

PRESSEMELDUNG IN EIGENER SACHE

Grüne Welle Kommunikation: Mit grünen Themen in der Pole Position

Interview mit Frank Brodmerkel, dem Inhaber der neu gegründeten Agentur *Grüne Welle Kommunikation*, die sich auf Nachhaltigkeitskommunikation sowie Cleantech und Erneuerbare Energien spezialisiert hat.

Sie sind Gründer und Inhaber der Kommunikationsagentur Grüne Welle Kommunikation. Würden Sie sich und Ihr Unternehmen bitte kurz vorstellen?

Ich bin seit 15 Jahren in der Kommunikationsbranche als Berater in der Produkt- und Unternehmenskommunikation tätig, hauptsächlich im Technologie- und ITK-Umfeld. In den vergangenen Jahren habe ich Unternehmen der Branchen Cleantech und Erneuerbare Energien betreut und beobachte den Markt seither intensiv. Da ich ein solch spezialisiertes Angebot in der deutschen Agenturlandschaft bisher nur in Ansätzen entdecken konnte, war für mich die Gründung einer eigenen Agentur ein logischer Schritt. Auf die Eröffnung habe ich mich in den letzten Monaten intensiv vorbereitet, der offizielle Start war dann Ende Februar.

Wie entstand die Idee, eine auf grüne Themen spezialisierte Kommunikations-agentur zu gründen? War die Idee ein Entwicklungsprozess oder eine Spontanentscheidung?

Die Idee lag ganz klar in der Luft. Schauen Sie doch nur mal in die tägliche Medienberichterstattung – nicht erst seit Fukushima bestimmt die Debatte um Klimaschutz, eine Wende hin zu Erneuerbaren Energien, um nachhaltiges Wirtschaften, Energieeffizienz oder e-Mobility die Schlagzeilen. Diese Themen und damit auch ihre Branchen erfuhren in den letzten Jahren eine exponentiell steigende Bedeutung – trotz Wirtschaftskrise konnten sie schnell wachsen. Ein Ende der Entwicklung ist nicht in Sicht. Im Gegenteil: diese Themen bestimmen zunehmend unsere Gesellschaft weltweit und auch der Bedarf an Kommunikation wächst. Ich vergleiche diese Entwicklung mit dem Aufbruch des IT-Markts in den 70ern und 80ern. Wer hätte damals an spezialisierte IT-Agenturen geglaubt?

Ihre Agentur heißt Grüne Welle Kommunikation. Wie kam es zu diesem Namen?

Grüne Welle ist für mich ein schönes Bild für diese Aufbruchenergie der grünen Themen, seien es Energie- oder Umweltideen. Wellenenergie ist ja allgemein sehr gewaltig und lässt sich nur schwer bremsen. Die Doppeldeutigkeit der ursprünglichen Bedeutung passt da auch: wer im Stadtverkehr vorankommen will, freut sich, wenn er der grünen Welle folgen kann. Unser Agenturlogo kombiniert dabei die Welle für Ausbreitung mit einer Sprechblase für Kommunikation.

Kommunikationsagenturen gibt es viele. Wie positionieren Sie sich im Markt?

Zum einen gibt es eben nicht viele, die sich konsequent auf das grüne Themenspektrum spezialisiert haben, hier hat Grüne Welle Kommunikation eine gewisse Pole Position, auch wenn dieser Begriff aus dem Motorsport nicht so recht zu Umweltthemen passt. Meine Agentur wendet sich mit ihrem Angebot zudem klar an kleine und mittelständische Unternehmen sowie Startups der genannten Branchen. Ich arbeite in enger Vernetzung mit weiteren ausgewiesenen Spezialisten, auf die ich je nach Aufgabenstellung meiner Kunden zugreifen kann.

Warum sollten sich mittelständische Unternehmen gerade von Ihrer Agentur beraten lassen? Was macht Grüne Welle Kommunikation speziell aus?

Zum einen biete ich kleinen und mittelständischen Unternehmen keine anonyme und manchmal aufgeblähte Agentur-Struktur, sondern sie profitieren von meinem persönlichen Know-how. Man kennt das ja: Oft erscheint zum Pitch noch der Agenturchef, aber die tägliche Arbeit für den Kunden erledigt dann der Juniorberater. Bei mir kommt alles aus einer Hand - Stichwort „One face to the customer“ - auch wenn ich für spezielle Bereiche wie Public Affairs mit Partnern zusammenarbeite. Doch ich bleibe die Schnittstelle zum Kunden. Zum anderen kann ich als kleine Agentur attraktivere Preise anbieten. In Verbindung mit der thematischen Spezialisierung sehe ich hier meine Nische.

Wer Nachhaltigkeit kommuniziert, sollte selbst nachhaltig arbeiten. Wie ist Ihr Unternehmen hier aufgestellt?

Das ist für mich ein ganz wichtiger Aspekt. Ich kann nur überzeugend argumentieren, wenn ich gleiche Maßstäbe auch für mein eigenes Unternehmen anlege. Im Dienstleistungssektor fällt dies natürlich leichter als beispielsweise in einem Produktions- oder Logistikunternehmen. Aber auch ich habe für meine Agentur den CO₂-Footprint errechnet und versuche, diesen weiter zu verringern bzw. zu kompensieren. Und ich möchte hier nicht stehenbleiben, sondern mein Unternehmen weiterentwickeln. So bewerbe ich mich derzeit um Aufnahme in den Umweltpakt Bayern, einer freiwilligen, eigenverantwortlichen Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der Bayerischen Wirtschaft zum Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen. Auf meiner Website unter <http://www.gruenewellepr.de/herzlich-willkommen/klimaschutz/> habe ich aufgeführt, was Grüne Welle Kommunikation in Sachen Klimaschutz unternimmt.

Pressekontakt:

Frank Brodmerkel

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION

Fäustlestr. 3 Rgb.

80339 München

Tel: 089-500 73 698

E-Mail: kontakt@gruenewellepr.de

Web: www.gruenewellepr.de