



Nur gut recycelte Werbeartikel werden zu nachhaltigen Werbeträgern

Die Notwendigkeit nachhaltiger Geschäftspraktiken und die steigende Umweltbewusstheit der Verbraucher haben Unternehmen dazu veranlasst, ihre Marketingstrategien zu überdenken. Eine populäre Methode, um diese beiden Ziele zu vereinen, ist die Verwendung und der Einsatz von recycelten Werbeartikeln. Die Recycling-Idee hat, unter Berücksichtigung des tatsächlichen Nachhaltigkeitsgrades, die Herstellung von Artikeln aus biologisch abbaubarem Material aktuell überflügelt. Trotzdem hat auch Recycling seine Grenzen und nur tatsächlich gut recycelte Werbeartikel verdienen auch das Prädikat „Nachhaltiger Werbeartikel“.

Recycelte Werbeartikel: Ein Überblick

Recycelte Werbeartikel sind eine ideale Möglichkeit, um Ihr Unternehmen zu bewerben und gleichzeitig eine positive Botschaft über Ihre Umweltverantwortung zu senden. Diese Produkte sind aus wiederverwerteten Materialien hergestellt, was die Abfallmenge reduziert und Ressourcen einspart. Zusätzlich sollten die Artikel unbedingt wieder recycelbar sein, um die Rückführung in den Wertstoffkreislauf sicherzustellen. Durch einen optimierten Recyclingprozess lassen sich nicht nur die Ressourcen einsparen, sondern CO₂-Werte deutlich senken. Das Angebot recycelter Werbeartikel ist in den letzten Jahren sprunghaft

gestiegen und egal ob recycelte Stofftaschen, Notizbücher, Trinkflaschen, Kleidung oder Kugelschreiber, es gibt kaum eine Produktkategorie, die keine recycelte Alternative mehr bietet. Man ist geneigt zu glauben, ein Segen für den umweltbewussten Käufer. Aber Vorsicht, nicht jedes recycelte Produkt ist gleichzeitig ein nachhaltiger Artikel und nicht jede Nachfrage generiert ein optimiertes, nachhaltiges Produkt. Nun ist die Definition von Nachhaltigkeit ein weitverbreiteter und ebenso unterschiedlich oft definierter und interpretierter Begriff.



Ein langlebiger Werbeartikel ist ein nachhaltiger Werbeartikel

Betrachten wir lediglich die verwendeten recycelten Materialien, so stellen wir fest, dass sich zum Beispiel nicht jeder Kunststoff zum Recycling oder gar Upcycling eignet. Sehr oft leidet die Qualität des Produktes durch die sekundäre oder mehrfache Verwendung des Materials. Primär ist ein Werbeartikel dann nachhaltig, wenn er eine langlebige Werbekommunikation garantiert, einen Zusatznutzen bietet und kein Einwegprodukt darstellt. Dazu ist die Verwendung von optimalen Materialien ein absolutes Muss. Die Reduktion der Qualität, durch den Einsatz von minderwertigen Materialien und die damit einhergehende Verkürzung der Lebensdauer, steht der eigentlichen Nachhaltigkeit negativ entgegen. Aus diesem Grund sollten sich auch die Käufer von recycelten Werbeartikeln zunächst über die tatsächlich eingesetzten recycelten Materialien informieren, um eine positive und nachhaltige Werbewirkung zu erzielen.



Werbeartikelbranche Vorreiterrolle bei Optimierung von Recyclingverfahren

Wenn vorhandene Wertstoffkreisläufe gegeben sind, was leider immer noch zu wenige Länder vorweisen können, so ist es trotzdem möglich, optimal recycelte Materialien zu beziehen und diese für die Herstellung neuer Produkte einzusetzen. Die Werbeartikelbranche zeigt hier eindrucksvoll, wie recycelte Post Consumer oder Post Industrielle Materialien wieder verarbeitet werden können. Recycelte Kunststoffe wie ABS, gewonnen aus Gehäusen von Elektrogeräten aller Art, PET aus recycelten Getränkeflaschen oder Aluminium aus recycelten Getränkedosen bilden ein Großteil von recyceltem Abfallmaterial, welchem Dank innovativer Techniken und Verarbeitungsprozessen wieder ein Nutzen gegeben wird. Auch das Naturmaterial Holz lässt sich im Recyclingprozess nachhaltig umsetzen, wobei hier speziell die gesicherte, nachhaltige Wiederaufforstung im Fokus eines tatsächlich nachhaltigen Werbeartikels aus Holz steht.

Recyceltes Material fordert veränderte Herstellungsprozesse. Sehr oft können für die Herstellung von Werbeartikeln aus recyceltem Kunststoff nicht die identischen Werkzeuge für den Spritzguss eingesetzt werden. Weiter ist der Verschleiß der Werkzeuge bei nicht sortenreinen Rezyklaten höher. Der Fertigungsprozess wird somit aus gleich mehreren Gründen kostenintensiver. Es liegt auf der Hand, dass recycelte Produkte nicht nur einen höheren Nachhaltigkeitsgrad, sondern auch einen höheren Preis als herkömmliche Produkte haben. Auch hier müssen wir als Gesellschaft erkennen, dass wir, wenn wir es ernst meinen mit der Nachhaltigkeit auch bereit sein müssen, dafür einen höheren Preis zu zahlen. Die Werbeartikelbranche zeigt sich auch in der Optimierung der Produktionsprozesse und Recyclingverfahren (Nutzung von recycelten Materialien) innovativ. Dies hat eine entsprechend positive Auswirkung auf das allgemeine Preisgefüge der recycelten Werbeartikel.



Recycling nur ein Bestandteil für ein Prädikat „Nachhaltigkeit“

Das optimale eingesetzte recycelte Material bildet die Basis für einen nachhaltigen Werbeartikel. Den tatsächlichen Nachhaltigkeitsgrad bestimmen aber weitere Faktoren. Hierzu zählen neben den technischen Zertifikaten, die den Einsatz von recyceltem Material grundsätzliche bestätigen, die Daten und Hintergrundinformationen der Hersteller der Produkte. So sollte neben dem Produkt auch der Produktionsprozess, die Veredelung, die Verpackung, bis hin zum Transport eine ganzheitliche CO₂-Bemessung und Reduktion gegeben sein, um einen tatsächlichen klimatischen Fußabdruck des Produktes definieren zu können. Neben den so definierten ökologischen und ökonomischen Aspekten, fließen auch die sozialen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Herstellers in den Nachhaltigkeitsgrad des Produktes.

Deshalb empfiehlt es sich beim Kaufwunsch eines tatsächlich nachhaltigen Werbeartikels, nicht nur die produktspezifischen Informationen, sondern auch den Herstellungsprozess zu hinterfragen. Wohl dem, der hier auf die Beratungskompetenz der DIE6 Gruppe zurückgreifen kann.

Gute Argumente für eine nachhaltige Kommunikation

Insgesamt bieten recycelte Werbeartikel Unternehmen die Möglichkeit, ihre Markenbotschaft mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz in Einklang zu bringen. Kunden schätzen diese Bemühungen, und es ist eine wirksame Möglichkeit, die Markentreue zu stärken. Der Einsatz von recycelten Werbeartikeln ist nicht nur eine kluge Marketingstrategie, sondern auch ein wichtiger Schritt zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks Ihres Unternehmens. Aus diesem Grund ist der Kauf und Einsatz von nachhaltigen, recycelten Werbeartikeln auch ein Beitrag für Ihren Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsbericht. Recycelte Werbeartikel sind somit nicht mehr nur ein Kommunikationstreiber, sondern auch ein Beitrag zum Umweltschutz und zur Schaffung einer nachhaltigen Zukunft.



Alexander Ullmann
Geschäftsführer
uma Schreibgeräte
Ullmann GmbH

Alexander Ullmann studierte an der Dualen Hochschule Villingen-Schwenningen internationales Marketing und Betriebswirtschaft mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B.A.). Nach der Dualen Ausbildung sammelte er als Produktmanager und Marketingassistent in den HUKLA Werken Erfahrung, bevor er 2007 offiziell in den Familienbetrieb uma Schreibgeräte Ullmann GmbH einstieg. Gemeinsam mit seinem Vater und Bruder leitet er heute den Betrieb in dritter Generation und zeichnet sich speziell für die Geschicke in Vertrieb und Marketingaktivitäten verantwortlich. Als Innovationsführer im Werbeschreibgerätesektor setzt uma ständig neue Trends und schreibt aus der Familientradition heraus das Thema Nachhaltigkeit auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene groß. Hierzu zählt unter anderem der Einsatz von recycelten Materialien mit messbarer CO₂-Reduktion in Schreibgeräten, deren Design und Qualität sowohl national als auch internationale aufsteigende Nachfrage trifft. Mit 170 Mitarbeiter/innen am Standort Fischerbach, im Herzen des Schwarzwaldes, schreibt uma seit rund 80 Jahren nachhaltig Schreibgerätegeschichte. uma-pen.com