




A photograph of a bright blue sky filled with soft, white, wispy clouds. A thin, solid green line runs diagonally across the frame from the bottom left towards the top right. The text "Taten statt warten." is written in a white, sans-serif font, positioned above the green line and following its diagonal path.

Taten statt warten.

bioculture ist eine Full-Service-Werbeagentur, die seit 2003 auf umweltbewusstes Marketing spezialisiert ist. Umfassendes Marketing-Knowhow, die hohe Affinität zur ökologischen Branche und deren Zielgruppen sowie fundierte Kenntnisse über den Markt und über umweltbewusste Produktionsprozesse zeichnen uns aus.



Nicht erst seitdem renommierte Studien dies belegen, sind wir überzeugt davon, dass umweltbewusstes Marketing für Unternehmen bereits heute ein entscheidender Erfolgsfaktor ist. Dessen Relevanz wird in den nächsten Jahren extrem zunehmen.
Auch für Sie.

“Wenn Sie langfristig im Markt Chancen haben wollen, müssen Sie umweltbewusst wirtschaften. Sonst finden Sie weder gute Mitarbeiter, noch will jemand Ihre Produkte kaufen.“

Helmut Sihler (*1930), östr. Topmanager, 1980-92 Vors. d. GF Henkel KGaA



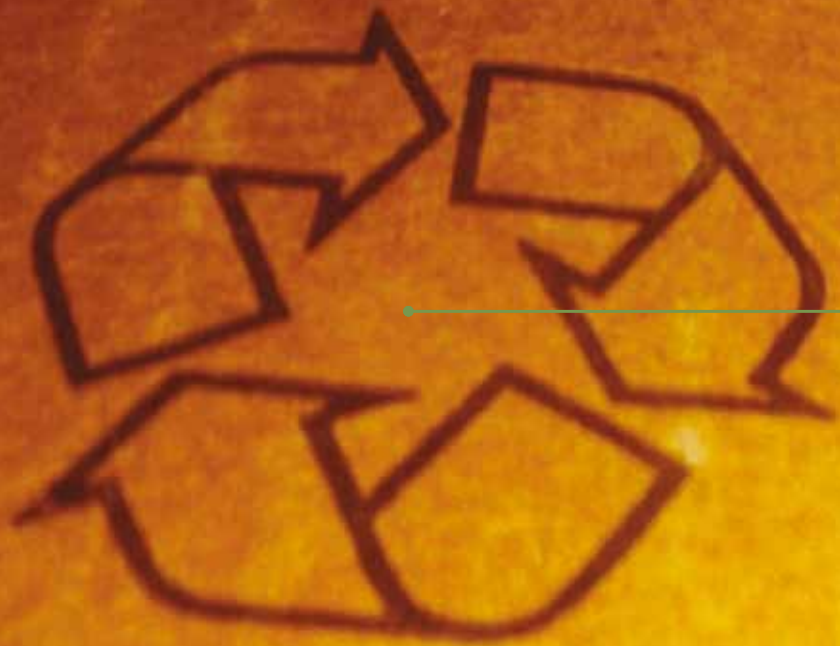
Wer über seinen Tellerrand hinaus schaut, erkennt seit einigen Jahren die Orientierung in Richtung ökologisches Denken und Handeln in unserer Gesellschaft. Nicht regenerierbare Ressourcen wie Öl und Kohle werden durch erneuerbare Energiequellen wie Sonne, Wind und Wasser ergänzt und ersetzt. Im Immobilienmarkt sind Niedrigenergie- bzw. Passivhäuser gefragt, Bioprodukte verdrängen Fertiggerichte im Supermarktregal, die Automobilindustrie arbeitet fieberhaft an alternativen Antriebstechniken wie Wasserstoff- oder Hybridmotoren, der MBA-Studiengang „Sustainable Management“ mit Schwerpunkt auf ökologischen und sozialen Aspekten hat sich etabliert, und Anlagefonds investieren verstärkt in nachhaltig wirtschaftende Unternehmen ...

Kein Zweifel: Es mehren sich die Anzeichen für fundamentale Veränderungen.

Innovative Unternehmen erkennen diese Entwicklungen und behaupten sich mit Öko- und Nachhaltigkeits-Marketing im Wettbewerb.



Nur wer vordenkt, bleibt vorn.



Mit kommerziell orientiertem Marketing wurde in den letzten Jahrzehnten ein hohes Konsumniveau erreicht – ohne allerdings die damit verbundenen negativen Konsequenzen für die Umwelt zu berücksichtigen. Für einen langfristigen Unternehmenserfolg ist es jedoch unumgänglich, dass sich Unternehmen zunehmend ihrer Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft stellen. Sowohl Verbraucher als auch Investoren interessieren sich verstärkt für das umweltbewusste Denken und Handeln von Unternehmen. Das verändert die Rahmenbedingungen im Markt: Nachhaltigkeit wird zum Erfolgsfaktor.

→ Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor.

Die Einführung, Aufrechterhaltung und Kommunikation einer glaubwürdigen, umweltbewussten Grundhaltung im Unternehmen ist eine Marktchance. Wer sie nutzt, stellt fest, dass sie dazu beiträgt, das Unternehmensimage in der Öffentlichkeit erheblich zu verbessern. Neben der Umsetzung dieser Aspekte gilt es, das individuelle Konzept eines Unternehmens aufzustellen – und genau dabei hilft Ihnen bioculture.



Öko ist mehr als ein Trend.

Ökologisches Denken ist modernes, zukunftsorientiertes Denken. Denn unser hoher Lebensstandard lässt sich auch für nachfolgende Generationen nur durch nachhaltigen, bewussten Umgang mit der Umwelt erhalten. Die Zeiten, in denen Umweltbewusstsein mit Verzicht und einem erhobenen Zeigefinger verbunden wurde, sind endgültig vorbei. Und auch Fußbettsandalen, Latzhosen und politische Parolen gehören längst der Vergangenheit an. Deshalb gilt es, auch im Marketing eine neue Qualität der ökologischen Werte zu positionieren. Das heißt jedoch nicht, dass Sie auf strahlende Farben und Hochglanzpapier verzichten müssen. Mit Kreativität und Weitsicht zeigen wir Ihnen, wie das geht.

„Lassen Sie uns alles daransetzen, dass wir der nächsten Generation, den Kindern von heute, eine Welt hinterlassen, die ihnen nicht nur den nötigen Lebensraum bietet, sondern auch die Umwelt, die das Leben erlaubt und lebenswert macht.“

Richard von Weizsäcker (*1920), dt. Politiker (CDU), 1984-94 Bundespräsident



Hochglanz mit gutem Gewissen.

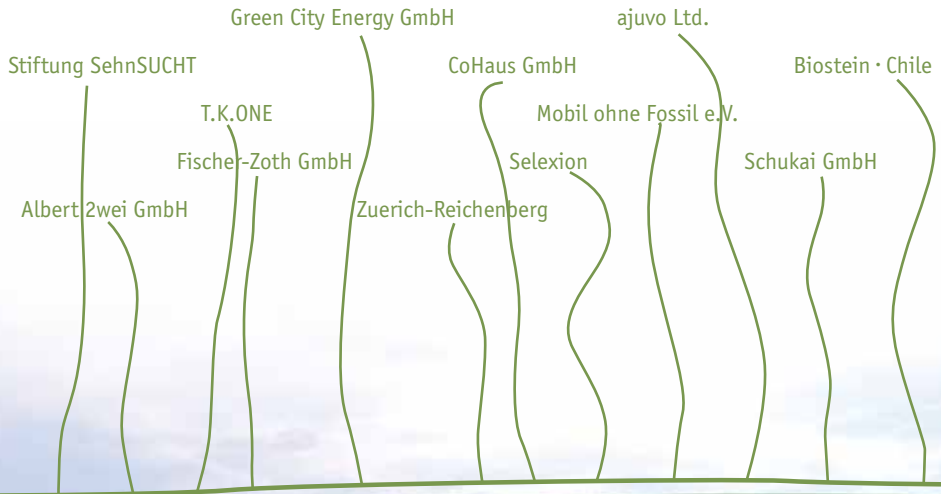
bioculture macht das Umweltbewusstsein Ihres Unternehmens sichtbar. Unser Beratungsangebot umfasst die Analyse aller entscheidenden Faktoren wie Wertewandel, Trends, Zielgruppen und Image. Auf dieser Basis erstellen wir für Sie ein individuelles Marketingkonzept. Wirklich sichtbar wird die Beratungsleistung dann zum Beispiel bei der Auswahl, Gestaltung und Druckproduktion umweltverträglicher Werbe- und Kommunikationsmittel. Hier zeichnet sich bioculture durch innovatives Design, hohe Qualitätsansprüche und die Auswahl hochwertiger Pflanzenölfarben und Recycling-Papiere aus – die übrigens qualitativ und preislich mit „herkömmlichen“ Papieren und Erdölfarben bestens konkurrieren können.



„Versöhnung von Ökonomie und Ökologie bedeutet, dass der Schornstein raucht, aber nicht qualmt.“

Peter Gillies (*1939), dt. Journalist, b. 1995 Chefredakteur „Die Welt“

Von unserem ökologieorientierten Marketing-Knowhow profitieren insbesondere Unternehmen und Organisationen aus dem Umwelt- und Biolebensmittelsektor oder aus der Sparte Erneuerbare Energien sowie Unternehmen, die ihr umweltbewusstes Handeln imagebildend kommunizieren möchten. Die Namen unserer Kunden sprechen dabei für sich. Und für uns:



In guter Gesellschaft

Selbst Zeichen setzen

Die Menschen hinter bioculture leben, was sie tun. Allen voran Geschäftsführerin Henrietta Lorko. Sie arbeitete 10 Jahre im Marketing und in der Verkaufsförderung, bevor sie im August 2003 bioculture gründete. Vorträge zum Thema „Kann Nachhaltigkeit verkaufen?“, Radio-Interviews und Presseberichte zeichnen sie als einen der Pioniere in der ökologieorientierten Marketing-Szene aus. Dass das Geschäftspapier von bioculture und diese Broschüre auf Recyclingpapier mit Pflanzenölfarben gedruckt sind, versteht sich dabei von selbst.





Wir können viel für Sie tun.

bioculture begleitet Sie im gesamten Marketingprozess,
von der strategischen Beratung bis zur Druckabnahme.

Unser Portfolio umfasst:



Consulting und Konzeption

Wettbewerbs-, Absatz-,
Platzierungs-Recherche
Marktforschung
Konzeption von Marketingstrategien
Produkteinführung
Pressearbeit, Public Relations
Zielgruppenorientierte Texterstellung





Layout und Produktion

- Corporate Design
- Logo-Entwicklung
- Imagebroschüren
- Jahresberichte
- Flyer
- Kataloge
- Direktmarketing
- Einladungen
- Produkt- und Verpackungsdesign



SELEXION
by Meixner & Co.



Magazin- und Zeitungslayout
 Poster
 Großflächenplakate
 Fahrzeugbeschriftung
 Messestände
 Image- und Produktanzeigen
 Personalanzeigen

Web/Media:

Internetdesign und
 Programmierung





089/420 440 60

NOTRUF
110

Wir sind nur einen Anruf weit entfernt.

Wenn auch Sie die Chancen von umweltbewusstem Marketing erkennen, sprechen Sie mit uns:

bioculture – umweltbewusstes Marketing
Gustav-Heinemann-Ring 212
81739 München

Tel: 089-420 440 60
Fax: 089 – 420 440 72
eMail: info@bioculture.de
www.bioculture.de



Vordenken statt Nachlaufen.

