

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



LEICHT & STABIL

# WABENPLATTEN VERPACKUNGEN

*more than packaging*



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 thermoplastischen 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

IMPA  
DY

75%

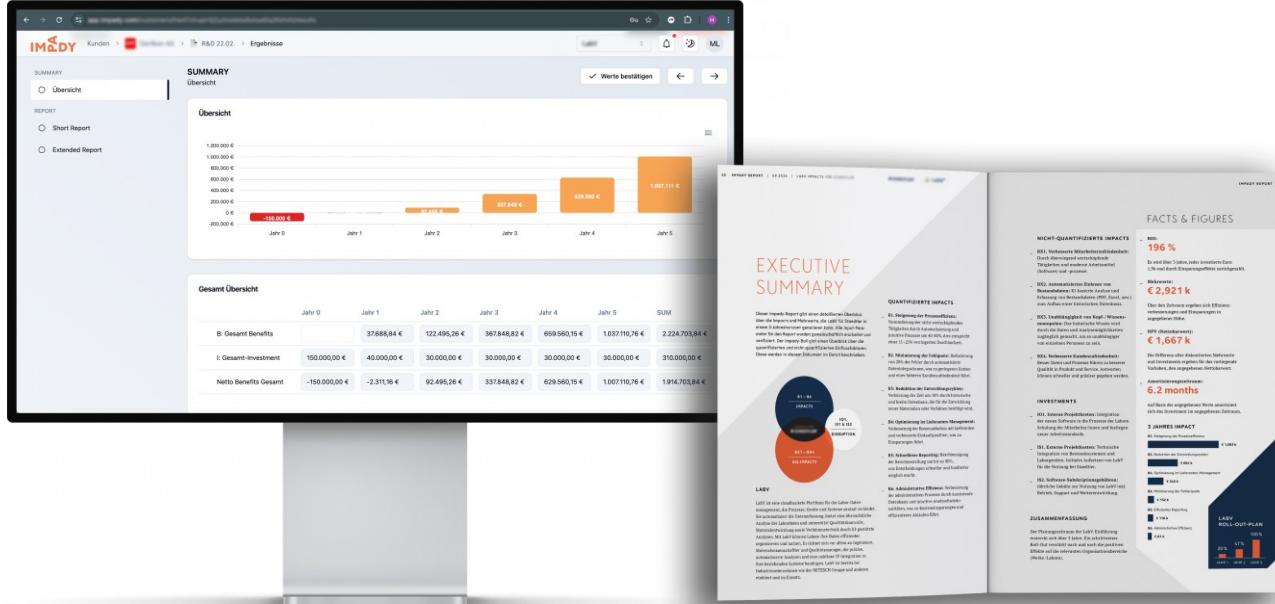
der B2B-Käufer entscheiden sich für Anbieter, die ihnen den Mehrwert des Produktes konkret aufzeigen können.

15%

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

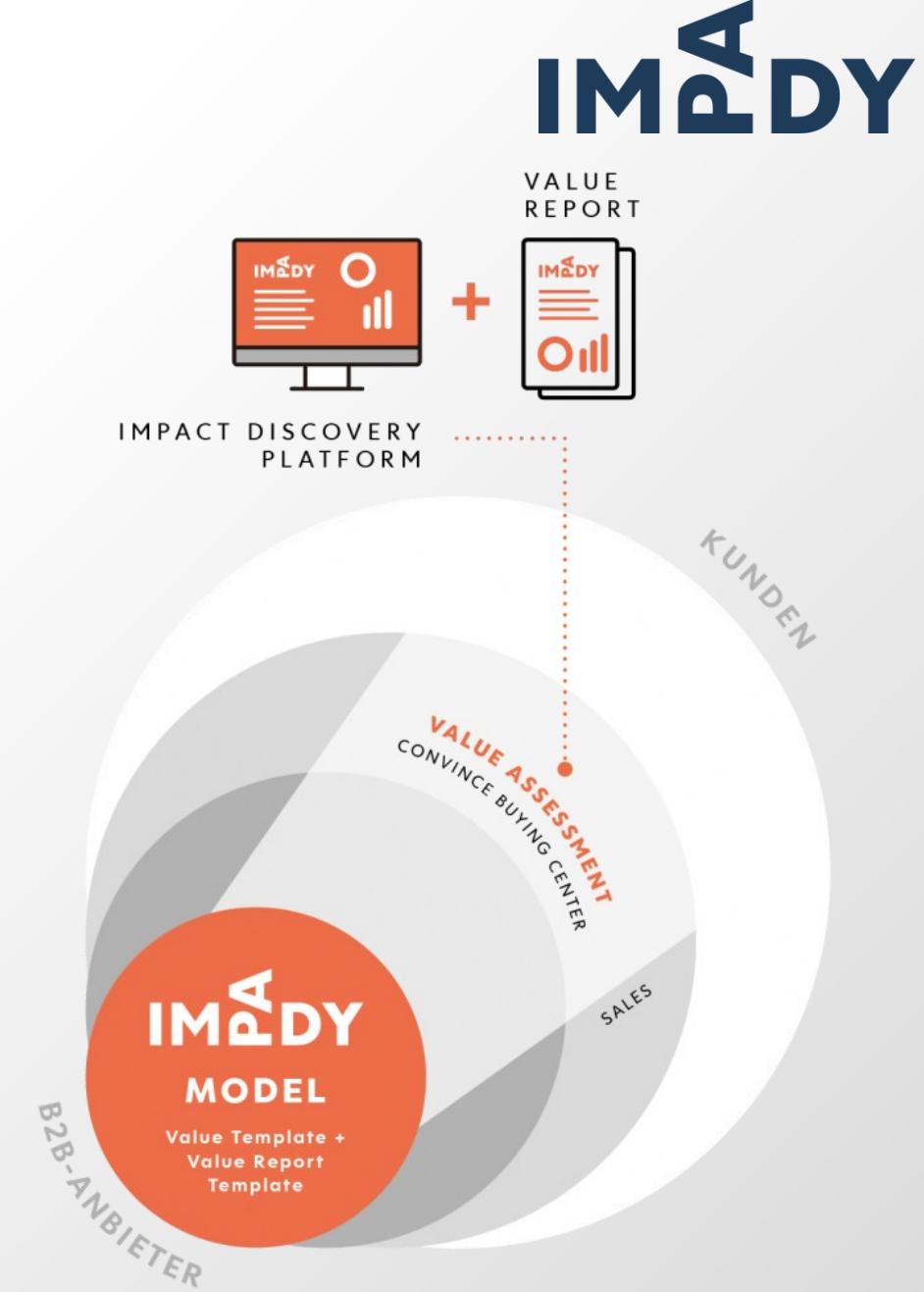
# IMPADY – IMPACT DISCOVERY

## VALUE ASSESSMENT im Vertrieb



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

LabV



“

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

Charles Jouanique  
Chief Revenue Officer  
LabV Intelligent Solutions GmbH

# HERAUSFORDERUNG

beim Vertrieb von Nachhaltigkeitslösungen

IMPA  
DY

## Gesucht wird: Nachhaltigkeit, die sich rechnet.

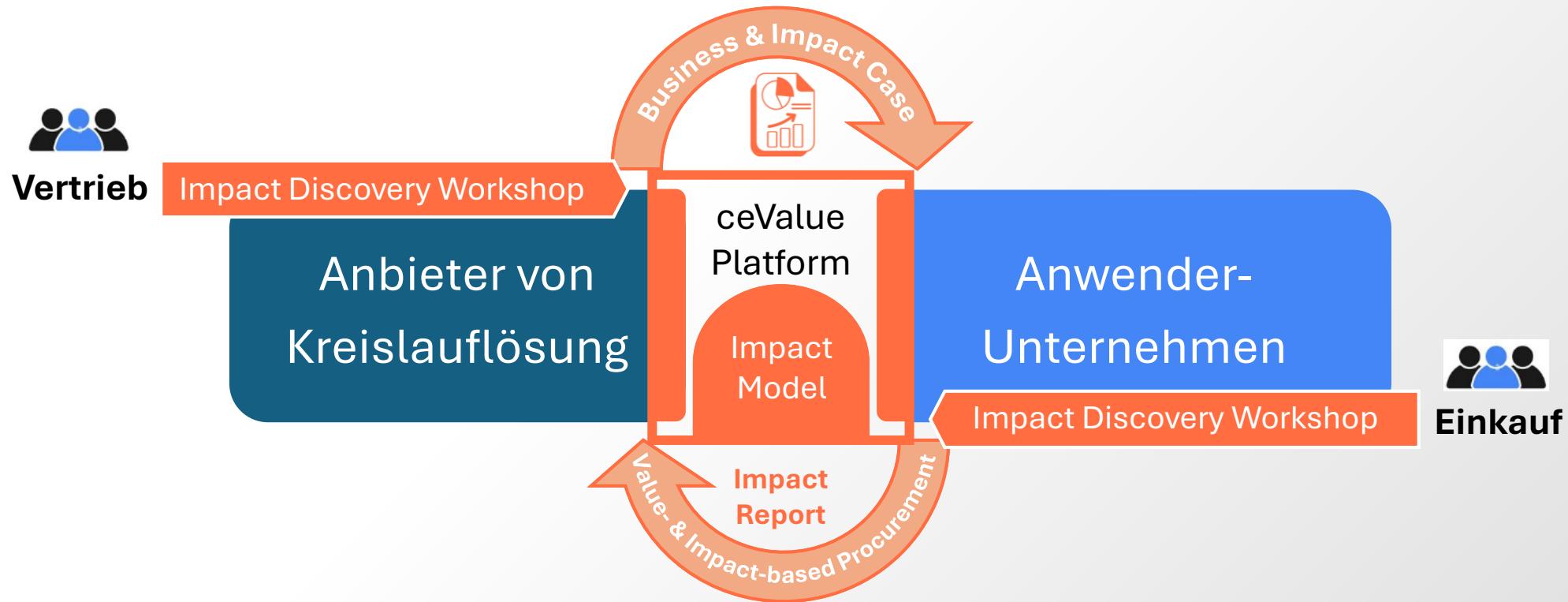


*„Wenn es sich rechnet, wird es auch gemacht.“*  
MARKUS UNGERER, R&D LEAD, DELONGHI

# Projekt ceValue (BMWK-Antrag)

IMPA  
DY

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



IM  
DY

UNIVERSITÄT  
OSNABRÜCK



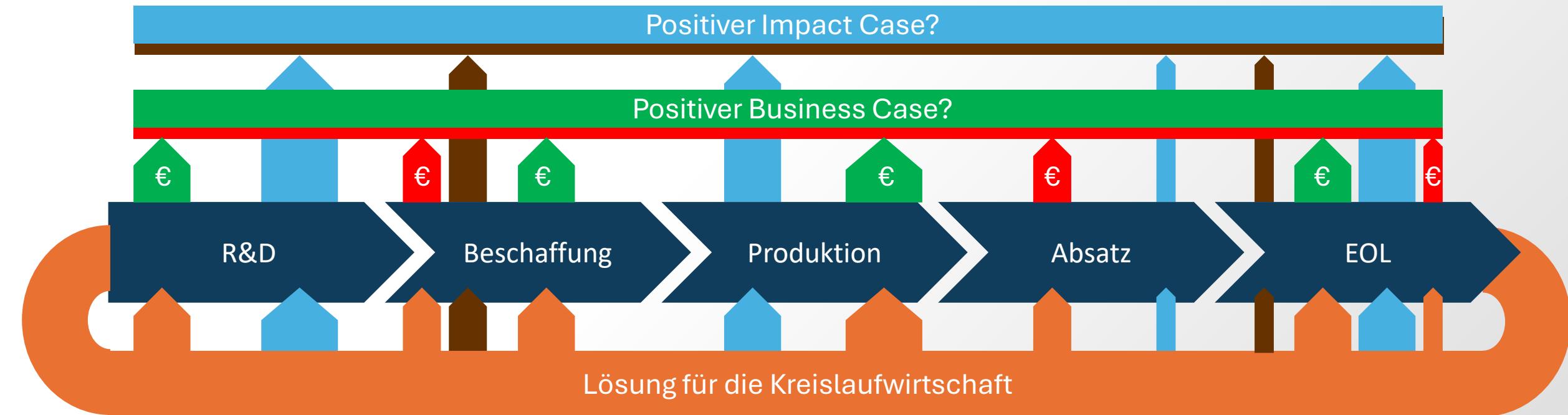
CIRCULAR  
REPUBLIC

WETROPAGROUP  
more than packaging

# Projekt ceValue (BMWK-Antrag)

Business Case & Impact Case

IMPA  
DY



# Projekt ceValue

IMPA  
DY

- 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

**IMPA  
DY**



**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

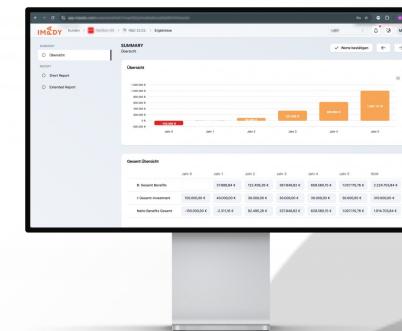
DIE WERTANALYSE-PLATTFORM FÜR B2B-ANBIETER

IMPA  
DY

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 Messegespräche,
- Datenbasis für Infografiken, Whitepaper und Referenz-Storytelling.

