



Forum Nachhaltiger Konsum 2025
am 27. Februar 2025

Johanna Terry & Katrin Schneikert

GREEN CLAIMS

“Ein Thema nur für die
Marketingabteilung?”

Eine Diskussion zu praktischen Lösungsansätzen für die
Herausforderungen der internen Prozesse und Zusammenarbeit

Umweltaussagen – ein Schwergewicht im Marketing

- 52 Prozent der befragten Unternehmen nutzen in ihrer Kundenkommunikation derzeit grüne Claims, also werbliche Aussagen in Zusammenhang mit Umwelt und Nachhaltigkeit.

Damit bedienen sie eine große Nachfrage...

- für 76 Prozent der befragten Konsumenten ist nachhaltiges Einkaufen wichtig.

- 🔍 Quelle: NIM – Nürnberger Institut für Marktentscheidungen aus Studie „Greenwashing vs. Greenacting“ 2023
- 🔍 <https://www.nim.org/publikationen/detail/greenwashingvs-greenacting>

GREEN CLAIMS ... nicht immer offensichtlich!

Materialzusammen-
setzung

Labels & Logos auf
Produkten

„Farbegebungen mit
Umweltbezug“

Werbeaussagen mit
Grafikelementen

Produktnamen

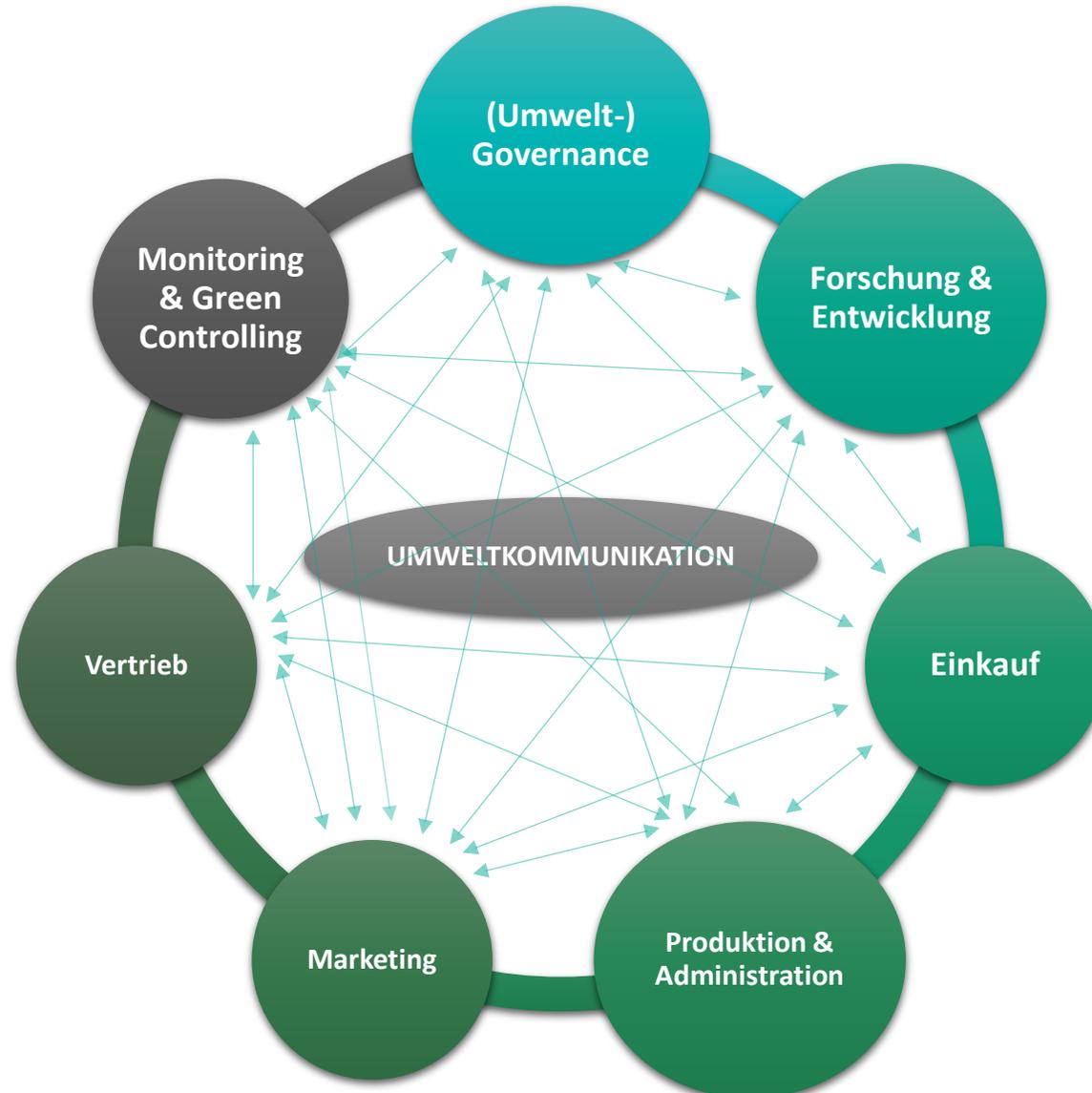
Werbematerialien

Nachhaltigkeitsziele/
Strategien



Green Claims – ein Prozessthema

- **Strategische Verankerung**
- **Vernetzung**
- **Verantwortlichkeiten**
- **Daten**
- **Dokumentation**
- **Kommunikation**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Unternehmen:

NovaLoop GmbH

Otto-Lilienthal-Straße 36
71034 Böblingen
Deutschland

Tel.: +49 7031 2090 790
Fax: +49 7031 4290 368

hello@novaloop.de

www.novaloop.de

Referentinnen:

Johanna Terry

jterry@novaloop.de

Katrin Schneikert

kschneikert@novaloop.de

Fachbereiche:

Umweltkommunikation & Material Compliance