

# Nachhaltigkeit als Kundenbedürfnis & Wettbewerbsvorteil.

Markt-, Marken- & Produkt-Positionierung  
mit nachhaltigem Mehrwert.

# CAROLA KOHLER

CMC, MMC, CBC



**SPEZIALISIERT** auf  
Markt-, Marken & Produkt-  
Positionierung von KMU / Industrie

**SELBSTÄNDIG**  
seit 2010 Unternehmensberaterin  
& Business-Coach

**KERNKOMPETENZ**  
Klarheit über zukunftsfähige  
Geschäftsfelder schaffen.

**MISSION**  
Position neu Denken.



Kohler & Kreitner  
[www.kohlerkreitner.at](http://www.kohlerkreitner.at)



**SPEZIALISIERT** auf  
begeisterndes  
Marken- Re-Loading

**SELBSTÄNDIG** seit  
1973 nationale Werbeagentur  
und Ideengeber

**KERNKOMPETENZ**  
Entwickeln von kreativen &  
uniquen Markenauftritten

**MISSION**  
Über Grenzen hinaus Denken.

ING.  
ROMAN KREITNER

# FÜR UNS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT IN DIESEM KONTEXT:

- Megatrends wahrnehmen.
- Alleinstellungsmerkmale in zukunftsfähige Geschäftsfelder wandeln.
- Wertvolle Ressourcen erkennen, bedacht & langlebig einsetzen.
- Mitarbeiter über Wertschätzung, Sinnhaftigkeit und Weiterentwicklung führen und motivieren.

Bewusstsein für zukunftsfähige Markenentwicklung.

„MEGATRENDS  
 SIND WIE LAWINEN IN ZEITLUPE.  
 SIE WIRKEN LANGSAM ABER  
 ENORM MÄCHTIG - AUF ALLEN  
 EBENEN DER GESELLSCHAFT  
 UND BEEINFLUSSEN SO  
 UNTERNEHMEN, INSTITUTIONEN  
 UND INDIVIDUEN.“ ZUKUNFTSINSTITUT.DE

 <p><b>Wissenskultur</b>          Uneingeschränkter          Zugang zu Wissen          durch Internet</p>	 <p><b>Mobilität</b>          Steigender Bedarf          und Vielfalt an          Mobilitätsformen</p>	 <p><b>Gesundheit</b>          prägt sämtliche          Lebensbereiche und          neue Erwartungen an          Gesundheitssystem</p>	 <p><b>Globalisierung</b>          zunehmend vernetzte          Welt</p>
 <p><b>Silver Society</b>          die Bevölkerung wird          älter und die Zahl          Älterer steigt</p>	 <p><b>New Work</b>          Symbiose von Leben          und Arbeiten</p>	 <p><b>Geschlechterrolle</b>          veränderte Rollen-          muster in Wirtschaft          und Gesellschaft</p>	 <p><b>Neo-Ökologie</b>          Neuausrichtung der          Werte der globalen          Gesellschaft</p>
 <p><b>Urbanisierung</b>          mehr Menschen          leben weltweit in          Städten</p>	 <p><b>Konnektivität</b>          Vernetzung dominiert          den gesellschaftlichen          Wandel</p>	 <p><b>Sicherheit</b>          Wahrnehmung der          Verunsicherung;          streben nach          Sicherheit</p>	 <p><b>Individualisierung</b>          Kulturprinzip der          westlichen Welt;          Freiheit der Wahl          aber auch Wir-Kultur</p>



TIPP:  
Schauen Sie  
mit diesem  
Blickwinkel  
auf Ihr  
Unternehmen.

„Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit avancieren zunehmend zum zentralen Wirtschaftsfaktor, die alle unternehmerischen Sphären beeinflussen.“

Zukunftsinstitut.de



You didn't come this far to only come this far.

TiPP:  
Schauen Sie  
mit diesem  
Blickwinkel  
auf Ihr  
Unternehmen.

„Wirtschaftlicher Wandel als Ihr Motor für **erfolgreiche Weiterentwicklung**.“

**WE HEAR YOU.**

TIPP:  
Schauen Sie  
mit diesem  
Blickwinkel  
auf Ihr  
Unternehmen.

„Bieten Sie Ihren Kunden, abgestimmt auf  
aktuellen Bedürfnissen & Herausforderungen **das perfekte Angebot.**“

TIPP:  
Schauen Sie  
mit diesem  
Blickwinkel  
auf Ihr  
Unternehmen.



„Steuern Sie Ihr Unternehmen mit einer gemeinsam entwickelten **Markenbotschaft - hoch effizient.**“

# SICHTBAR IM KÄUFERMARKT DURCH MARKENBOTSCHAFT

## Merkmale des Käufermarktes

Qualität und Fachwissen werden vom Kunden **vorausgesetzt**  
 Know how, Dienstleistung und Produkte sind per Klick **vergleichbar**  
**Spezialisierung** fördert **Sichtbarkeit** im Markt  
**Haltung** einer Marke **beeinflusst** immer mehr **Kaufentscheidungen** nachhaltig  
**Markenauftritte** erfordern **emotionale** und **kundenbegeisternde Selbstinszenierung**

„Kommunizieren Sie auf den Punkt Ihre aktuellen Stärken & seien Sie begeisterter Markenbotschafter in eigener Sache.“

# FUNDAMENT DER MARKENBOTSCHAFT IST POSITIONIERUNG INTERN & EXTERN



Tipp:  
Schauen Sie  
mit diesem  
Blickwinkel  
auf Ihr  
Unternehmen.

„Wir bieten Ihnen einen geführten Prozess für nachhaltige unique Positionierung am Markt.“

# STARKE MARKEN STÄRKEN UNTERNEHMEN.

# CASE STUDIES.

## Aufgabe

Klare Positionierung von zukunftsorientierten Stärken.

## Trend

Robotik & Automatisierung  
Sicherheit (DSGVO)



Neo-Ökologie



New Work



Konnektivität

## Ergebnis

- + Schnittstellenprogrammierung zur Automatisierung und Modernisierung von alten und Verknüpfung mit neuen Systemen
- + regionale Cloud-Services
- + Produkt „Claus“:  
mitwachsende IT-Infrastruktur  
(Impuls: Corona / Homeoffice)



## Aufgabe

neues Geschäftsfeld andenken /  
neues Produkt / MA Motivation

## Trend

regionale Lieferketten /  
Emissionseinsparung / veraltete  
Bahnstrecken-Systeme



Neo-Ökologie

Urbanisierung

Mobilität

## Ergebnis

- + Modernisieren | Sanieren |  
Adaptieren
- + Workshop Mover
- + Ortung einer neuen Zielgruppe
- + Team als Markenbotschafter

**Grenzen überwinden.**

Durch Fortschritt, offenes Denken und Handeln.

Als Top-Zulieferer der Schienenfahrzeugindustrie für Hebetchnik, Hub- & Wendevorrichtungen und Sondermaschinenbau steht Kolp als verlässlicher Partner für rasche Einsatzbereitschaft bei Instandhaltung |Wartung | Reparatur | Umbau | Erweiterung & Modernisierung Ihrer Hub-Anlage.

Modernisieren | Sanieren | Adaptieren

**KOLP**  
Next Level.

Engineering & Machinery  
für Schienenverkehr & Anlagenbau

## Aufgabe

„Let's make plastics great again!“  
 zeitgemäße Präsentation der  
 Exzellenz aus 2 Unternehmen

## Trend

Klimawandel / Ressourcen-Schutz /  
 Recycling-Trend



Neo-Ökologie



Urbanisierung

## Ergebnis

- + neue CI & CD
- + neues Selbstbewusstsein für  
 zukunftsfähige Stärken im  
 Unternehmen
- + Moderner Unternehmensauftritt mit  
 klarer nachhaltiger Positionierung  
 am Markt



**UNSERE WIND-STÄRKE.**

Das ist die Summe unseres Engagements  
 als Ihr persönlicher Partner.

Kundenbetreuung mit Handlungskompetenz  
 wird bei Wind & TPK großgeschrieben.  
 Unser Ziel ist die Erarbeitung von langfristigen und  
 partnerschaftlichen Beziehungen mit Ihnen  
 auf allen Kanälenbenen. Der Austausch von  
 Know-how, Zuverlässigkeit, Flexibilität und Ihre  
 bestmögliche Unterstützung stehen bei uns  
 an erster Stelle.

**KOMMEN SIE MIT UNS  
 INS GESPRÄCH**

**WIND TPK**

Königsplatz 10a, 33144 Traiskirchen  
 T +43 (0)223 748 01 | [service@wind-tpk.at](mailto:service@wind-tpk.at)  
[www.wind-tpk.at](http://www.wind-tpk.at)

**DIE VIELFALT  
 DER THERMOPLASTE.**

**QUALITÄT HAT PRIORITÄT**

Qualitätsorientierung hat höchste Priorität in  
 unserem Haus. Unser Anspruch ist, stets qualitativ  
 gleichmäßig hochwertige Produkte an Sie  
 anzuliefern. Von der sorgfältigen Selektion der  
 eingehenden Rohstoffe bis zur sorgfältigen  
 Rückverfolgbarkeit der fertigen Produkte.  
 Laufende labortechnische Untersuchungen vor,  
 während und nach der Fertigung, sorgen für eine  
 gleichbleibend hohe Produktqualität.

**TECHNISCH UP TO DATE**

Unsere Stärken sind compoundieren,  
 regenerieren, schmelzformen, extrudieren und  
 spritzen. Kunststoffpartikel, entstauben und  
 extrudieren. Wir modernisieren unseren  
 Maschinenpark laufend, bieten Ihnen Flexibilität  
 in den Verarbeitungsgrenzen und das individuelle  
 Know-how für Sonder- und Spezialanfragen.  
 Zusätzlich sind wir als High-End-Resinier-Tag-Order  
 und fokussieren Händler mit schneller Reaktions-  
 zeit und Terminen Ihr verlässlicher Partner.

**GEMEINSAM ZU  
 EXZELLENTEN LÖSUNGEN.**

**BEWUSSTSEIN FÜR UNSERE  
 UMWELT FÄNGT BEI UNS ALLEN AN**

Gerade in unserer Branche ist dies besonders  
 wichtig. Jede neue Produktentwicklung wird  
 sorgfältig geprüft und in Teamarbeit umgesetzt.  
 Eine Gruppe von Spezialisten aus Vertrieb,  
 Forschung und Entwicklung, Produktion und aus  
 der Qualitätssicherung plant und bewertet jeden  
 Arbeitsschritt gemeinsam, stets mit dem Blick  
 auf Nachhaltigkeit.

**INFORMATION  
 AUS ERSTER HAND**

Gerne laden wir Sie zu unserem jährlichen  
 Teichfest nach Traiskirchen ein. In lockerer  
 Atmosphäre treffen Sie Lieferanten, Kunden,  
 Branchenkollegen und unser Team zum  
 Kennenlernen und Austausch. Werfen Sie  
 gerne noch einen Blick auf unsere Website:  
[www.wind-tpk.at](http://www.wind-tpk.at). Dort finden Sie weitere  
 wichtige Details über unser Unternehmen,  
 Produkte, Leistungen und unsere Zertifizierungen.

[www.kohlerkreitner.at](http://www.kohlerkreitner.at)

„DANKE, dass Sie heute dabei waren.  
Kommen Sie gerne für ein Gespräch auf uns zu.“

# COPYRIGHTS

- › Die an dem Inhalt des Vortrages bestehenden Urheber- und Nutzungsrechte verbleiben bei CAROLA KOHLER, CMC, CBC & Ing. ROMAN KREITNER, auch wenn für die Präsentation ein Honorar bezahlt wurde.

Die Weitergabe des Vortrages an Dritte sowie eine Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung, Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Methodik und den damit verbundenen Ideen und Lösungen ist ohne vorherige Zustimmung von CAROLA KOHLER, CMC, CBC & Ing. ROMAN KREITNER nicht zulässig.