



Kurzfassung Endbericht

Green Gimix

Ökologische und nachhaltige Give Aways

**Ein Kooperationsprojekt von
Die Wiener Volkshochschulen GmbH
"die umweltberatung" Wien
Buchengasse 77 /4, 1100 Wien
www.umweltberatung.at**

und

**Österreichisches Ökologie-Institut
Kompetenzfeld Ressourcenmanagement
Seidengasse 13, 1070 Wien
www.ecology.at**

Wien, März 2013

Auftraggeber:

**Bundesministerium für Land-
und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft**
Abt. V/3: Betrieblicher Umweltschutz und Technologie
Stubenring 1
1010 Wien

Öko Kauf Wien
MA 22
Dresdner Straße 45
1200 Wien

Kurzfassung Green Gimix

Sämtliche Formulierungen (z.B. "Kunde", "Lieferant", "Kooperationspartner" etc.) in diesem Text sind zum Zweck der leichteren Lesbarkeit geschlechtsneutral gehalten, gelten jedoch gleichermaßen für Frauen und Männer. Nach Möglichkeit kommt die Formulierung „–Innen“ zum Einsatz.

Projektleitung:

Mag.^a Elisabeth Tangl

"die umweltberatung" Wien

+43 (0)1 803 32 32-71

elisabeth.tangl@umweltberatung.at

www.umweltberatung.at

Projektteam "die umweltberatung"

DI (FH) Harald Brugger MSc, Mag.^a Angelika Hackel MSc, Mag.^a Andrea Husnik, Mag.^a Michaela Knieli, Mag.^a Manuela Lanzinger, Mag.^a Veronika Mader, Mag.^a Magdalena Recheis, Mag.^a Gabriele Wittner, Eva Ballhaus MSC

Projektteam Österreichisches Ökologie-Institut

DI Christian Pladerer

DI Maria Kalleitner-Huber

Ressourcenmanagement

+43 (0) 699 1 523 61 32

pladerer@ecology.at

www.ecology.at

Inhalt

1. Einleitung GreenGimix.....	5
2. Auswahlkriterien für Werbeartikel und Rolle von Nachhaltigkeit.....	6
3. Akzeptanz und Relevanz von Nachhaltigkeit bei der Zielgruppe	7
4. Kriterien für ökologische Werbegeschenke	9
4.1. Kriterien Lebensmittel und Getränke	10
4.2. Kriterien Pflanzen	10
4.3. Kriterien Büroartikel	10
4.4. Kriterien Reinigungsmittel.....	11
4.5. Kriterien Kosmetik	11
4.6. Kriterien Spiele und Spielzeug.....	11
4.7. Kriterien Textilien.....	11
4.8. Kriterien Geschirr.....	12
4.9. Kriterien Accessoires.....	12
4.10. Kriterien Anzündhilfen.....	12
4.11. Kriterien Upcycling Produkte/Accessoires	12
4.12. Kriterien Upcycling Produkte/Schmuck.....	13
5. Bezugsquellen Green Gimix	13

1. Einleitung GreenGimix

In vielen Unternehmen wird der Umweltgedanke immer wichtiger, ein Trend der sich auch auf dem Werbemittelmarkt deutlich abzeichnet. Das Angebot im Bereich nachhaltiger und ökologischer Werbeartikel GreenGimix, wird immer größer, engagierte Unternehmen und Veranstalter von Events haben dennoch Schwierigkeiten, Werbemittel zu finden, die konsequent nachhaltig produziert werden. Im Zuge des Projektes sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- Was sind nachhaltige und ökologische Gimix?
- Was sind die wesentlichen Kaufkriterien?
- Wie beurteilen die Zielgruppen Gimix?
- Wo kann ich nachhaltige und ökologische Gimix beziehen?

Die entwickelten Kriterien für GreenGimix vereinen ökologische, ökonomische und soziale Gesichtspunkte wie z.B. Ressourcenschonung, Sicherung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen und Entlohnung, Vermeidung langer Transportwege, Bevorzugung heimischer Produktionsstätten.

Darüber hinaus wurden Bezugsquellen für nachhaltige Werbeartikel recherchiert. Es wurde eine qualitative Umfrage bei Entscheidungsträgern durchgeführt, um Kriterien für den Einkauf von Werbemitteln zu erheben. In einer Onlinebefragung unter KonsumentInnen wurden die Einstellungen und Erwartungen der Zielgruppe zu Werbemitteln erhoben.

Trend zu nachhaltigen Werbeartikel

Nur wer auf nachhaltige und individuelle Kundenlösungen setzt, kann in Zeiten einer stagnierenden oder sogar rückläufigen Werbeartikelnachfrage weiter erfolgreich sein. So lautet das Fazit einer Umfrage des Instituts für Handelsforschung (IfH) unter 500 Werbeartikelherstellern und -händlern in sieben europäischen Ländern. Befragt wurden Werbeartikelhersteller und -händler aus Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden und Österreich. 73 Prozent der Befragten schätzen, dass die **Marktbedeutung umweltfreundlicher Werbeartikel** weiter steigen wird. Schon jetzt ist das Thema Nachhaltigkeit für jedes dritte Unternehmen von hoher Bedeutung. Ein vergleichbares Ergebnis haben die durchgeführten Interviews ergeben.

Zunehmend wichtiger erscheint zudem die Individualität der Produkte: Jedes zweite in der Werbeartikelbranche tätige Unternehmen setzt auf Custom-made-products. Unverkennbar ist dabei der Trend zu „green products“, deren Spektrum inzwischen vom ökologisch produzierten

T-Shirt bis zur biologisch abbaubaren Filztasche reicht. Ungebrochen ist der Trend zum hochwertigen Werbeartikel (PSI, 2010).¹

Der Trend „weg vom billigen Streuartikel hin zu **wertvollen und lang anhaltenden** Werbeträgern“ wie zum Beispiel hochwertige Kappen und Jacken ist ebenfalls zu bemerken. Die Kunden wollen eher personalisierte, individuelle Produkte, limited Editions seien da genauso gefragt wie Sammelobjekte jeglicher Art.²

2. Auswahlkriterien für Werbeartikel und die Rolle von Nachhaltigkeit

Die Erhebung der Entscheidungskriterien erfolgte bei ausgewählten Institutionen aus den Branchen Wirtschaft, Finanz, Bildung, öffentliche Verwaltung, Sportvereine und NGOs in den Bereichen Gesundheit, Sozialdienstleistungen und Umwelt. Die gemachten Angaben reichen von „wir bemühen uns weitgehend“ oder „hohe Qualität ist gleich bedeutend mit nachhaltig“ bis hin zur Berücksichtigung von anerkannten Zertifikaten wie dem Österreichischen Umweltzeichen für Druckerzeugnisse, Fair Trade oder FSC.

Nachfolgend sind Angaben zu den **Auswahlkriterien von Werbeartikeln** aufgelistet, die im Rahmen der qualitativen Interviews erhoben wurden.

- Kosten/Nutzen Verhältnis, Preis (12)
- Qualität (9)
- praktischer Nutzen (5)
- Ökologische Gesichtspunkte (Abfallvermeidung, Verpackung, Materialauswahl) (7)
- muss zum Unternehmensimage/-zweck passen, direkter Bezug erkennbar (6)
- Herkunft, Regionalität, Österreich, nicht Fernost (5)
- Zielgruppengerecht, zweckmäßig für unterschiedliche Zielgruppen (3)
- Herstellung (4)
- Umweltzeichen für Druckerzeugnisse (3)
- Sinnhaftigkeit (2)
- soziale Kriterien der Herstellung (3)
- Soziale Kriterien Nutzung: gesundheitsverträglich; Sicherheit - Stofftiere, Spielzeug (1)

Die Frage nach der **Rolle von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Beschaffung** wurde mit untenstehenden Erläuterungen kommentiert.

¹ PSI 2010. Das Internationale Netzwerk der Werbeartikelbranche. Markt & Trends. http://www.psi-network.de/markt_trends_8.html [abgerufen am 02.12.2010]

² http://www.cash.at/fileadmin/pdf/2012/CASH_1012/files/assets/basic-html/page96.html

Ja, weil:

- Ökologische Gesichtspunkte (Abfallvermeidung, Verpackung, zertifizierte Materialien (FSC) und Herstellung (Bio), Transport per Schiff, Druckfarben, Solarpaneele) (10)
- Transparenz und geringe Umweltauswirkungen in der Herstellung (6)
- Image (3)
- Verantwortung SpenderInnen gegenüber (3)
- Qualität (3)
- Sinnhaftigkeit (2)
- Haltbarkeit, keine Wegwerfprodukte (3)
- großes Anliegen, nachhaltige produzierte Artikel zu verwenden (2)
- Herkunft, Produktionsland (2)
- Fair Trade (1)
- Kundennachfrage, bewusstes Einkaufsverhalten (1)

Nein, weil:

- Preis (6)
- Preis bei großer Stückzahl (2)
- wirtschaftlicher Umgang mit Spendengeldern, Kosten meist höher (1)
- Bezugsquellen; schwierig was Passendes zu finden (3)
- Aussehen (1)
- Schlechte Qualität (1)
- Art der Verpackung und Herstellung entspricht nicht Firmenphilosophie (1)
- geringer Einfluss auf Sponsorengeschenke (1)

3. Akzeptanz und Relevanz von Nachhaltigkeit bei der Zielgruppe

Ziel der Befragung war es herauszufinden, welche Einstellung die EmpfängerInnen von Werbegeschenken gegenüber diesen haben. Es wurde erhoben, wie nützlich sie unterschiedliche Arten von Werbegeschenken finden und woran sie ein ökologisches Werbegeschenk erkennen.

In der Onlinebefragung wurden 299 KonsumentInnen befragt. Die Nützlichkeit und die Herkunft eines Werbegeschenkes halten die Befragten für sehr wichtig. Ökologische Werbemittel werden hauptsächlich an Gütezeichen und Labels erkannt. Die Verwendung von ökologischen Materialien ist ein weiteres Erkennungszeichen für ökologische Werbemittel. Auch aus dem Verpackungsdesign ziehen die Konsumenten Rückschlüsse auf den ökologischen Wert eines Werbemittels.

Woran ökologische Produkte erkannt werden

Die TeilnehmerInnen wurden gefragt, wie sie ein ökologisches Werbemittel erkennen. Gütesiegel und Labels wurden mit rund 25 % am häufigsten genannt. Einige der Befragten gaben konkrete Labels an, die meisten davon nannten FAIRTRADE und das EU Biozeichen, knapp dahinter lag das Österreichische Umweltzeichen mit 11 Nennungen.

Am zweithäufigsten (14 %) wurde die Verwendung ökologischen Materials als Erkennungszeichen für ökologische Werbemittel genannt. Die Verpackungsbeschriftung und das Herkunftsland waren für rund 8 % der Befragten wichtige Orientierungshilfen. Ökologisches Verpackungsdesign und ein sinnvolles, langlebiges Produkt sind für rund 6 % ein Hinweis auf ein ökologisches Werbegeschenk.

Frage 6: Woran erkennen Sie ein ökologisches Werbegeschenk?

Kriterium	Nennungen	%
Gütesiegel	100	23,4
Österreichisches Umweltzeichen	11	2,6
EU Ecolabel	1	0,2
Blauer Engel	2	0,5
FairTrade	21	4,9
EU Biozeichen	20	4,7
FSC	4	0,9
ökologisches Material	58	13,6
Beschriftung auf Verpackung	36	8,4
Herkunft, Firma die verschenkt	34	8,0
ökologisches Verpackungsdesign	29	6,8
sinnvolles, brauchbares Produkt	25	5,9
weiß nicht/nicht 100 % erkennbar	23	5,4
Regionalität	18	4,2
Produktqualität	14	3,3
kein Plastik	10	2,3
beiliegende Produktinfo	5	1,2
ökologisches Werbemittel gibt es nicht	4	0,9
eigenes Ermessen	4	0,9
Recyclierbar	3	0,7
Verzicht auf Werbegeschenk	3	0,7
langlebig	2	0,5

4. Kriterien für ökologische Werbegeschenke

Für jede Produktgruppe wurden Musskriterien und Bonuskriterien definiert. Als Musskriterium gelten, wenn vorhanden, bestehende staatliche oder anerkannte Umweltlabels. Für Produktgruppen, für die es keine staatlichen oder andere anerkannte Labels gibt, wurden die Kriterien durch das Projektteam definiert. Dies gilt zum Beispiel für Produkte aus Upcyclingprozessen. Produktion in einem sozialökonomischen Betrieb und Regionalität (Produktion im Umkreis von 150 km) wurden z. B. als Bonuskriterium gewertet.

Bei der Recherche wurde auf Langlebigkeit und den Gebrauchsnutzen der Produkte geachtet. Werbegeschenke, die zu reinen Dekorationszwecken dienen, wurden nicht in die Liste aufgenommen. Weiters wurden nur Produkte in die Bezugsquellenliste aufgenommen, die entweder auf der Verpackung oder auf dem Produkt selbst mit dem Branding des Unternehmens versehen werden können.

Aus der Recherche wurden folgende Produkte ausgeschlossen:

- Produkte aus Polyvinylchlorid
- Elektrogeräte, die mit Batterien oder Akkus betrieben werden
- USB Sticks, da keine Produkte am Markt, deren elektronische Bauteile nachhaltig sind
- Anzuchtsets u. Topfpflanzen, da die Erden u. Quellscheiben nicht garantiert torffrei
- Düngelplättchen, da sie mit gewässerbelastenden Aluminiumsalzen überzogen sind.
- Produkte aus Biokunststoffen bis zur Erstellung der Umweltzeichen Richtlinie

Empfehlung für Verpackungsmaterialien

Verpackungsmaterialien mit Ausgangsstoffen aus zertifizierten, nachwachsenden Rohstoffen sollen bevorzugt werden, wenn diese nach nachhaltigen Kriterien produziert werden. Verpackungen aus Papier und Karton aus FSC Holz sind zu bevorzugen. Kleinstverpackungen und Einzelverpackungen, wie zum Beispiel für Kugelschreiber, sind zu vermeiden.

Für die nachfolgenden Produktgruppen wurden Bezugsquellen für ökologische Werbegeschenke recherchiert (Liste abrufbar unter <http://www.umweltzeichen.at>).

4.1. Kriterien Lebensmittel und Getränke

Produkte Lebensmittel: Apfelchips, Bio-Frutti-Würmchen, Geschenkboxen, Gewürze, Gummibärchen, Kaffee, Logo-Obst, Müsli, Nüsse, Schokolade, Snacks, Tee, Trockenfrüchte, Zucker

Produkte Getränke: Spirituosen, Bier, Säfte und Most

Musskriterien: Bio-Produktion nach der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau

Bonuskriterien: Mehrwegverpackung, FAIRTRADE, Produktion in sozialökonomischem Betrieb, Produktion in Österreich

4.2. Kriterien Pflanzen

Produkte: Samensäckchen, Blumenkugeln, Kresse-Igel, Blumensamen-Briefkarten

Musskriterien: Produktion nach der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau, ausschließliche Verwendung von torffreier Erde, Verzicht auf Mineraldünger

Bonuskriterien: Produktion in Österreich

4.3. Kriterien Büroartikel

Produkte: Stifte, Kugelschreiber, Tintenroller, Marker, Radierer, Spitzer, Lineal, Haftnotizen, Büroklammern, Stiftebox, Mappen, Kalender, Notizblöcke, Notizhefte, Notizbücher, Taschen (aus Papier), Stempel, Mousepads.

Musskriterien: Produkte mit Umweltzeichen: Österreichisches Umweltzeichen, Blauer Engel, Empfehlungen der Initiative Clever einkaufen, Holz produziert aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC-Siegel 100 %), Papierprodukte aus 100 % Recycling-Papier, **Upcycling-Büroartikel** aus Recycling-Kunststoff, Produktionsabfällen oder gebrauchten Materialien

Bonuskriterien: Produktion in Österreich, Nachfüllbarkeit oder austauschbare Kleinteile (Minen bei Kugelschreibern, Messer bei Spitzern), Holz unbehandelt oder aus Holzabfallprodukten (Äste), Umweltzertifizierung der Produktionsstätte, Kleber aus Wasserbasis, PVC-freie Radierer, FAIRTRADE

4.4. Kriterien Reinigungsmittel

Produkte: Allzweckreiniger, Sanitärreiniger, Küchenreiniger, Fensterreiniger, Glasreiniger, Handgeschirrspülmittel, Maschinengeschirrspülmittel

Muskriterien: Produkte mit Österreichisches Umweltzeichen, EU Ecolabel, Nordic Swan oder positiv bewertet von "die umweltberatung", Verpackungsanforderungen des Österreichischen Umweltzeichens bzw. EU Ecolabel, Herstellung des Reinigungsmittels in Deutschland, Österreich oder der Schweiz.

Bonuskriterien: Produktion nach der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau, kindersicherer Verschluss

4.5. Kriterien Kosmetik

Produkte: Rinse-Off Kosmetika (Seifen, Shampoo etc.), Lippenbalsam

Muskriterien: Produkte mit Naturkosmetik-Gütesiegel (BDIH, NaTrue), Österreichisches Umweltzeichen, EU Ecolabel, Bio-Produktion nach der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau

Bonuskriterien: Frei von Konservierungs- und Duftstoffen

4.6. Kriterien Spiele und Spielzeug

Produkte: Spielkarten, Brettspiele, Baukasten, Holzspielzeug, Frisbee, Fußball, Springseil

Muskriterien: Holz produziert aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC-Siegel 100 %, PEFC wenn aus heimischer Produktion), Papierprodukte aus 100 % Recycling-Papier, kein Batteriebetrieb, kein PVC, heimische Produktion, Textilien siehe Richtlinie für Textilien

Bonuskriterien: Produktion in Österreich, FAIRTRADE, Holz unbehandelt, sozialökonomischer Betrieb

4.7. Kriterien Textilien

Produkte: Werbetextilien, Taschen (aus Baumwolle), T-Shirts, Schürzen

Muskriterien: Global Organic Textile Standard (GOTS), EU Ecolabel für Zellulosefasern

Bonuskriterien: FAIRTRADE, Produktion in Österreich, sozialökonomischer Betrieb, Produkt aus 100 % kontrolliert biologischem Anbau, EU Ecolabel, Fair Wear Foundation, andere Ökolabels

4.8. Kriterien Geschirr

Produkte: Gläser, Dekanter

Musskriterien: Produktion in Österreich, Europa, wenn der Produktionsstandort EMAS zertifiziert ist

Bonuskriterien: Sozialökonomischer Betrieb

4.9. Kriterien Accessoires

Produkte: Buttons, Einkaufswagenchip, Küchenartikel aus Holz

Musskriterien Produktion in Österreich oder bei Holzprodukten: FSC oder PEFC

Bonuskriterien: Sozialökonomischer Betrieb

4.10. Kriterien Anzündhilfen

Produkte: Zündhölzer

Musskriterien: Produktion in Europa oder FSC –Zertifizierung

Bonuskriterien: Zündholz aus Recyclingkarton

4.11. Kriterien Upcycling Produkte/Accessoires

Produkte: Accessoires, Dekoration, Geldbörsen, Handy- bzw. Smartphone Taschen, Krawattenbroschen, Lampen, Schneeschaukel, Schneeschieber, Tagungsmappen, Taschen, Tischsets, Visitenkartentäschchen, Büromaterial aus Pappe

Musskriterien: Produkte aus Produktionsabfällen oder bereits gebrauchten Materialien, Europäische Produktion, Österreichisches Umweltzeichen für Produkte aus Recyclingpapier

Bonuskriterien: Sozialökonomischer Betrieb, Produktion in Österreich

4.12. Kriterien Upcycling Produkte/Schmuck

Produkte: Schmuck

Kurzfassung Green Gimix

Musskriterien: Produkte aus Produktionsabfällen oder bereits gebrauchten Materialien, Europäische Produktion oder FAIRTRADE

Bonuskriterien: Sozialökonomischer Betrieb, Produktion in Österreich

5. Bezugsquellen Green Gimix

Die recherchierten Produkte sind über die GreenGimix Datenbank abrufbar:

www.umweltberatung.at/greengimix.