

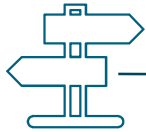
# Warum müssen Unternehmen in der Klimakommunikation aktiv sein?

# Argumente für breitere Kommunikation



# Wie verankert man Klimakommunikation ins Marketing und in die Werbung?

# Spielarten



## 1. Erweiterung bestehender Werbestrategien

- Abstraktion von Produktinhalten auf höhere Ebene
- Einordnen von Produkten in größere Strategie
- Produkt-positionierung



## 2. Erweiterung auf andere Medien

- Neue Formate, um neue Inhalte zu präsentieren
- Andere Medien für ev. komplexere Inhalte geeigneter



## 3. Kollaboration mit Anderen

- Testimonials
- Externe Partner (Wissenschaft)
- Branchenstrategie



## 4. Platzierung außerhalb des eigenen Werbewirkungskreises

- Firmenpositionierung außerhalb klassischer Werbeformate
- Kooperation in Sujets anderer, ev. überhaupt jenseits klassischer Werbung

Unternehmenseigene Werbung

Externe Positionierung