

AUSGEZEICHNET

Nachhaltigkeit
bei Omnes

WIEN. Die Wiener Werbeagentur Omnes hat das unabhängige Nachhaltigkeitsiegel von Green Brands erhalten. Die internationale Organisation zeichnet damit Unternehmen in unterschiedlichen Branchen aus, die sich für Klima und Umwelt engagieren. Omnes-Geschäftsführer Jürgen Bauer: „Als wir von der Nennung erfahren haben, waren wir besonders stolz. Schließlich ist Green Brands ein unabhängiges Gütesiegel, welches zahlreiche Kriterien im Bereich Nachhaltigkeit einbezieht.“ Seit mehreren Jahren reduziere die Agentur bewusst ihren CO₂-Fußabdruck, so Bauer weiter.

Grünes Zeichen gesetzt

Jüngst hat sich die Agentur zudem mit der Post-Mailing-Aktion „Samenkugeln – wachse mit uns“ dafür eingesetzt, die Stadt grüner zu machen. Mit dem Mailing wurden bienenfreundliche Samenkugeln an ausgewählte Unternehmens als Give-aways verschickt.



© Florian Wieser

Mit Gütesiegel

Jürgen Bauer gründete 2007 die Agentur Omnes, die jetzt als „Green Brand“ zertifiziert wurde.

Verpackung zählt

Der Unternehmensberater Bain & Company hält im aktuellen Paper & Packaging Report die Rolle von Nachhaltigkeit fest.



© Bain & Company

Bain-Partner Florian Müller sieht das Thema Nachhaltigkeit auch in der Papier- und Verpackungsindustrie angekommen.

•• Von Sascha Harold

WIEN. Nachhaltigkeit wird für die Verpackungsbranche zum Wettbewerbsfaktor. Wer dabei nicht mitzieht, wird im Wettbewerb abgehängt. Zu diesem Schluss kommt eine aktuelle Bain-Studie. Auswirkungen hat das auf zahlreiche Branchen, nicht zuletzt im Direktmarketing wird häufig auf aufwendig produzierte Verpackungen gesetzt. Diese mit dem Gedanken der Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen, wird eine Herausforderung für die Zukunft.

Material bedenken

„Die Zeiten sind vorbei, in denen Entscheidungen in der Papier- und Verpackungsindustrie ausschließlich auf Grundlage von Kosten und Funktionalität getroffen werden konnten“, betont Florian Müller, Bain-Partner und Branchenexperte. „Jetzt steht Nachhaltigkeit im Vordergrund.“ Problemfelder gibt

„

Jetzt steht Nachhaltigkeit im Vordergrund.

“

es aktuell noch einige. So sind sich viele Kunden nicht sicher, welche Verpackungsmaterialien wirklich nachhaltig sind. Einer schon 2022 durchgeführten Bain-Befragung zufolge meinten etwa 70% der Konsumenten, dass Einweggläser eine geringere CO₂-Bilanz hätten als Einwegplastik – obwohl das Gegenteil der Fall ist.

Auch für Hersteller ist die Sachlage oft nicht einfach zu durchschauen, auch weil sich die

Umweltauswirkungen von Verpackungsmaterialien oft schwer bemessen lassen. So schneiden flexible Verpackungen aus Kunststoff zwar bei Produktion und Transport besser ab als andere, sie sind aber weniger kreislauffähig oder biologisch abbaubar. „Bei der Wahl des Verpackungsmaterials – sei es Papier, Kunststoff, Metall oder Glas – gibt es derzeit keinen klaren Sieger“, weiß deshalb auch Michael Staebe, Bain-Partner und Leiter der Praxisgruppe Industriegüter und -dienstleistungen in D-A-CH.

Wirtschaftlich sinnvoll

Der Bain-Report beleuchtet auch die wirtschaftlichen Benefits, die sich für Unternehmen ergeben, die auf mehr Nachhaltigkeit setzen. „Wenn führende Papier- und Verpackungsunternehmen auf Nachhaltigkeit setzen, können sie durch Kosteneinsparungen und weitere Maßnahmen ihr EBITDA um vier bis sechs Prozentpunkte steigern“, so Staebe.