kaufverhalten Ihrer Kunden. In der Gruppe wenden Sie zudem verschiedene Tools und Konzepte an, um eine nachhaltige Unternehmensführung durch **Monitoring und Controlling** dauerhaft im Unternehmen zu verankern.

# Ausbildung zum Chief Sustainability Officer

Nachhaltige Unternehmensführung: Green Marketing, Green Branding

## Zielgruppe

Dieses **Qualifizierungsangebot** richtet sich an alle **Verantwortungsträger**, die in ihren Unternehmen eine Ausrichtung auf eine nachhaltige „grüne“ Unternehmensführung vorantreiben möchten. Außerdem sind auch alle **Führungskräfte** angesprochen, die in den Bereichen **Beschaffung, Produktion, Logistik, HR, Marketing** und **Vertrieb** Verantwortung für eine nachhaltige Unternehmensführung tragen oder übernehmen möchten.

## Didaktischer Aufbau

In diesem auf **Dialog** ausgerichteten Seminarkonzept wechseln sich **Impulsvorträge, Präsentationen, Gruppenarbeiten** und **Diskussionen** immer wieder ab. Sie haben hier kontinuierlich die Möglichkeit, **Ihre eigenen Fragestellungen und Herausforderungen** in den gemeinsamen Lernprozess einzubringen. Gerade aus der **Diskussion mit Teilnehmenden** aus verschiedenen Unternehmen und Branchen werden häufig spannende Ideen entwickelt.



## Zusatzinformationen

- Das Seminar verfügt über eine begrenzte Teilnehmerzahl von 15 Personen. Unsere Dozenten können dadurch gezielt auf individuelle Fragestellungen eingehen.
- Das Seminar kann erst ab einer Mindestteilnehmerzahl von 7 Personen stattfinden.
- Das Programm verteilt sich auf insgesamt drei Tage. Basierend auf den Inhalten der ersten beiden Tage bearbeiten Sie eine Transferaufgabe mit Bezug auf Ihr Unternehmen. Darin können Sie herausarbeiten, welche Herausforderungen und welche Lösungsansätze zur nachhaltigen Unternehmensführung in Ihrem Unternehmen bestehen. Diese Transferarbeit wird am 3. Seminartag präsentiert und diskutiert.
- Die Bitkom Akademie ist [anerkannter Bildungsträger in Baden-Württemberg](#) und [Nordrhein-Westfalen](#). Teilnehmer haben im Rahmen des Bildungszeitgesetzes die Möglichkeit, Bildungsurlaub bzw. eine Bildungsfreistellung zu beantragen.
- Auf Anfrage erstellen wir Anträge auf Anerkennung unserer Seminarveranstaltungen auch in anderen Bundesländern.

# Seminarprogramm

Ausbildung zum Chief Sustainability Officer

TAG  
1

## Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung, im Marketing und in der Markenführung

- „Nachhaltigkeit“ und „grünes Marketing“ – was ist damit genau gemeint?
- Spannende Studienergebnisse zu den Erwartungen verschiedener Stakeholder in Richtung „Nachhaltigkeit“
- Herausforderung: Umgang mit dem Attitude Behavior Gap – dem Auseinanderfallen von Worten und Taten

## Gesetzliche Rahmenbedingungen und Anforderungen in Richtung Nachhaltigkeit

- ESG-Kriterien und deren praktische Umsetzung
- Auswirkungen des Lieferkettengesetzes auf die eigenen Supply Chain
- Anforderungen an die Umsetzung einer Kreislaufwirtschaft (Circular Economy)

## Integration von Nachhaltigkeits-Konzepten in die Purpose-Definition von Unternehmen

- Purpose-Definition für eine nachhaltige Unternehmensführung
- Anforderungen einer Purpose-Definition
- Purpose im Unternehmen „mit Leben“ füllen

TAG  
2

## Identifikation von Nachhaltigkeits-Potenzialen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Value Chain)

- Konzepte zur Ermittlung von Nachhaltigkeit-Potenzialen in der eigenen Value Chain
- Konkrete Ansätze zur Steigerung der Nachhaltigkeit in Beschaffung, Produktion und Logistik
- Handlungsfelder zum Einstieg in die Kreislaufwirtschaft

## Erschließung von Nachhaltigkeits-Potenzialen im Marketing und bei der Markenführung

- Marketing – Impulsgeber, Treiber und Kommunikator einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Handlungsfelder der grünen Markenführung
- Beispiele einer grünen Markenführung im B2C- und B2B-Markt

## Don'ts bei einer nachhaltigen Unternehmensführung

- Fehler, die bei einer nachhaltigen Unternehmensführung zu vermeiden sind
- Vermeidung von Purpose-Washing und Green-Washing
- Lernen von gescheiterten Konzepten

## Monitoring und Controlling zur Sicherstellung einer nachhaltigen Unternehmensführung

- Instrumente für das Monitoring und Controlling der Nachhaltigkeitserfolge
- Ziele und Meilensteine für den Entwicklungsprozess
- KPI-Dashboard zur Unterstützung des Controllings des Nachhaltigkeitsprozesses

TAG  
3

## Entwicklung einer „Green Journey“ für das eigene Unternehmen

- Ideale Startpunkte für die eigene Green Journey
- Konzepte zur frühzeitigen Einbindung wichtiger Stakeholder
- Einbindung von Partnern, Institutionen etc. zur Unterstützung des Change-Prozess

## Präsentation und Diskussion der Transferarbeiten

- Vorstellung der Transferarbeiten im Plenum
- Diskussion der präsentierten Inhalte

# Ihr Referent



## Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer

**Professor für Marketing, Trainer, Coach und Marketing und Management Consultant  
Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin**

Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer ist seit 2005 **Professor für Marketing** an der Hochschule für Wirtschaft und Recht/Berlin School of Economics and Law. Parallel ist er als **Trainer, Coach** sowie als **Marketing und Management Consultant** tätig. Er war 15 Jahre in verschiedenen **Führungspositionen** bei **Bertelsmann** (letzte Position Direktor des Auslandsbereichs einer Tochtergesellschaft), bei der **Deutschen Post** und bei **Volkswagen** (jeweils als Geschäftsführer einer Tochtergesellschaft) tätig, bevor er 2005 zum Professor für Marketing berufen wurde.

Prof. Kreutzer hat durch regelmäßige Publikationen und Keynote-Vorträge (u.a. in Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Belgien, Singapur, Indien, Japan, Russland, USA) maßgebliche Impulse zu verschiedenen Themen rund um Marketing, Dialog-Marketing, CRM/Kundenbindungssysteme, Database-Marketing, Online-Marketing, Social-Media-Marketing, Digitaler Darwinismus, Digital Branding, Dematerialisierung, Change-Management, digitale Transformation, Künstliche Intelligenz, Agiles Management, strategisches sowie internationales Marketing, nachhaltige Unternehmensführung, Kreislaufwirtschaft, Green Marketing/Green Branding gesetzt und eine Vielzahl von Unternehmen im In- und Ausland in diesen Themenfeldern beraten. Zusätzlich ist Prof. Kreutzer als Trainer und Coach im Einsatz.

# Shortfacts



## Termine, Preise und Veranstaltungsorte

Bitte entnehmen Sie aktuelle Informationen hierzu Website der [Bitkom Akademie](#).

**Kontaktieren Sie uns – wir beraten Sie gern.**

Bitkom Akademie | Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin  
T 030 27576-540 | [info@bitkom-akademie.de](mailto:info@bitkom-akademie.de)  
Weitere Seminare finden Sie unter [www.bitkom-akademie.de](http://www.bitkom-akademie.de)

**bitkom**  
akademie