

Nachhaltige Werbeartikel

Marktüberblick, Trends und Orientierung
für die öffentliche Beschaffung



Referenten: Jasmin Hollstein & Matthias Sowa
H.K.S. 7 Werbeagentur GmbH | www.gruene-werbung.eu

Brauchen wir noch Werbeartikel?

Werbeartikel im Marketing-Mix (GWW* Studie)

- **91 %** der Empfänger nutzen Werbeartikel selbst
- **61 %** nutzen Werbeartikel länger als ein Jahr
- **98 %** besitzen Werbeartikel
- Geringe Streuverluste – langfristige Werbewirkung

Quelle: Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.

Problem vieler klassischer Werbeartikel:

- Oft kein echter Nutzen
- Kurze Nutzungsdauer
- Geringe Wertigkeit vieler Produkte
- Nicht mehr passend zu nachhaltiger Kommunikation

Hochwertige Werbeartikel:

- Wecken positive Emotionen
- Erhöhe Sympathie & Relevanzwerte der Marke
- Sprechen das Belohnungssystem an

Unser Ansatz:

- Nicht weniger Werbeartikel – sondern hochwertigere

Unser Motto:

Jeden schlechten Werbeartikel durch einen nachhaltigen und hochwertigen Werbeartikel ersetzen.

- Langlebige Produkte statt Wegwerfartikel
- Mehr Nutzen und höhere Wertschätzung

Was einen nachhaltigen Werbeartikel ausmacht:



(ökologisches Material + faire Produktion) x lange Nutzungsdauer = echte Nachhaltigkeit

Materialgruppen:



Naturmaterialien

Holz, Papier, Kork.
Pflanzen und Samen.
Nachwachsend und haptisch
hochwertig.



Naturfasern

Bio-Baumwolle, Jute, Filz.
Entscheidend für langlebige
Taschen und Textilien.



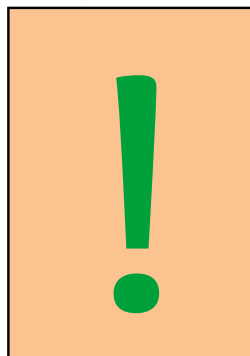
Pflanzen-Viskosefasern

Bambus oder Holz (aus
Zellulose hergestellt).
Ressourcenschonende
Alternativen.



Recyclingmaterialien

rPET (recycelte PET-Flaschen),
Recyclingpapier. Schließt den
Kreislauf bestehender
Kunststoffe.



Bio-Kunststoffe

- Im Idealfall biobasiert und biologisch abbaubar
- nicht alle sind kompostierbar oder recyclingfähig

Markttrends 2026

- Nachhaltigkeit wird zum Standard
- Premium statt Streuartikel
- Regionale oder europäische Produktion
- Starke Nachfrage nach individueller Inhouseproduktion
- Phygital: Verbindung von physischem Produkt und digitaler Kommunikation

Praxisbeispiel: Der Sprout Samenbleistift



Zwei Nutzungsphasen: Zuerst ein langlebiges Schreibgerät.

Zero Waste: Ist der Stift zu kurz, wird die Samenkapsel am Ende eingepflanzt.

Neues Leben: Aus dem Stift wachsen Blumen oder Kräuter.

Nachhaltige Botschaft: Ein starkes, emotionales Symbol für Wachstum und Naturverbundenheit direkt auf dem Schreibtisch.

Haptischer Kontakt

Empfänger erhält den Sprout-Bleistift mit Logoverpackung



Der Scan

User scannt den QR-Code auf der ökologischen Verpackung



Digitale Verlängerung

Direkte Weiterleitung auf die Landingpage

www.meine-aktion.de

Conversion & Bindung

Abruf von Pflanzanleitungen, Kampagnen-Infos oder Kontaktaufnahme



Produkte: beliebte, langlebige Alternativen



Unterwegs

Mehrweg-Trinkflaschen
& Becher

Reduzieren täglich Einwegmüll,
hohe Sichtbarkeit am Arbeitsplatz



Transport

Taschen aus rPET,
Bio-Baumwolle oder Jute

Extrem lange Nutzungsdauer,
fungieren als wandelnde
Werbeflächen

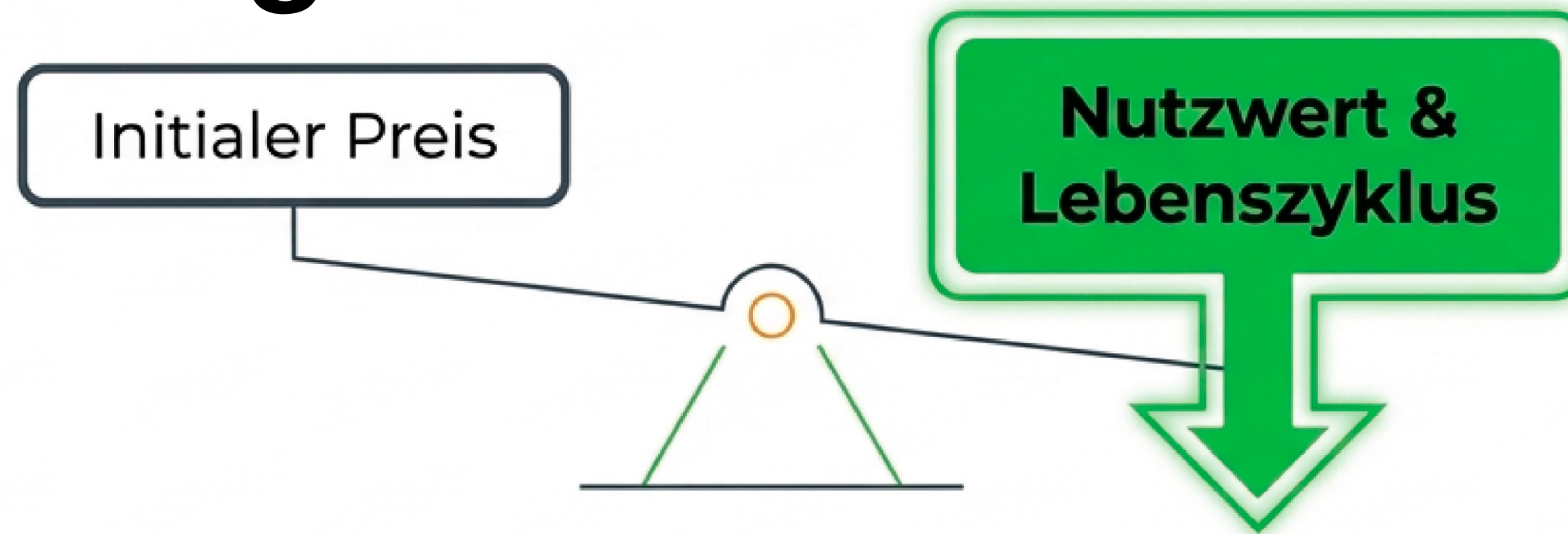


Büro & Alltag

Samenpapier & Pflanzprodukte /
Langlebige Schreibgeräte

Hoher emotionaler Wert,
interaktives Erlebnis

Der Kompass für die öffentliche Beschaffung



Weg von der reinen Preis-Fokussierung: Der billigste Artikel ist oft der teuerste, wenn er sofort im Müll landet (Cost-per-Use-Prinzip)

Fokus auf Nutzwert: Erfüllt das Produkt eine echte Funktion im Alltag des Empfängers?

Transparenz: Nachvollziehbare Materialien und Herkunft prüfen.

Gütezeichen und Herkunft



Häufig angefragt:

- FSC / PEFC für nachhaltige Forstwirtschaft
- Made in Germany, regionale oder europäische Produktion
- Bio-Baumwolle und Fair Trade bei Textilien
- EU-BIO und Fair Trade bei Lebensmitteln

weitere Siegel:

- Umweltengel, EU ECO Label
- Oeko-Tex, GOTS, IVN, Gruener Knopf bei Textilien
- Fair Wear Foundation
- Bioland
- V-Label (vegetarisch, vegan)

„Der nachhaltigste Werbeartikel ist der, der tatsächlich genutzt wird.“

Nachhaltige Werbeartikel verbinden Kommunikation, Funktion und Verantwortung.
Wenn Materialien, Nutzung und Lieferketten gemeinsam betrachtet werden,
bleibt Haptik auch im digitalen Zeitalter unersetzlich.

Lassen Sie sich von unserer kostenlosen Musterbox inspirieren!
Eine kurze Mail genügt: muster@gruene-werbung.eu

Wir sind Bio-, FSC- und PEFC zertifiziert.

**Was sagt Ihr
Werbeartikel über
Ihre Marke aus?**

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an unserem Vortrag.

Das Thema nachhaltige Werbemittel wirft in der Praxis oft individuelle Fragen auf – insbesondere im Hinblick auf Materialien, Siegel und Beschaffung.

Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie Unterstützung bei der Auswahl oder Umsetzung nachhaltiger Werbeartikel benötigen.

Wir beraten Sie praxisnah und lösungsorientiert.

Ihr Team von
gruene-werbung.eu

Kontakt:

H.K.S. 7 Werbeagentur GmbH
gruene-werbung.eu

Enneper Straße 64
58135 Hagen
Telefon 02331 473 40 0

sales@gruene-werbung.eu

