

Event am 12.6. bei Wetropa in Mörfelden (Frankfurt/Main)

**REPAPER**   
LEICHT & STABIL

**WABENPLATTEN  
VERPACKUNGEN**

*more than packaging*

**REFOAM**   
foam packaging



**WETROPAGROUP**  
more than packaging

# Event am 12.6. bei Wetropa in Mörfelden (Frankfurt/Main)

**Format:** Drei 15-minütige Praxis-Impulse zum Thema + Rundgang + drei parallele Workshop-Gruppen

- 09:30 Eintreffen & Willkommenskaffee**
- 10:00 Begrüßung** (Dirk Breitkreuz, Wetropa) & **Übersicht über den Tag** (Moritz Gomm)
- 10:20 Kreislaufwirtschaft & nachhaltige Verpackungen bei De'Longhi – was wir tun und warum es sich rechnet**  
Markus Ungerer, De'Longhi Braun Household GmbH
- 10:40 ReFoam und RePaper – der Mehrwert von kreislauffähigen Verpackungen für die Industrie**  
Dirk Breitkreuz, Wetropa GmbH & Co. KG
- 11:00 Der ökologische und finanzielle Mehrwert von thermoplastische Polymere für Produkte**  
Dominik Händler, MOCOM Compounds GmbH & Co. KG
- 11:20 Pause**
- 12:00 Workshop 1. Teil in 2-3 Gruppen: Der Business & Impact Case von Papierverpackungen, Kunststoffverpackungen und Polymere für Produkte – wie rechnet sich die Nachhaltigkeit jeweils?**
- 13:00 Mittagessen mit Finger Food in den Räumen**
- 13:30 Rundgang durch die neue Produktion der Wabenplatten-Verpackungen**
- 14:15 Workshop 2. Teil**
- 15:30 Abschlussrunde & Take-Aways** (Moritz Gomm)
- 16:00 Verabschiedung** (Dirk Breitkreuz)

Hier geht's zur [ANMELDUNG](#)





# Wert- und Impact-Analyse für den B2B-Vertrieb von Nachhaltigkeitslösungen

Sustainability Circle, 20. Mai 2025

Dr. Moritz Gomm & Dr. Marco Link



# HERAUSFORDERUNGEN

Zwischen B2B-Anbietern und Kunden



75%

der B2B-Käufer  
entscheiden sich für Anbieter,  
die ihnen den Mehrwert des  
Produktes konkret aufzeigen  
können.

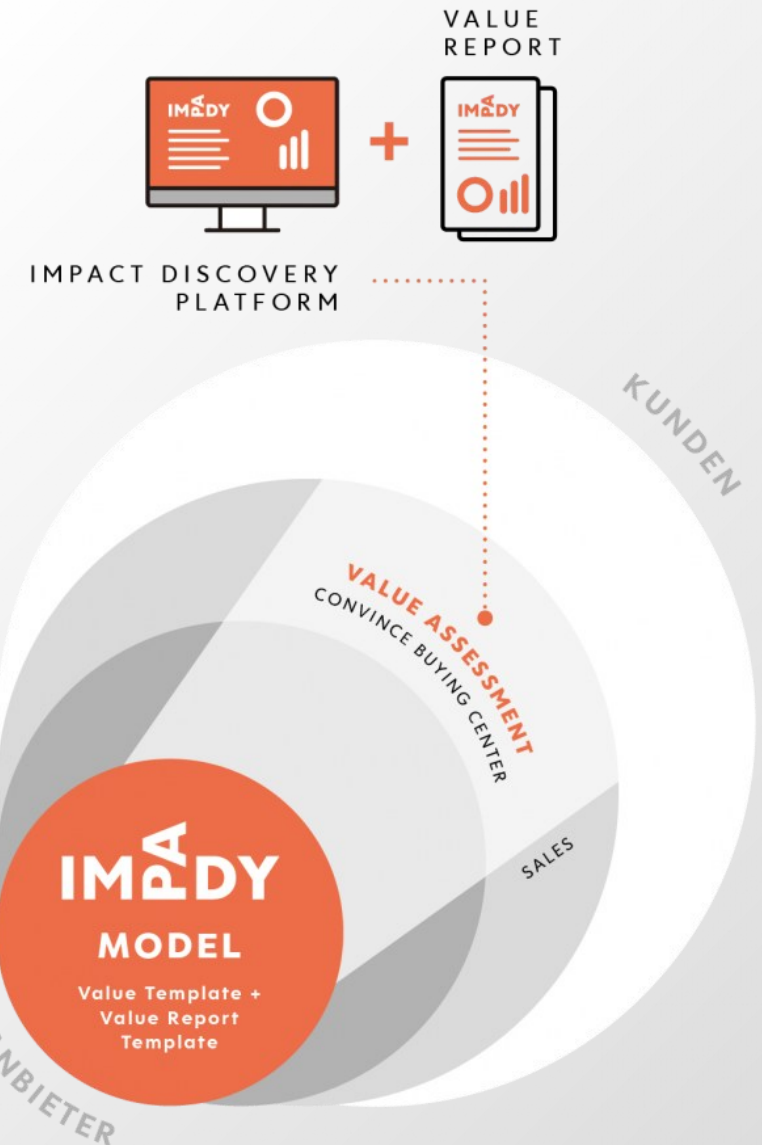
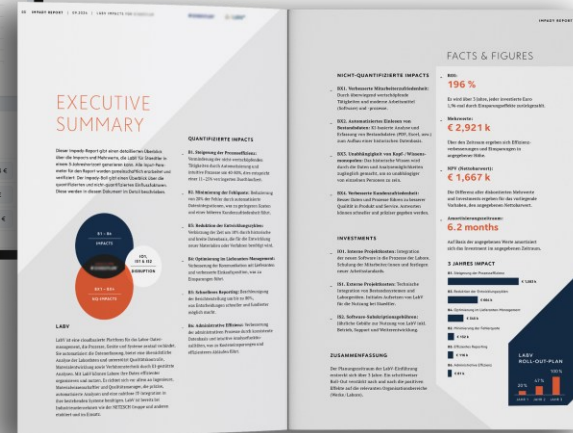
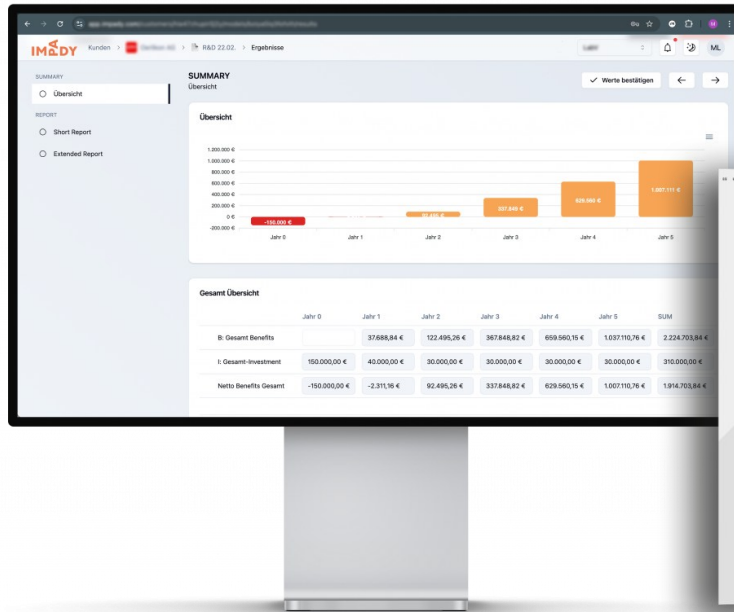
15%

der B2B-Anbieter schaffen es,  
den Wert ihres Produktes  
konkret und effektiv an ihre  
Käufer zu vermitteln.

# IMPADY – IMPACT DISCOVERY

## VALUE ASSESSMENT im Vertrieb

IMADY



Im Mittelpunkt steht die Zusammenarbeit mit dem Kunden zur gemeinsamen Erarbeitung des kundenspezifischen Business Cases

- Gespräch über Mehrwert des Kunden statt über „Features“
- Transparenz über Daten und Annahmen
- Präsentation des gemeinsamen Ergebnisses als Value Report

# KUNDENSTIMMEN

WAS UNSERE KUNDEN SAGEN

IMPADY



Charles Jouanique  
Chief Revenue Officer  
LabV Intelligent Solutions GmbH

“

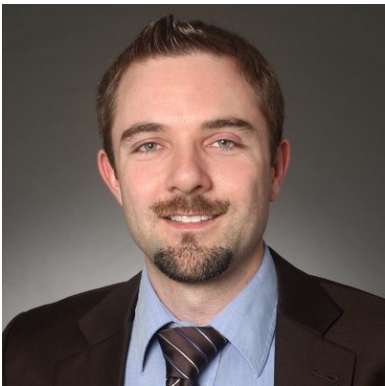
Es ist erstaunlich, fast jeder Kunde, mit dem wir ein IMPADY Value Assessment für LabV durchgeführt haben, hat einen Vertrag abgeschlossen.”

# HERAUSFORDERUNG

beim Vertrieb von Nachhaltigkeitslösungen



## Gesucht wird: **Nachhaltigkeit, die sich rechnet.**

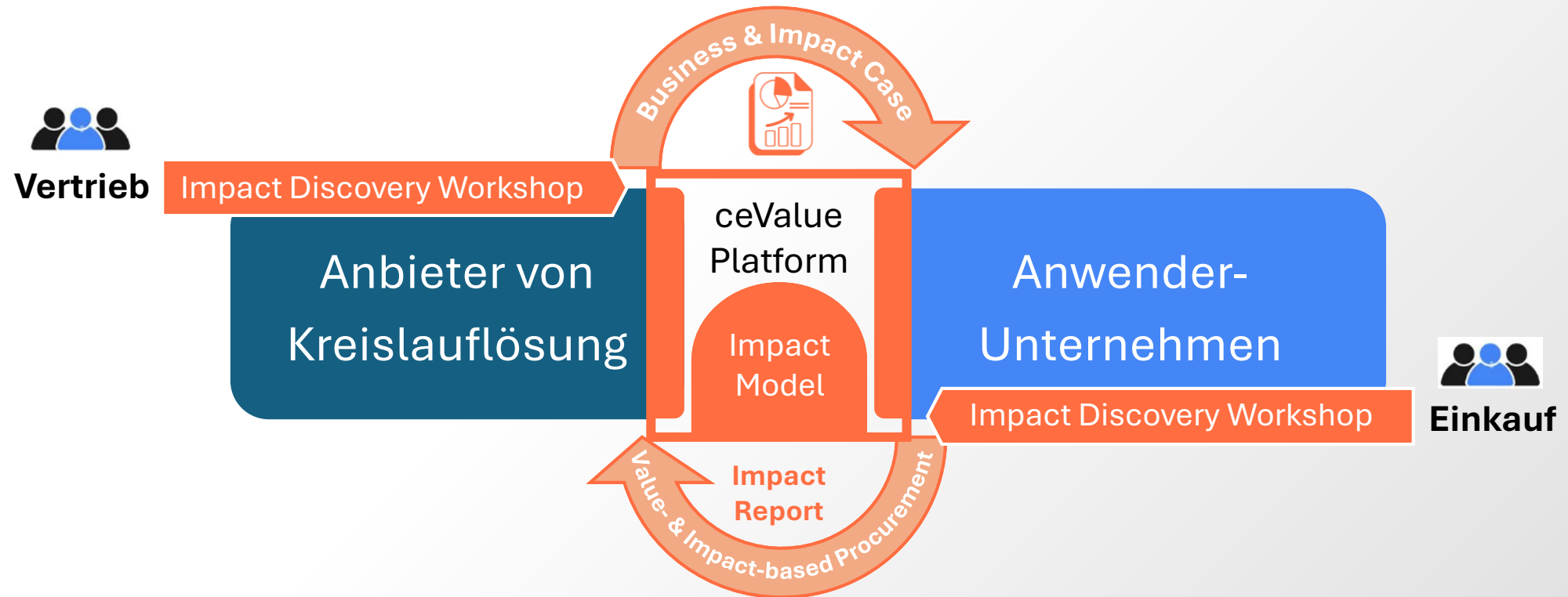


*„Wenn es sich rechnet, wird es auch gemacht.“*

MARKUS UNGERER, R&D LEAD, DELONGHI

# Projekt ceValue (BMWK-Antrag)

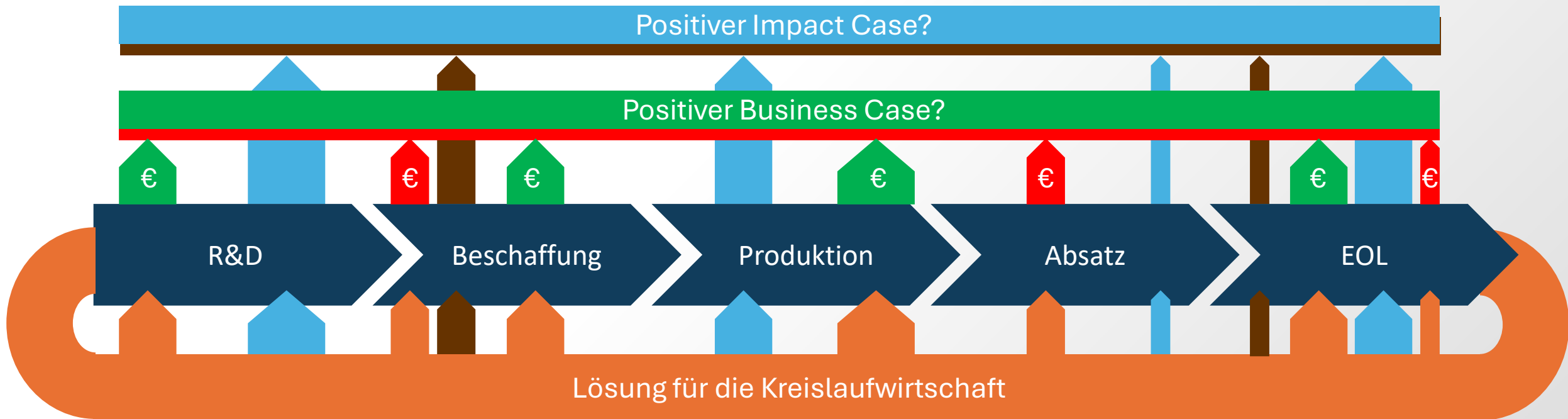
Methodenbaukasten und digitale Plattform zur Quantifizierung des Business-Case und der nachhaltigen Wirkung (Impact-Case) von Lösungen für die Kreislaufwirtschaft





# Projekt ceValue (BMWK-Antrag)

Business Case & Impact Case



# Projekt ceValue



- Wie sehr ihr das Zusammenspiel von Business Case & Impact Case?
- Welche Sustainability-Themen bieten jetzt/in Zukunft den besten Business Case?
- Möchtet ihr beim Projekt ceValue beteiligt werden?
- Sehen wir uns am 12. Juni bei Wetropa zum ersten Circle-Live-Event in 2025?

# Vielen Dank vom IMPADY Team



**Dr. Marco Link**  
Geschäftsführer



**Stamatia Antoniou**  
Business Development Manager



**Huy Bao Nguyen**  
Junior Impact & Business Analyst



**Michael Bozek**  
Senior Impact Engineer



**Lea Rörig**  
IMPADY Platform Tech



**Niklas Appelmann**  
IMPADY Platform Tech



**Stelizara Borisova**  
Marketing Manager



**Dr. Moritz Gomm**  
Senior Impact Engineer



IMPADY GmbH  
Heidelberger Landstraße 186A  
64297 Darmstadt

T: +49 6151 7867 33-0  
E: [kontakt@impady.com](mailto:kontakt@impady.com)  
W: <https://www.impady.com>



# IMPADY – IMPACT DISCOVERY



## DIE WERTANALYSE-PLATTFORM FÜR B2B-ANBIETER

1

### Value Assessment

- Geführtes interaktives Value Assessment
- Ergebnispräsentation als Value Report
- Quantifizierte Deal-Übersicht für Vertriebsleiter

2

### Value Review

- Dokumentation eures Wertbeitrages
- Regelmäßiger Prognose/Ist-Abgleich
- Sicherung von Renewals und Cross-/Upselling

3

### Quick Value Check

- Quick Value Check für Websites,
- Interaktives Werkzeug für Messengespräche,
- Datenbasis für Infografiken, Whitepaper und Referenz-Storytelling.

