



zu promotende Produkt. Umso mehr sehen wir hier die Wichtigkeit unserer Rolle in der Beratung, dies für die Zukunft zu fördern.

medianet: *Apropos junge Zielgruppe – meinen Sie damit in erster Linie Ihre Mitarbeiter oder die Personen, an die sich die Promotions richten?*

Huber: Sowohl als auch. Für die easystaff – so nennen wir unsere Mitarbeiter – positionieren wir uns als modernes und weit-sichtiges Unternehmen, und die Kunden unserer Kunden sollen sehen, dass der Marke bzw. dem Unternehmen Ressourcenschonung am Herzen liegt.

medianet: *Wie sieht der Green Promotion-Service konkret aus?*

Huber: Wir unterstützen in beratender Funktion und kon-

zipieren gemeinsam mit dem Kunden nachhaltige Promotion-Kampagnen.

medianet: *Was genau ist grüner als bei klassischen Promotions?*

Matthias Welzl: Ein großer Punkt ist die Messbarkeit. Klar könnte man einfach sagen, wir kaufen nachhaltiger ein, aber am Ende muss man eben auch wissen, was unterm Strich herauskommt. Deshalb haben wir ein eigenes Tool entwickelt, das den Fußabdruck unserer Promotions berechnet und zeigt, wo wir noch einsparen können. Der Kunde bekommt am Ende genau aufgeschlüsselt, welche Emissionen entstanden sind, wie viel im Vergleich eingespart wurde, und er kann, wenn er will, den letzten Rest an CO₂ dann noch selbst kompensieren.

medianet: *Wie werden die Mitarbeiter geschult?*

Welzl: Wir haben mit Thinkubator einen Online-Workshop konzipiert. Damit können wir österreichweit unsere Mitarbeiter entsprechend vorbereiten und garantieren, dass wir CO₂ sparen und Reisekosten vermeiden.

medianet: *Gibt es besondere Schulungen für die Mitarbeiter in der Kundenberatung und die Promotoren?*

Welzl: Die Kundenberatung im Verkauf bzw. in der Projektanbahnung wird von der Unitleitung der Fachabteilung übernommen. Diese hat sich eingehend mit der Thematik beschäftigt und mit dem externen Partner Tools entwickelt, um die Messbarkeit hervorzuheben und transparent zu gestalten. Spezifische Schulungen für die Promotoren werden mit den jeweiligen Kunden spezifisch und individuell vor Projektstart konkretisiert.

medianet: *Wie wurde bzw. wird das Projekt Green Promotion firmenintern kommuniziert und etabliert?*

Huber: Anfangs wurde gemeinsam mit der Geschäftsführung eine Task Force gegründet, die mit dem Expertenteam von Thinkubator die Inhalte erarbeitet und konkretisiert hat. Danach wurde das Projektleiterteam unserer Fachabteilung „Promotion Services“ als Testballon aktiviert und die interne Schulung erstmalig durchgeführt. In weiterer Folge sollen die Inhalte an alle internen Mitarbeiter kommuniziert und dann auf die ganze Datenbank und andere Abteilungen ausgerollt werden.

medianet: *Lässt sich abschätzen, welchen Anteil am ökologischen Fußabdruck von Promotions easystaff mit dem grünen Ansatz direkt beeinflussen kann?*

”

Wir werden mittel- bis langfristig versuchen, all unsere Kunden dahingehend zu beraten, dass die nachhaltige und CO₂-schonende Umsetzung in den Vordergrund zu rücken ist.

Gerhard Huber
Geschäftsführer
easystaff

“

Huber: Das Ausmaß des Fußabdrucks korreliert mit der Größe bzw. Reichweite der jeweiligen Promotion. In erster Linie ging es uns daher darum, die Messbarkeit der verschiedenen Bestandteile der Promotion sichtbar zu machen und somit an den CO₂-treibenden Punkten anzusetzen. In Folge werden wir laufend schonendere Alternativen suchen.

Welzl: Unsere Analysen haben gezeigt, dass Bekleidung, Reinigung und Entsorgung von Material oder Restware zu den wesentlichen CO₂-Treibern zählen. Bei unserem Ansatz geht es nicht nur darum, den Müll ordnungsgemäß zu entsorgen – das machen wir jetzt auch schon –, sondern die Entstehung von Müll weitgehend zu vermeiden.

medianet: *Welche konkreten Ziele haben Sie sich bei dem Projekt Green Promotions gesetzt?*

Huber: Auch wenn es sehr optimistisch scheint, wollen wir sämtliche Promotions als Green Promotion, sprich CO₂-neutral, anbieten. Wir werden mittel- bis langfristig versuchen, all unsere Kunden dahingehend zu beraten, dass die nachhaltige und CO₂-schonende Umsetzung in den Vordergrund zu rücken ist. Wir sind alle gefordert, unsere Kräfte zu bündeln, um in möglichst viel Bereichen dem Planeten Gutes zu tun.