

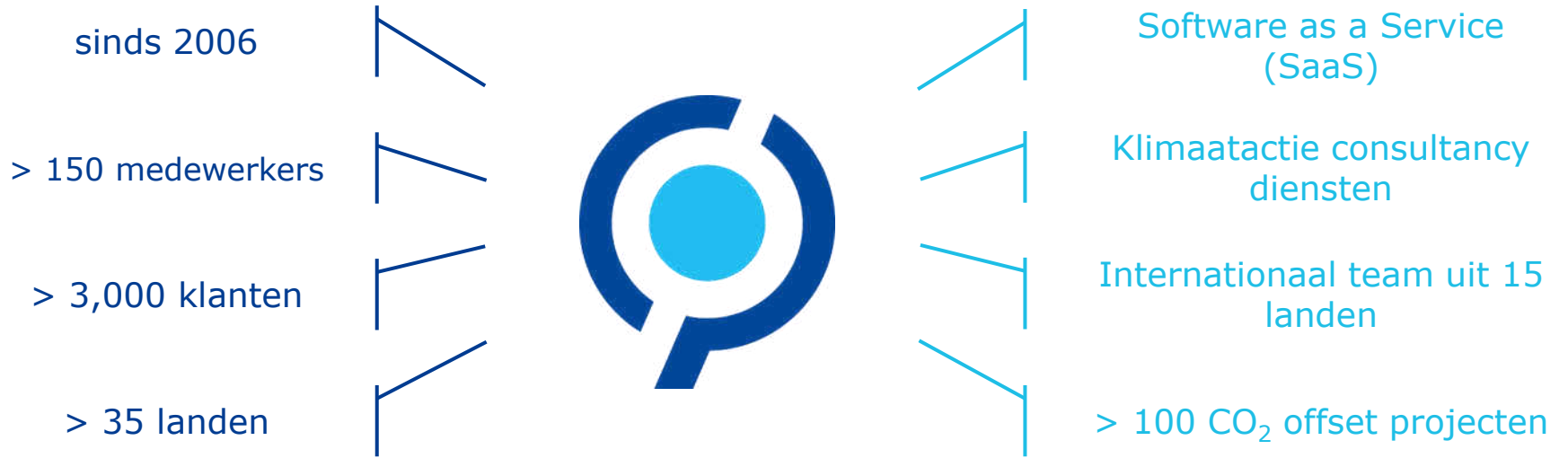
ClimatePartner Academy

Klimaatactie voor bedrijven

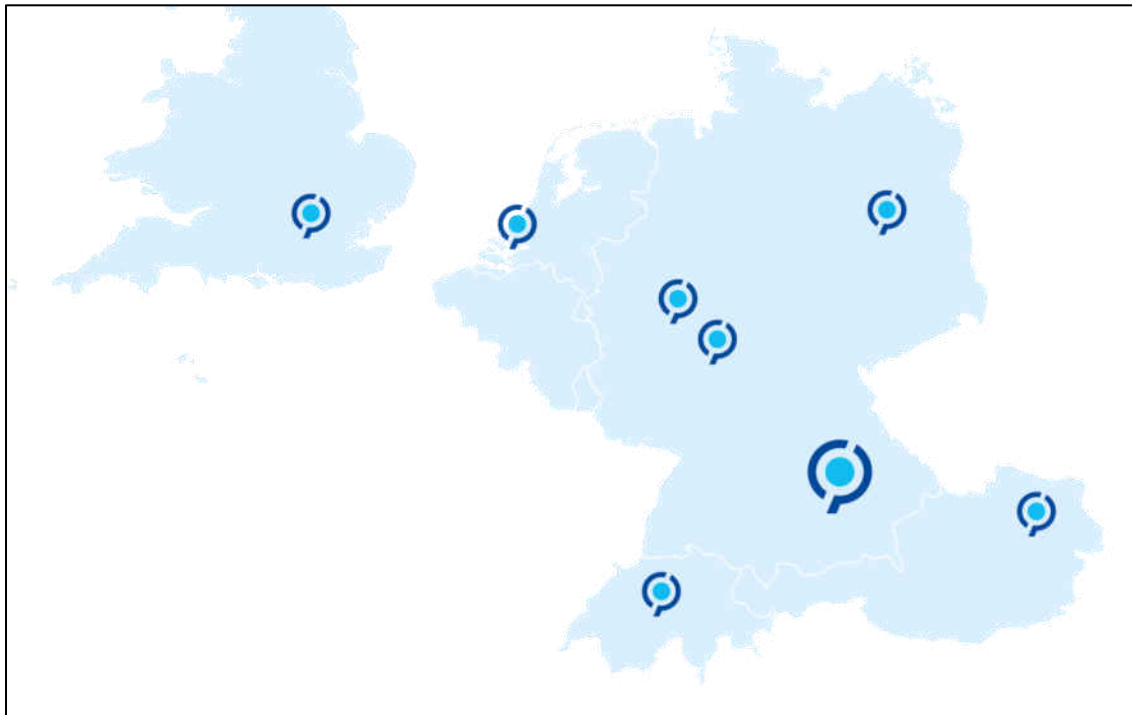
Maart 2021

Robert Viertelhauzen | Head of ClimatePartner NL

Jorinde van Zuijlen | Key Account Manager NL



Climate Neutral Companies, Products and Services



Expansie 2021: Frankrijk, Italië, Spanje, Zweden en USA

Agenda

1

De klimaatcrisis

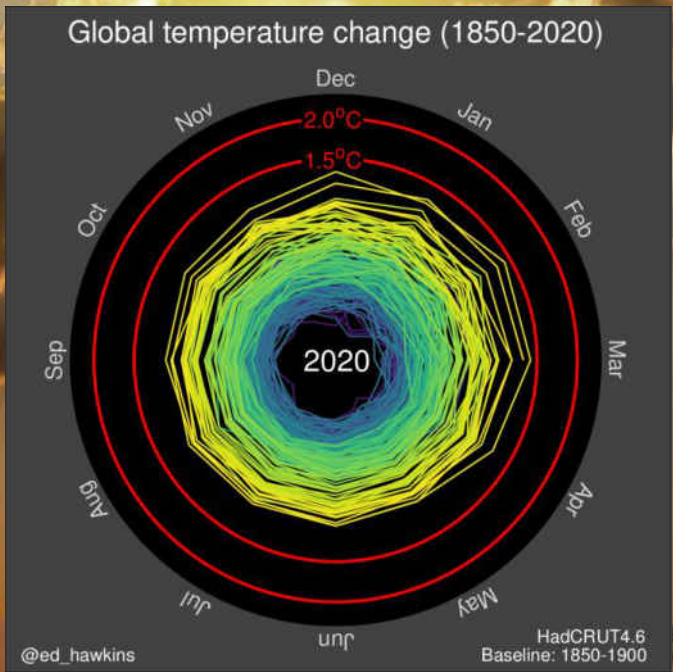
2

Climate Action Strategy

3

Case Studies





De gemiddelde temperatuur op aarde stijgt in een alarmerend tempo

Nations Unies
Conférence sur les Changements Climatiques 2015
COP21/CMP11
Paris, France



Het Klimaatakkoord van Parijs was een belangrijke mijlpaal

Politieke wil

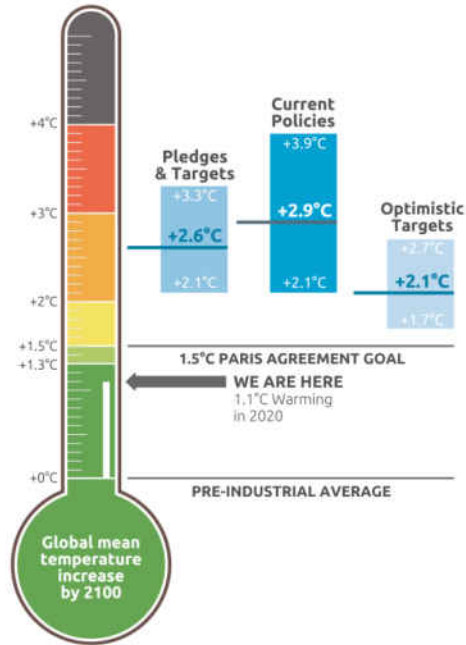
Technologie

Financiering

Ambitieniveau



Onduidelijk is hoe de doelstellingen van Parijs kunnen worden bereikt



CAT warming projections
Global temperature increase by 2100

December 2020 Update

Source: climateactiontracker.org

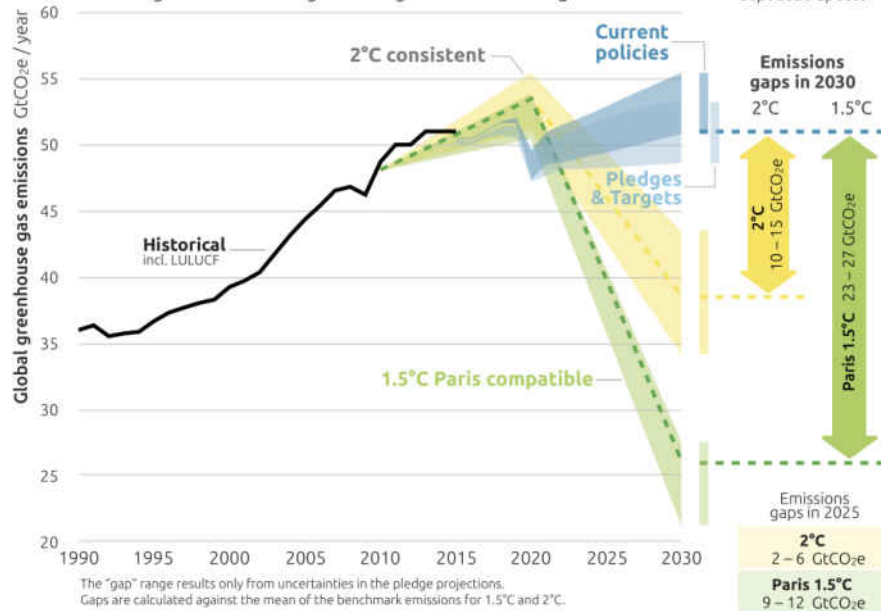
Het huidige beleid & doelstellingen zijn ver verwijderd van wat nodig is

2030 EMISSIONS GAPS

CAT projections and resulting emissions gaps in meeting the 1.5°C Paris Agreement goal vs 2°C Cancún goal

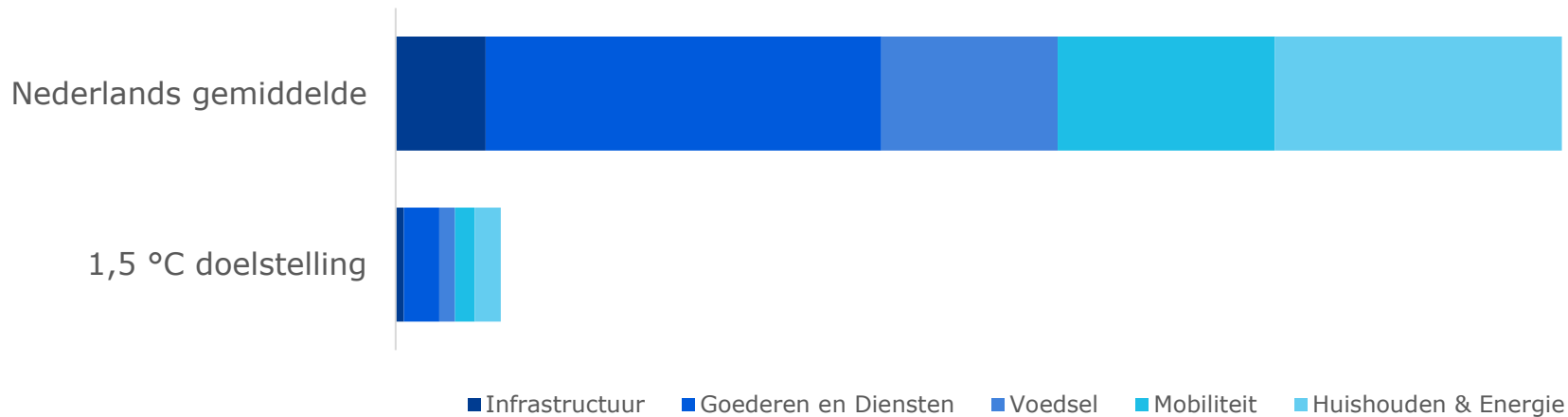


Sept 2020 update

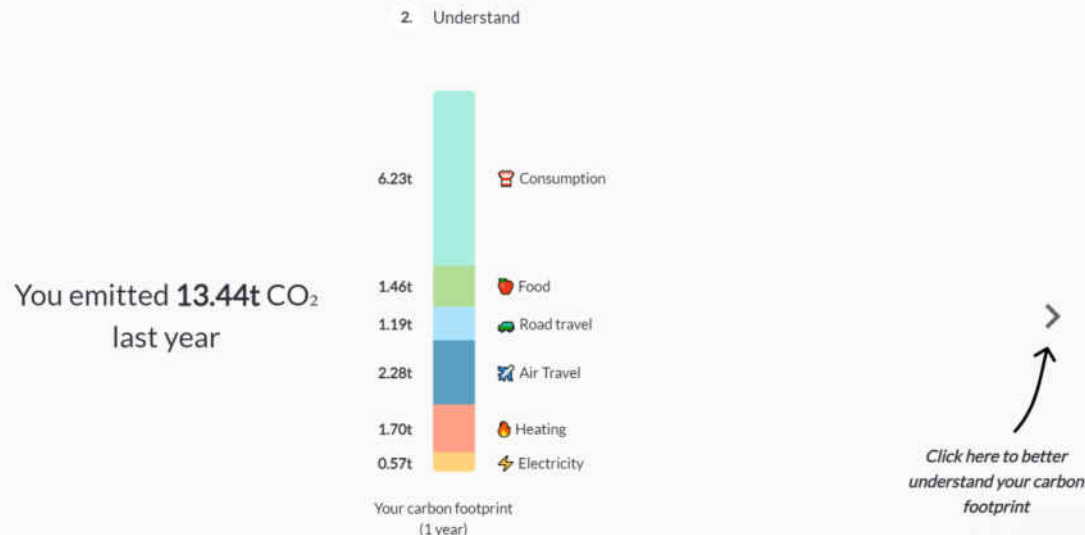


Source: climateactiontracker.org

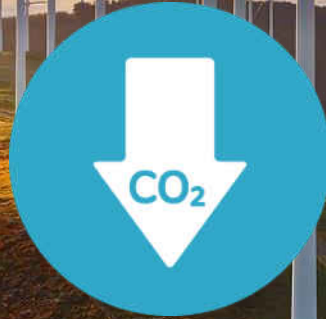
Corporate leadership is nodig om de emissiekloof te dichten



CBS: van meer dan 13 ton CO₂ naar minder dan 1 ton CO₂ per persoon per jaar

[← Back](#)[Calculate](#) [Understand](#) [Reduce](#) [Compensate](#)[Next section](#)

Bereken je eigen CO₂ voetafdruk, leer hoe je deze kunt verkleinen en hoe je klimaatneutraal kunt worden



Effectieve klimaatactie bestaat uit:
vermijden, reduceren en compenseren

Agenda

1

De Klimaat Crisis

2

Climate Action Strategy

3

Case Studies

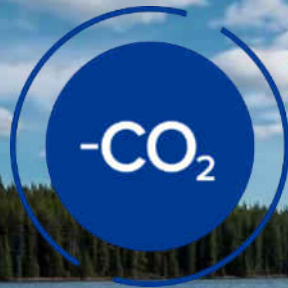




Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
Reduceren



Offsetting



Communicatie

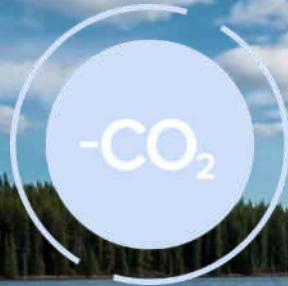
Een holistische klimaatactie strategie voor bedrijven bestaat uit 5 stappen



Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
Reduceren



Offsetting



Communicatie

Hoe wordt de CO₂ -uitstoot van bedrijven berekend?



De berekening is gebaseerd op internationale normen

1

Systeemgrenzen definiëren



2

Verbruiksgegevens verzamelen



3

Emissiefactoren onderzoeken



4

CO₂-uitstoot berekenen

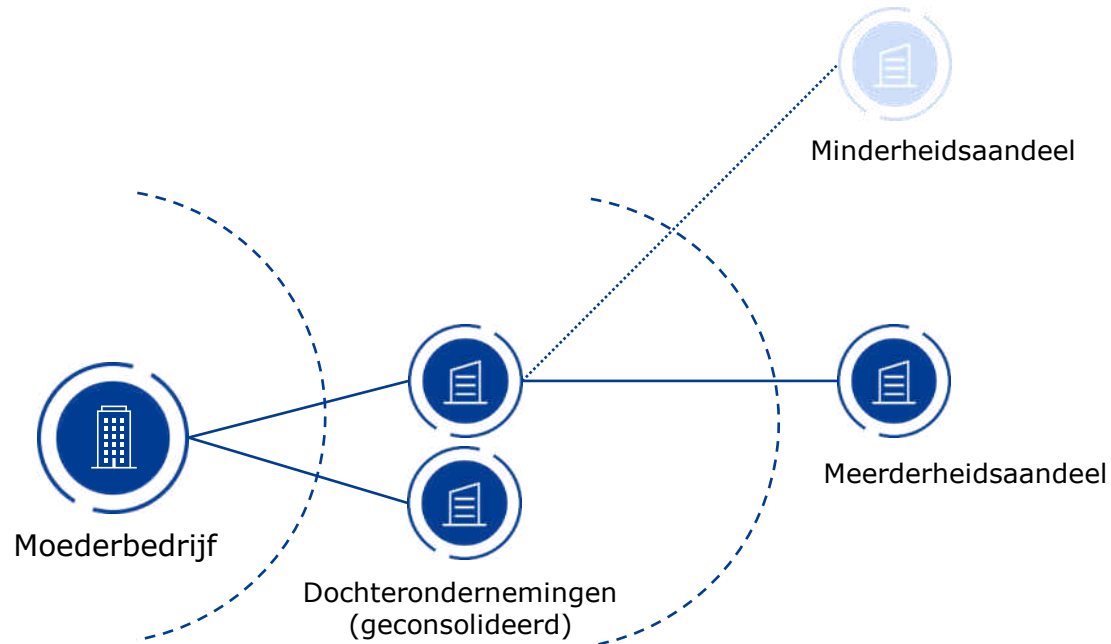


5

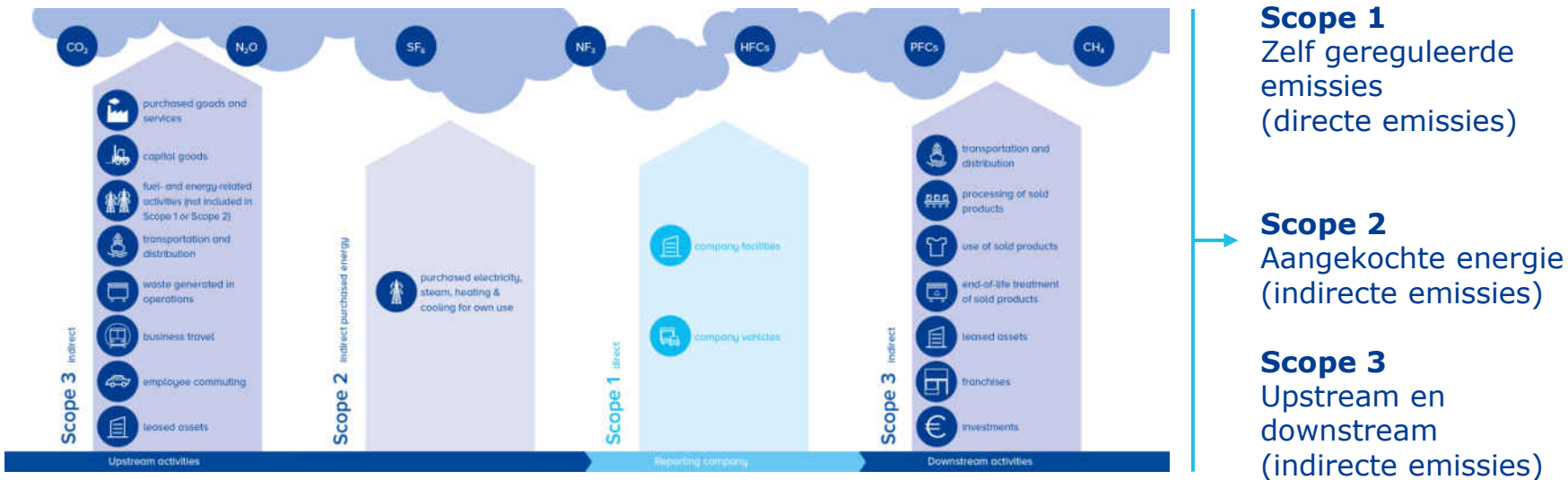
Resultaten documenteren



Corporate Carbon Footprint in 5 stappen



Organisatorische systeemgrenzen: opname van organisatie onderdelen

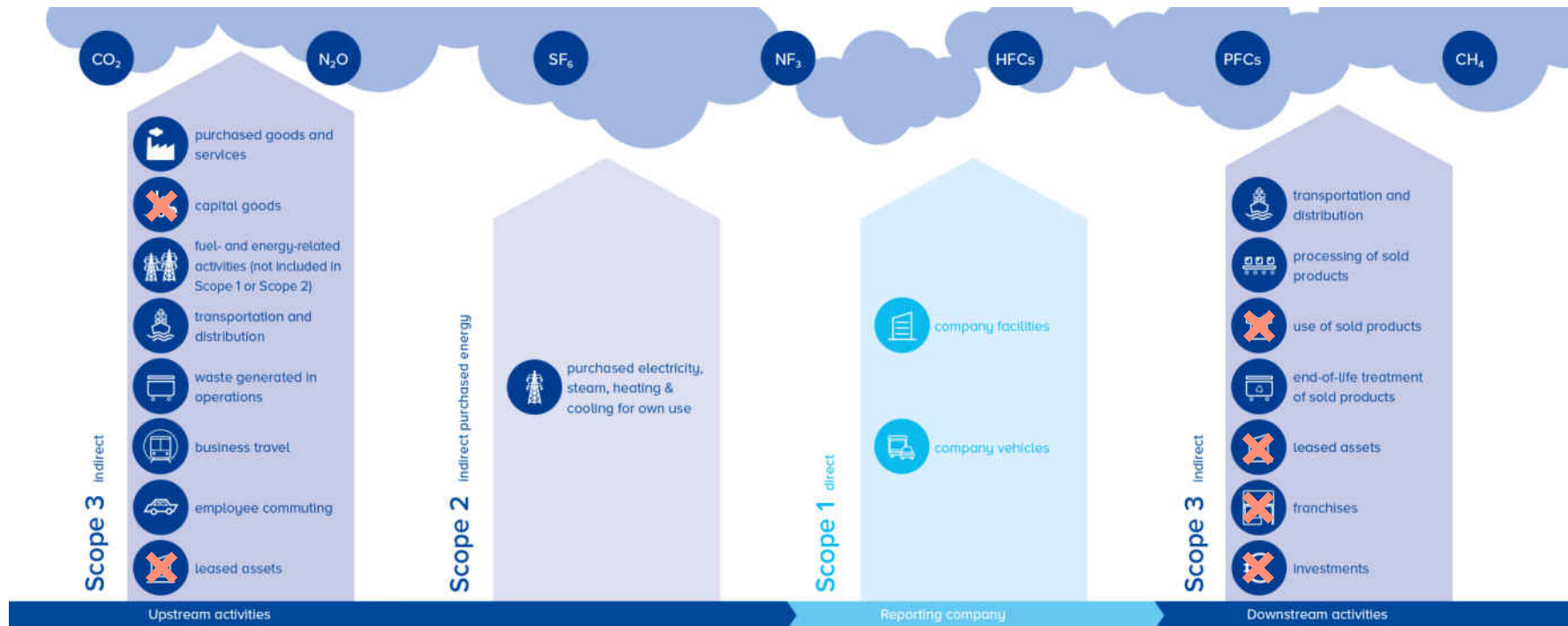



Scope 1
Zelf gereguleerde emissies (directe emissies)

Scope 2
Aangekochte energie (indirecte emissies)

Scope 3
Upstream en downstream (indirecte emissies)

Operationele systeemgrenzen: Volgens het GHG-protocol worden CO₂ -emissies onderverdeeld in Scopes



 Minder relevant voor de meeste bedrijven

Voorbeeld operationele systeemgrenzen voor een producerend bedrijf

1

Systeemgrenzen definiëren



2

Verbruiksgegevens verzamelen



3

Emissiefactoren onderzoeken



4

CO₂ uitstoot berekenen



5

Resultaten documenteren



Corporate Carbon Footprint in 5 stappen

Verbruiksgegevens

- Kwantificering van relevante activiteiten
- Voorbeeld: verbruik van 100L diesel

X

Emissiefactoren

- Cijfers voor broeikasgasemissies per eenheid van activiteit
- Voorbeeld diesel: 2.64 kg CO₂e / L

=

Emissies in CO₂e

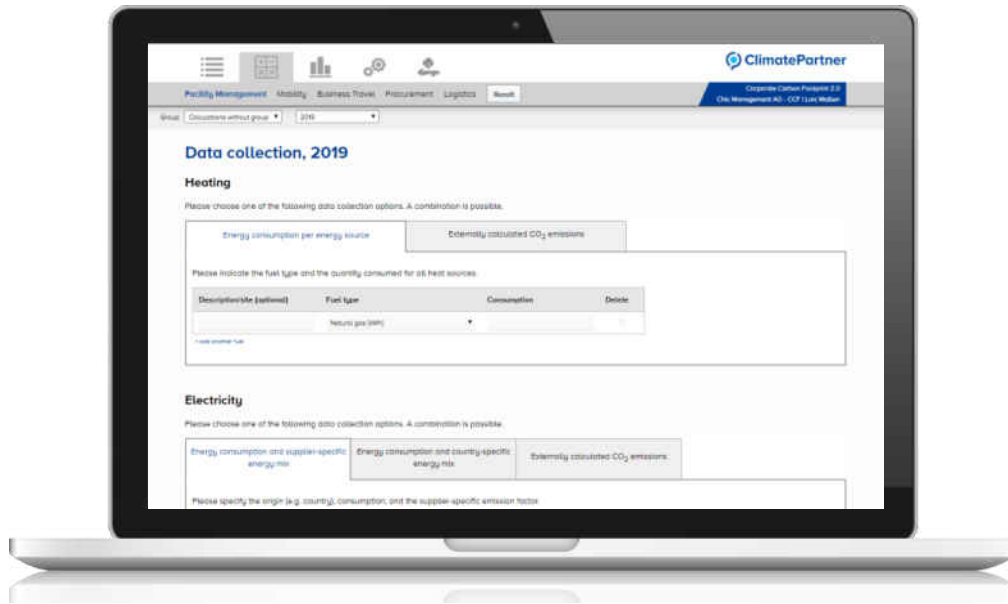
Voorbeeld diesel: 264 kg CO₂e

Berekening van emissies op basis van verbruiksgegevens en emissiefactoren

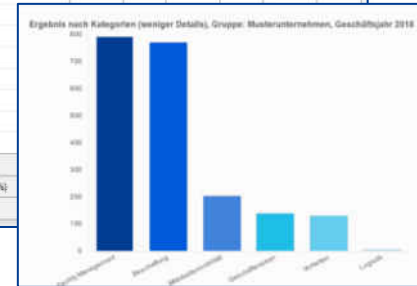
- 1 Systeem grenzen definiëren
- 2 Verbruiksgegevens verzamelen
- 3 Emissiefactoren onderzoeken
- 4 CO₂-uitstoot berekenen**
- 5 **Resultaten documenteren**



Corporate Carbon Footprint in 5 stappen



	Location 2		Location 1		Gesamt	
	[t CO ₂ e]	[%]	[t CO ₂ e]	[%]	[t CO ₂ e]	[%]
Scope 1	900,2	27,3	900,2	22,5	1.800,4	24,6
Fuhrpark	682,6	20,7	682,6	17,0	1.365,1	18,7
Kältemittel	217,6	6,8	217,6	5,4	435,3	6,0
Wärme	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 2	19,2	0,6	506,0	12,6	525,2	7,2
Strom	0,0	0,0	488,8	12,1	488,8	6,7
Fremderzeugte Wärme	19,2	0,6	19,2	0,5	38,3	0,5
Fernkälte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scope 3	2.384,0	72,2	2.602,0	64,9	4.986,0	68,2
Produktions- und Verbrauchsmaterialien	1.859,4	56,3	1.859,4	46,4	3.718,9	50,9
Anfahrt Mitarbeiter	268,2	7,8	268,2	6,5	536,5	7,1
Flüge	27,5	0,8	189,1	4,7	216,6	3,0
Vorkette Kraftstoffe	105,3	3,2	105,3	2,6	210,7	2,9
Eingangslageristik	65,4	2,0	65,4	1,8	130,9	1,8
Vorkette Strom	0,0	0,0	78,5	2,0	78,5	1,1



Met de cloud based software van ClimatePartner kunnen gegevens efficiënt worden verzameld, berekend en geanalyseerd

		[t]	[%]
Scope 1	Heat	151,0	2,3 %
	Vehicle fleet	72,1	1,1 %
	Refrigerant	10,5	0,2 %
	Sum	233,6	3,6 %
<hr/>			
Scope 2	Electricity	301,8	4,7 %
	Sum	301,8	4,7 %
<hr/>			
Scope 3	Production materials	4.070,0	63,0 %
	Packaging	604,0	9,4 %
	Logistics	597,6	9,2 %
	Employee commute	271,4	4,2 %
	Flights	113,0	1,7 %
	Upstream chains	98,9	1,6 %
	Disposal	74,5	1,2 %
	others	93,7	1,5 %
	Sum	5.923,1	91,7 %
<hr/>			
Result		6.458,5	100,0 %

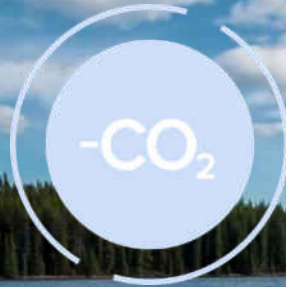
De Corporate Carbon Footprint bevat alle relevante emissiebronnen van een bedrijf



Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
Reduceren



Offsetting

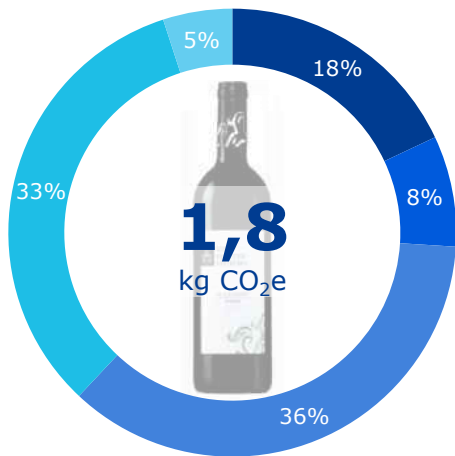


Communicatie

Hoe wordt de CO_2 -uitstoot van bedrijven berekend?



Alle CO₂ emissies in een waardeketen van een product moeten in acht worden genomen



- Wijnbouw
- Fermentatie en kelderbeheer
- Verpakking
- Distributie
- Afvoer



Climate neutral
Wine

ClimatePartner.com/217-50051-1210-1021

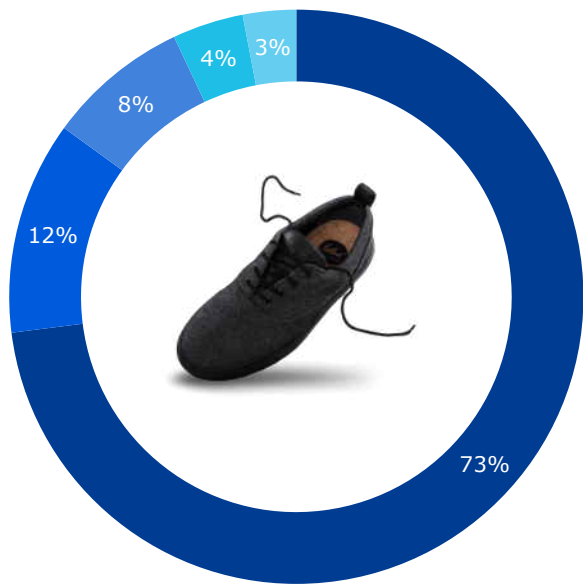


- Ingrediënten
- Verpakking
- Productie
- Logistiek
- Administratie



Climate neutral
Product

ClimatePartner.com/12669-1802-1001



- Materiaal
- Logistiek
- Productie
- Verpakking
- Afvoer



Climate neutral

Product

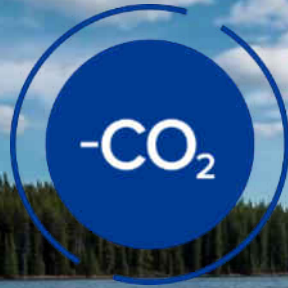
ClimatePartner.com/12898-1807-1001



Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
Reduceren

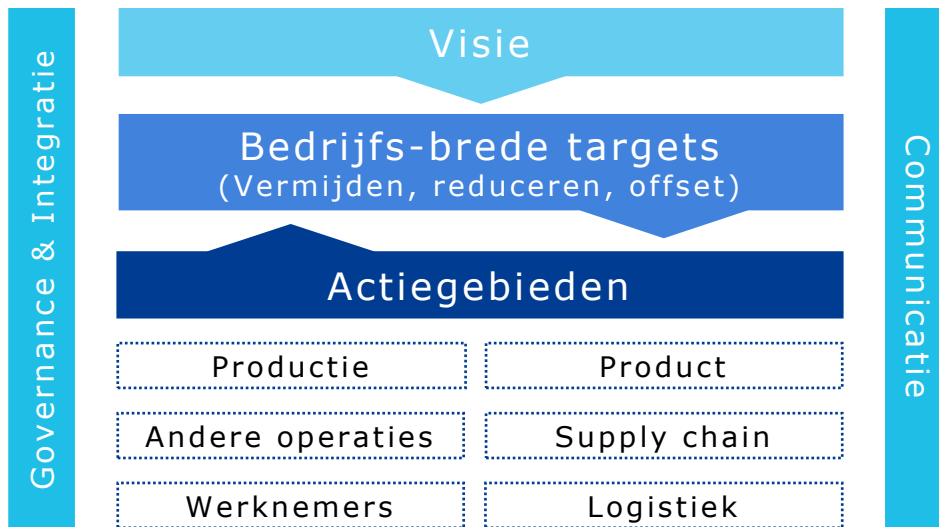


Offsetting



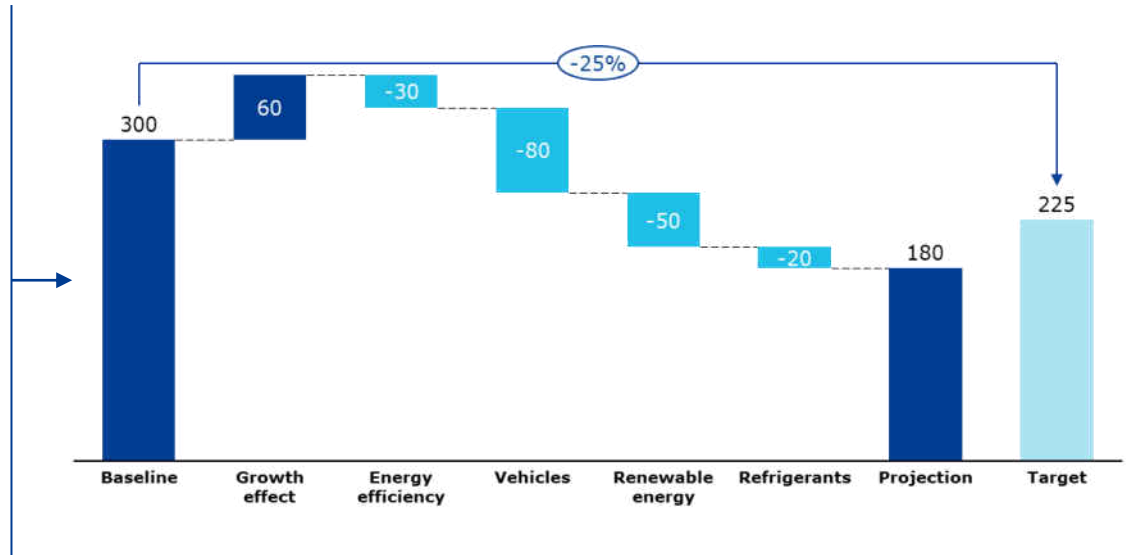
Communicatie

Hoe kunnen CO₂ emissies voor bedrijven en hun producten zowel worden vermeden als gereduceerd?

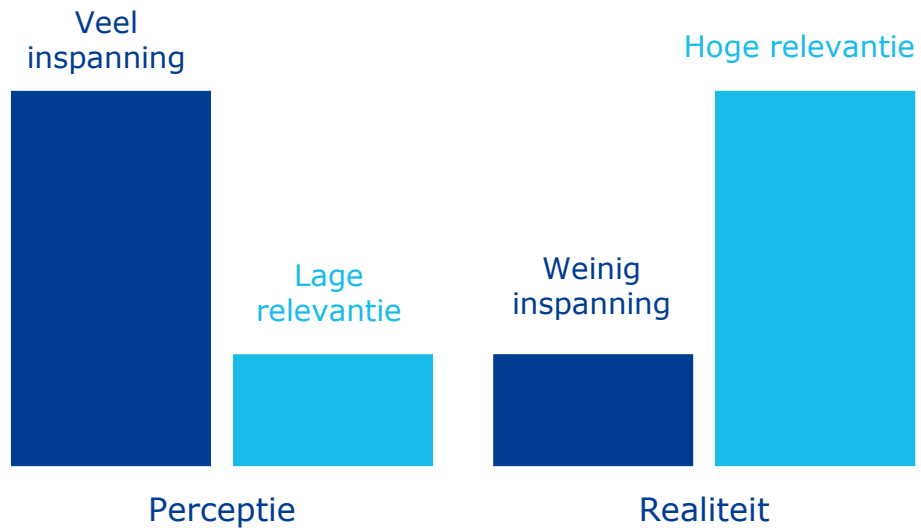


Een holistische Climate action strategy volgt zowel een top-down als een bottom-up benadering

- ✓ Bedrijfsbreed en meerjarig
- ✓ Ambitieuus maar haalbaar
- ✓ Idealiter science-based
- ✓ Bijgehouden en gestimuleerd
- ✓ Gesteund door een duidelijke roadmap



Reductiedoelstellingen moeten worden vertaald in duidelijke activiteiten



Het belang van klimaatbewust inkopen wordt onderschat

		[t]	[%]
Scope 1	Verwarming	151,0	2,3 %
	Wagenpark	72,1	1,1 %
	Koeling	10,5	0,2 %
	Som	233,6	3,6 %
<hr/>			
Scope 2	Electriciteit	301,8	4,7 %
	Som	301,8	4,7 %
<hr/>			
Scope 3	Grondstoffen	4.070,0	63,0 %
	Verpakking	604,0	9,4 %
	Logistiek	597,6	9,2 %
	Woon-werkverkeer	271,4	4,2 %
	Vluchten	113,0	1,7 %
	Upstream (Electriciteit, Verwarming, brandstof)	98,9	1,6 %
	Afvalverwerking	74,5	1,2 %
	Overig	93,7	1,5 %
	Som	5.923,1	91,7 %
Sum	6.458,5	100,0 %	

Optimalisatie van uitstoot van wagenpark

Overschakelen duurzame energie

- Samenwerken met leveranciers
- Stimuleren voor een CO₂-arm productontwerp
- Uitstoot van grondstoffen evalueren en alternatieven identificeren

- OV abonnement voor medewerkers
- Fietsplan voor medewerkers

Wijziging van de reisrichtlijnen/beleidslijnen

Producerend bedrijf: CO₂-reductie hotspots

		[t]	[%]
Scope 1	Verwarming	201,3	12,3 %
	Wagenpark	160,0	9,8 %
	Koeling	0,8	0,0 %
	Som	363,1	22,1 %
<hr/>			
Scope 2	Electriciteit	272,6	16,6 %
	Som	272,6	16,6 %
<hr/>			
Scope 3	Woon-werkverkeer	507,0	30,9 %
	Vluchten	300,0	18,3 %
	Upstream (Electriciteit, Verwarming, brandstof)	125,6	7,6 %
	Extern computer centrum	24,2	1,5 %
	Externe services	16,6	1,0 %
	Kantoor materialen	15,0	0,9 %
	Water	13,5	0,8 %
	Huur en prive voertuigen	3,8	0,2 %
	Som	1.005,7	61,3 %
<hr/>			
Som		1.640,4	100,0 %

Optimalisatie van uitstoot van wagenpark

Overschakelen duurzame energie

- OV abonnement voor medewerkers
- Fietsplan voor medewerkers

Wijziging van de reisrichtlijnen/beleidslijnen

Een Provider kiezen die gebruikt maakt van renewable energy

Dienstverlener: CO₂-reductie hotspots

	Maatregel	CO ₂ e-reductie	Kosten-efficiëntie	Makkelijk te implementeren?	Prioriteit
Optimalisatie energie verbruik	Geoptimaliseerde processen				1
	Moderne apparatuur				2
	Warmte terugwinning				1
	Isolatie van gebouwen				3
Overstappen op lagere emissive opties	Eigen hernieuwbare energie				2
	Duurzame elektriciteit				1
	Warmte kracht systemen (WKK)				3
	Warmte uit zonne-energie, biobrandstoffen, geothermische energie				2
Betrekken	Voorlichting aan werknemers				1

Voorbeeld: prioritering van reductiemaatregelen in Scope 1+2 voor een producerend bedrijf



1

Optimalisatie

- Invoering van ISO 50 001 energie management
- Ventilatoren in diepvrieslijn: 60%-70% efficiënter
- Verlichting: LED -38% verbruik
- Nieuwe koudeopslag: Geoptimaliseerde indeling & ammoniak als koelmiddel
- Warmte terugwinning / opslag voor water- en ruimteverwarming

2

Overschakelen

- Elektriciteit inkoop naar 100% duurzaam
- Eerste vrachtwagen naar LNG (-20% emissies)

3

Betrekken

- Eco training voor vrachtwagen chauffers (-10% verbruik)

Case study: Voedselproducent reduceert in 6 jaar de Scope 1+2 emissies met 42%

1

Optimalisatie

- Duurzamer product design
- Circulair model voor verpakking en voedselafval

2

Overschakelen

- Op **lage emissie materialen** (bijv. emissie factor van gerecycled LDPE is slechts ~25% van nieuw materiaal)
- Naar **lage emissie leveranciers** (bijv. aluminium gemaakt met behulp van groene stroom)

3

Betrekken

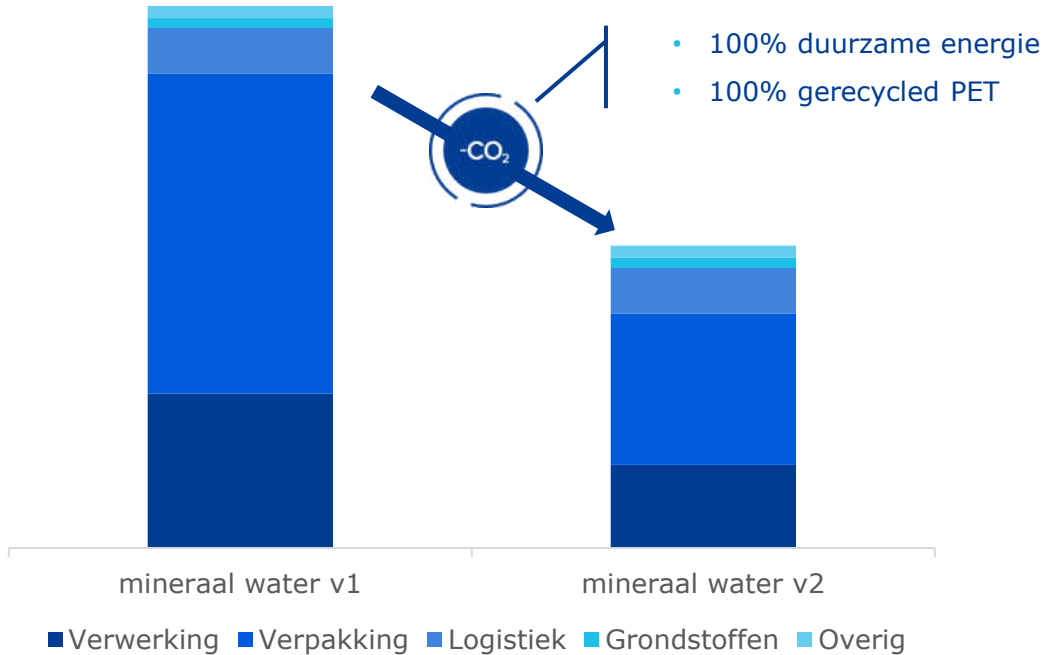
- Met je leveranciers werken aan reductiemaatregelen en goede initiatieven aanmoedigen



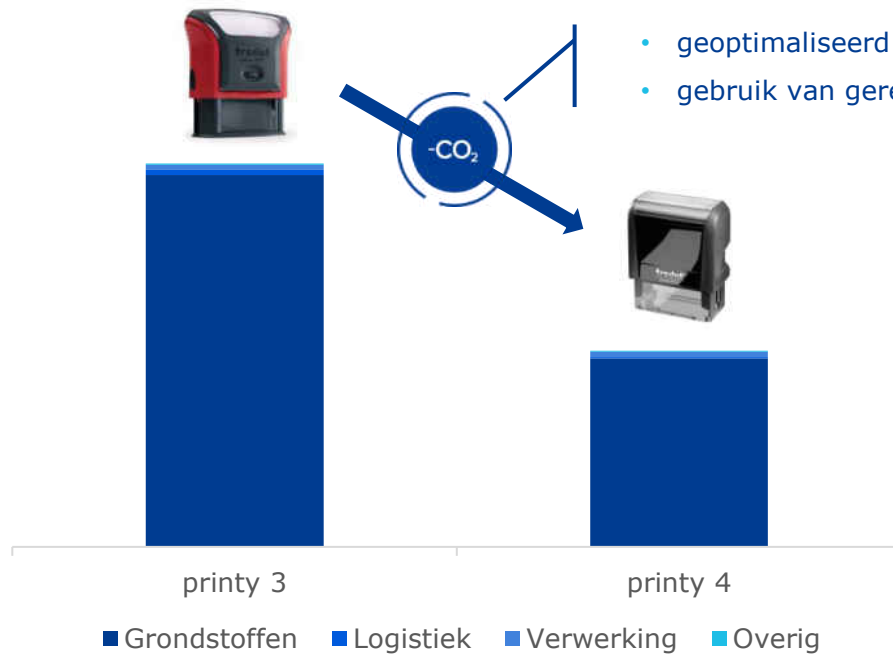
Scope 3: grondstoffen en verpakking vertonen vaak het grootste reductiepotentieel



Zanier x Bleed: klimaatactie in productontwikkeling en materiaalinkoop



De CO₂-emissies zijn met 44% verminderd



- geoptimaliseerd productontwerp
- gebruik van gerecyclede materialen

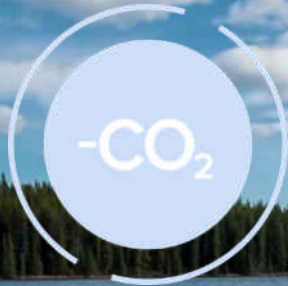
De CO₂-emissies zijn met 48% verminderd



Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
Reduceren

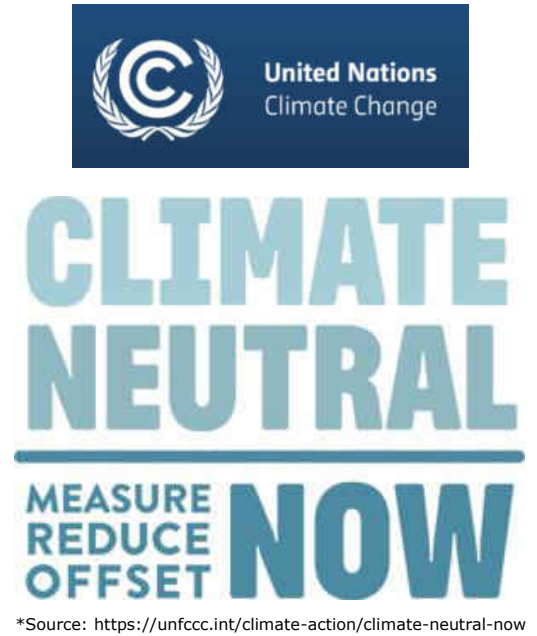
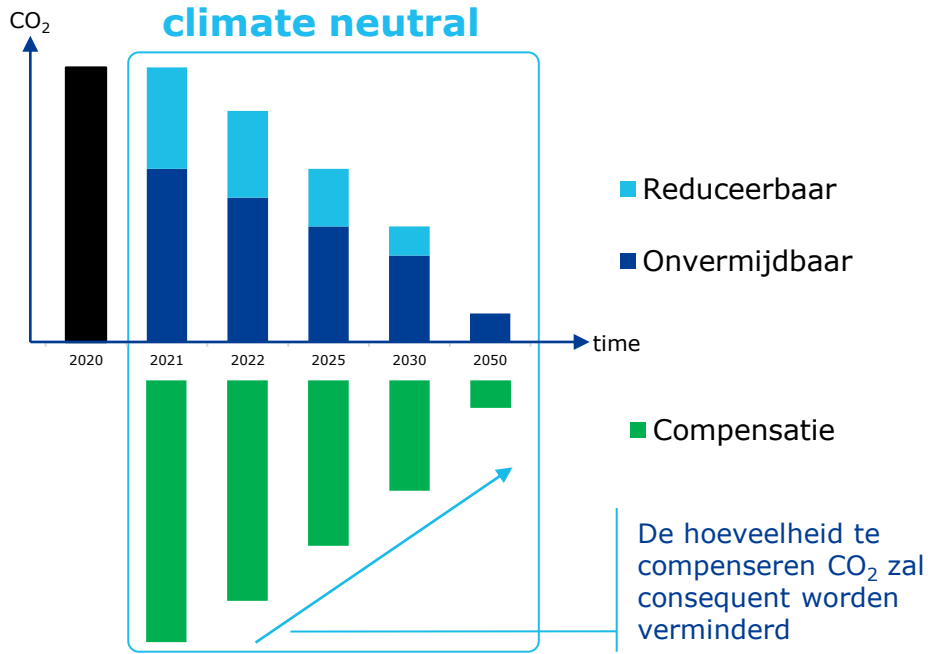


Offsetting



Communicatie

Hoe kan klimaat neutraliteit worden bereikt op bedrijfs- en productniveau?



Een holistische Climate action strategy bestaat uit vermijden, verminderen en compenseren



Hoe kies ik het juiste CO2-offset project?



Welk product is de grootste aanjager van tropische ontbossing in de wereld?

About our ClimateMap ▾

MAP LAYERS

- Our customers
- Our offset projects

SEARCH FILTERS

Offset Projects ▾

Technology ▲

- Biogas
- Biomass
- Clean Cookstoves
- Clean Drinking Water
- Clean Oceans
- Forest
- Geothermal Energy
- Hydropower
- Regional Projects
- Solar Energy
- Wind energy

Standards ▾

Sustainable Development ... ▾



Onze interactieve ClimateMap kan filteren op technologie en SDG's



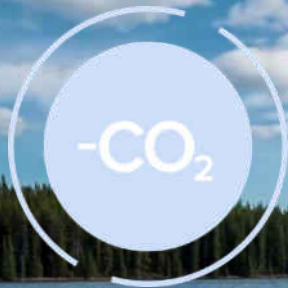
Voorbeeld project: Bamboe bebossing in Nicaragua



Corporate
Carbon Footprint



Product Carbon
Footprints



Vermijden en
reduceren

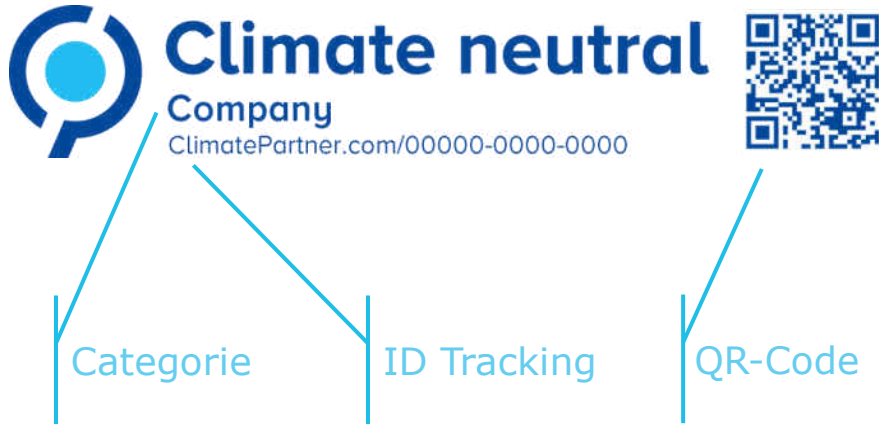


Offsetting



Communicatie

Hoe kun je je inspanningen op transparante manier communiceren?



- ✓ Beschikbaar in verschillende talen
- ✓ Details over uw bedrijf
- ✓ Climate action strategy
- ✓ Reductie maatregelen
- ✓ Download klimaat neutraal certificaat
- ✓ Details over de offset order
- ✓ Details over het offset project
 - Project standaard / auditor
 - Project beschrijving
 - SustDuurzame ontwikkelingsdoelen (SDG)
 - Foto en video van het project


Ons label biedt volledige transparantie



Climate0 Tracking

12841-1805-1001

218,274,000 kg CO₂e
from 2020 offset


**ALDI SÜD Einzelhandels-
GmbH & Co. OHG**

Project details

1095 - Biomass

1095 - Biomass
India - CO2e

Contribution to the UN Sustainable Development Goals (SDGs)

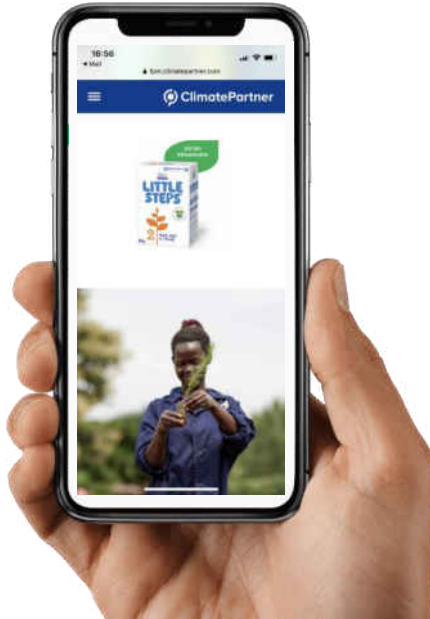
- 1** No Poverty
- 2** Zero Hunger
- 3** Good Health and Well-being
- 4** Quality Education
- 5** Gender Equality
- 6** Clean Water and Sanitation

Certificate

Partner in Climate Protection

**ALDI SÜD Einzelhandels-
GmbH & Co. OHG**
ClimatePartner.com/12841-1805-1001

ALDI: Klimaatneutraal bedrijf



ClimateID Tracking

Produkt: **LITTLE STEPS Produkte (2021-2022)**

CO₂-Emissionen: **13.497.946 kg CO₂**

Produkt: **Nestlé Nutrition GmbH**

Projektdetails

2021 - Aufstellung



Wahlung für einen Klimaneutralitätsplan

Wie werden die Emissionen der Lieferkette?



Klimaschutzmaßnahmen

Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2050 auf null reduzieren:

Wir wollen unsere Netto-Emissionen bis 2050 auf null setzen. Das erreichen wir, indem wir unsere Wertschöpfungskette bis 2050 auf null reduzieren. Wir gehen mit unserem Klimaziel einen Schritt weiter: Wir haben ein Ziel definiert, unsere Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2050 auf null zu reduzieren.

Unsere neuen LITTLE STEPS Produkte in Bio-Pfirsich und Bio-Äpfel:

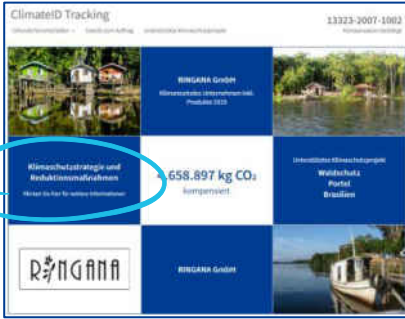
Sie produzieren mit Ökostrom:



Wahlung für einen Klimaneutralitätsplan



Nestle: Klimaataneutrale melkpoeder



Klimaschutzmaßnahmen

Produkt -

Engagement für Nachhaltigkeit

Wirkte und Konsumverhalten verändern sich derzeit radikal. Problemfelder wie Globalisierung, Klimawandel und Rohstoffknappheit führen zu einem immer abstrakteren Umwelt- und Verantwortungsverständnis. Umweltschutz, Ressourcenverschwendung, CO2-Einsparung, Corporate Social Responsibility (CSR), sind Themen, die an keinem Unternehmen vorbeigehen dürfen, aber nicht zu den Stärken der Kosmetikbranche zählen. In der RINGANA Firmengruppe sind diese Themen seit Jahren tief verankert. RINGANA sieht sich als Vorreiter der Branche und will immer wieder neue Akteure werden und über den Trend hinaus Innovationen starten.

RINGANA RE+THINK

E-Nobility und effiziente Routenplanung

Erneuerbare Energie:

Multi informatic

- ✓ Beschikbaar in **verschillende talen**
- ✓ Presentatie van je **climate action strategy**
- ✓ Details van je **reductive prestaties**
- ✓ Link naar je **your website voor meer informatie**

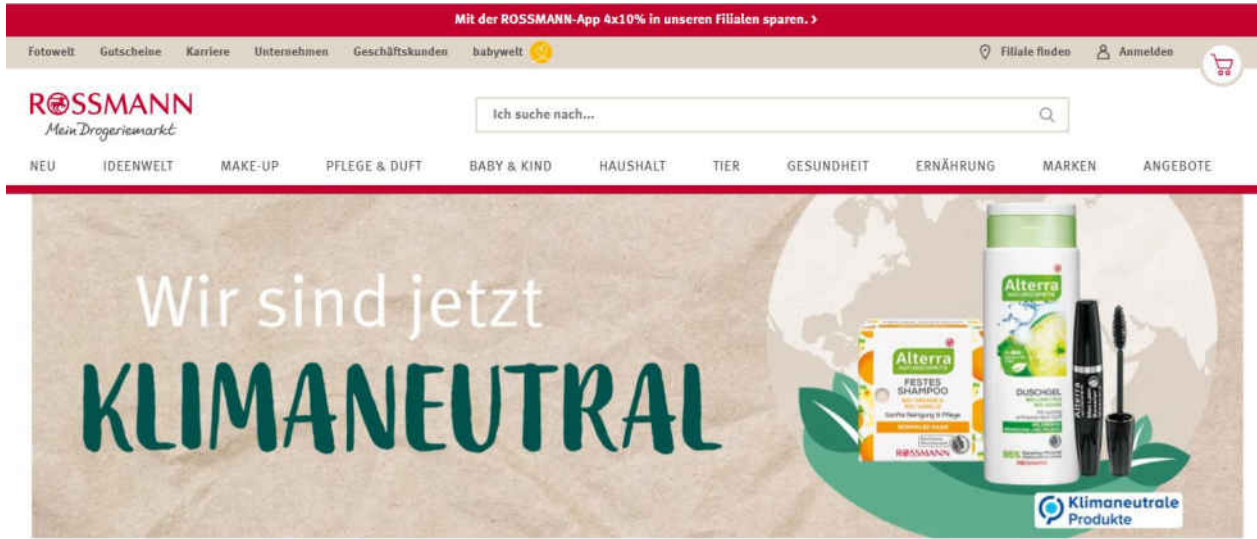
Voeg je Climate action strategy en reductiemaatregelen toe aan de ID tracking, best practice RINGANA cosmetics



Suchen und finden



Retailers lanceren klimaatneutrale merk- en private label producten: website DM



Klimaneutrale Produkte bei ROSSMANN

UNSERE MARKE ALTERRA NATURKOSMETIK IST AB JANUAR 2021 KLIMANEUTRAL

Retailers lanceren klimaatneutrale merk- en private label producten: website Rossmann (onderdeel van AS Watson)

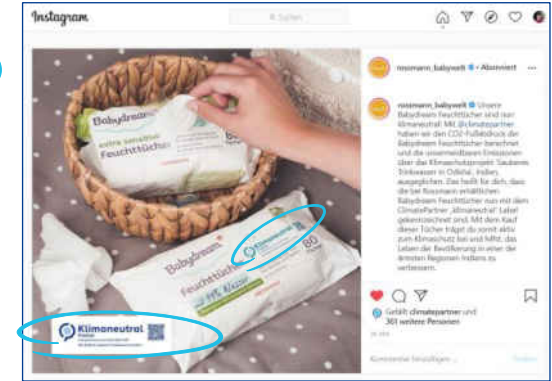
TV – frei öl



Out of home – Aldi Süd



Social Media – ROSSMANN



Best Practices van klanten

Website – Lidl DE

The screenshot shows the Lidl DE website header with the logo and navigation links: "Über Lidl", "Sortiment", "Verantwortung", "Newsroom", "Kontakt". Below the header, a search bar contains the text "„Lidl Klima-Offensive“: Lidl baut klimaneutrales Sortiment aus". The main content area features a large image of various food products (apples, carrots, jars, bread) with labels for "BioLand", "Lidl KLIMA-OFFENSIVE", and "VEGAN". A blue circle highlights the headline "„Lidl Klima-Offensive“: Lidl baut klimaneutrales Sortiment aus". At the bottom of the image, the text reads: "Wir gehen voran! Ab sofort klimaneutrale Produkte in unserem Sortiment."

Website – Delivery Hero

The screenshot shows the Delivery Hero website with a hero image of a man in a red shirt. The text "Delivering a More Sustainable Future" is overlaid on the image. Below the hero image, there is a section titled "Carbon neutral in 2025" with a sub-section "Climate neutral" circled in blue. The "Climate neutral" section includes a small image of a hand holding a leaf and a "ClimatePartner" logo. To the right, there is a paragraph of text explaining the commitment to carbon neutrality by 2025.

Website – Aldi Süd

The screenshot shows the Aldi Süd website with a green background. A large circular logo features the text "Gemeinsam HEUTE FÜR MORGEN das Klima schützen!" and "Klimaneutrales Produkt". Below the logo, the text "Klimaneutrale Produkte" is circled in blue. At the bottom, there is a paragraph of text explaining the commitment to climate-neutral products and the role of the ClimatePartner logo.

Best Practices van klanten

Stores – Aldi Süd



Stores – C&A ES/PT

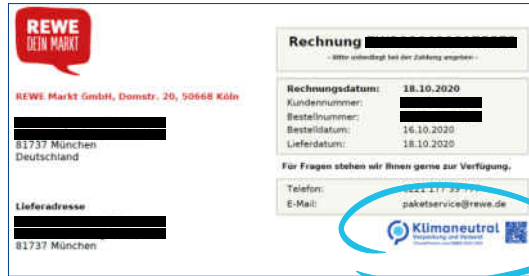


Price tags – Lidl AT



Best Practices van klanten

Invoices – REWE



Display – alpro France



Online – Aldi Süd



Best Practices van klanten

Agenda

1

De Klimaat Crisis

2

Climate Action Strategy

3

Case Studies



CARBON NEUTRAL BURGERS



MENU ITEM	CARBON FOOTPRINT PER PRODUCT, KG CO2e	CARBON FOOTPRINT PER 100G OF PRODUCT, KG CO2e
LoVe Burger	0.490	0.194
LoVe Burger (Gluten free)	0.481	0.200
Double LoVe Burger	0.724	0.199
Crispy Chicken Parm Burger	0.613	0.253
Crispy Chicken Parm Burger (Gluten free)	0.605	0.263
Chargrilled Chicken Burger	0.598	0.262
Chargrilled Chicken Burger (Gluten free)	0.579	0.272
Sweet Carolina Burger	0.430	0.169
Fish finger burger	0.580	0.247
Leon Baked Fries	0.110	0.110
Vegan Cheezy Loaded Fries	0.305	0.113



LEON Restaurants: Climate Neutral Burgers

**MINOR
FIGURES
IS
NOW
CARBON
NEUTRAL**



Minor Figures: Offsetting emissies van voorgaande jaren

How Do We Do This? With Our 3 Sustainability Pledges



1. Climate Neutral Manufacturing

2. Environmentally Friendly Materials

3. Recycle & Reuse



Climate neutral
Mattress

ClimatePartner.com/12901-1807-1001

NECTAR

Nectar Sleep: Klimaatneutrale matrassen

Climate Neutral today, Net Zero tomorrow

As a business, we constantly challenge ourselves to do better and be better.

As you read the report, we're proud to say we're now Climate Neutral. However, we need to go further than that. That's why we set ourselves the challenge, as part of a 4.0 Climate movement, to go to Net Zero by 2030. This is 20 years ahead of the 2050 target set out at the Paris Agreement - which we believe will be too late.

WHAT DOES THIS ACTUALLY MEAN?

Carbon Neutral
Balancing out the emissions you release into the atmosphere with the ones you remove. This can be done by finding an equivalent amount of carbon savings elsewhere in the world.

Climate Neutral
Neutral across carbon and all other greenhouse gas (GHG) emissions. Carbon Neutral usually refers to all GHG emissions but doesn't always. Climate Neutral leaves nothing out.

Net Zero
An extension of Climate Neutrality that requires you to bring your emissions as close to zero as possible across your entire supply chain.



Clear Brand **NET ZERO** | 2030

Mindful Chef

Beyond just carbon

While our focus is on developing a robust reduction strategy and tackling the emissions within our supply chain, we know it's important that we take responsibility for our impact today.

Climate change is a global problem; however, all stakeholders are disproportionately affected. People in developing countries are among those most vulnerable to its impact, and it is their communities which are most living in the hardest. This is largely often having contributed far less to the problem than those in the UK and across the Global North.

As a result, progress on the Sustainable Development Goals is likely to be slower in these countries as they still battle the effects of climate change. The Clear Conditions project in Ghana with the Forest Protection project in Brazil allow us to support members of these communities who help preserve forests to receive the necessary help for real change.

It was really important for us to find the right projects that we are excited to look to the expertise of ClimatePartner who have the a wealth of experience and unique mission - to help improve people's lives while protecting the world around them - align well with our own.

Scan this code for more info.



Climate neutral Company




Climate neutral

Company

ClimatePartner.com/15364-2011-1001




Sesame crusted salmon & buckwheat noodles

fritters

Mindful Chef: Klimaatneutraal bedrijf





Consumenten in staat stellen betere keuzes te maken



Loïc Maßen

Retail, Food & Supply Chain
l.massen@climatepartner.com



Susanne Wöllecke

Mobility, Energy & Integration
s.woellecke@climatepartner.com



Jakob Sterlich

Austria
j.sterlich@climatepartner.com



Emilien Hoet

UK
emilien.hoet@climatepartner.com



Sebastian Schnabel

Automotive, Industry & Beverages
s.schnabel@climatepartner.com



Walter Pohl

Paper, Print & Packaging
w.pohl@climatepartner.com



Daniel Pointner

Austria
d.pointner@climatepartner.com



Tom Sadan

UK
Tom.sadan@climatepartner.com



Michael Flunger

Cosmetics, Hygiene & Non Food
m.flunger@climatepartner.com



Kathrin Streppel

Service provider
k.streppel@climatepartner.com



Sven Berther

Switzerland
s.berther@climatepartner.com



Yen-Ju Ho

International
y.ho@climatepartner.com



Martin Aegerter

Textile & Sports
m.aegerter@climatepartner.com



Nikolina Lange-Stalinski

Travel, Tourism & Logistics
nikolina.lange-stalinski@climatepartner.com



Oktay Çetinkaya

Switzerland
o.cetinkaya@climatepartner.com



Romain Bécaud

France
r.becaud@climatepartner.com



Marcel Sentek

Finance, Insurance, Association & Public sector
m.sentek@climatepartner.com



Christian Regner

Non Food, Food, Media, Publisher & Events
c.regner@climatepartner.com



Robert Viertelhausen

Netherlands
robert.viertelhausen@climatepartner.com



Maria Oldeen

Nordics
m.oldeen@climatepartner.com

Online Academy (150min) in DE/EN/NL

- Climate Action for companies

Online Deep Dives (90min) in DE/EN

- Product Carbon Footprint
- Supply Chain Engagement
- Carbon Offsetting
- Science Based Targets & Net Zero
- Green Energy



Schrijf je in op: www.climatepartner.com/academy

Headquarters

ClimatePartner GmbH

St.-Martin-Str. 59

81669 Munich, Germany

Tel +49 89 1222875-0

germany@climatepartner.com

www.climatepartner.com

Robert Viertelhauzen

+31 6 81 404 225

robert.viertelhauzen@climatepartner.com

Jorinde van Zuijlen

+49 89 12 22 875-1116

jorinde.vanzuijlen@climatepartner.com

ClimatePartner NL

Spaces, Zuid Hollandlaan 9

2596 AL Den Haag

