

**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

–
Fakultät III
Medien, Information
und Design

Werbemittelanalyse

*Eine Untersuchung der Produktkommunikation zu Biokunststoffen
an der Hochschule Hannover*

16. Februar 2017

Miriam Jaspersen, Franziska Grundmeier

IfBB – Institut für Biokunststoffe und Bioverbundwerkstoffe

www.ifbb-hannover.de



Inhalte

- Fakten zur Erhebung
- Ergebnisse
- Best Practices und Fazit

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Fakten



Studiensteckbrief – Merkmale

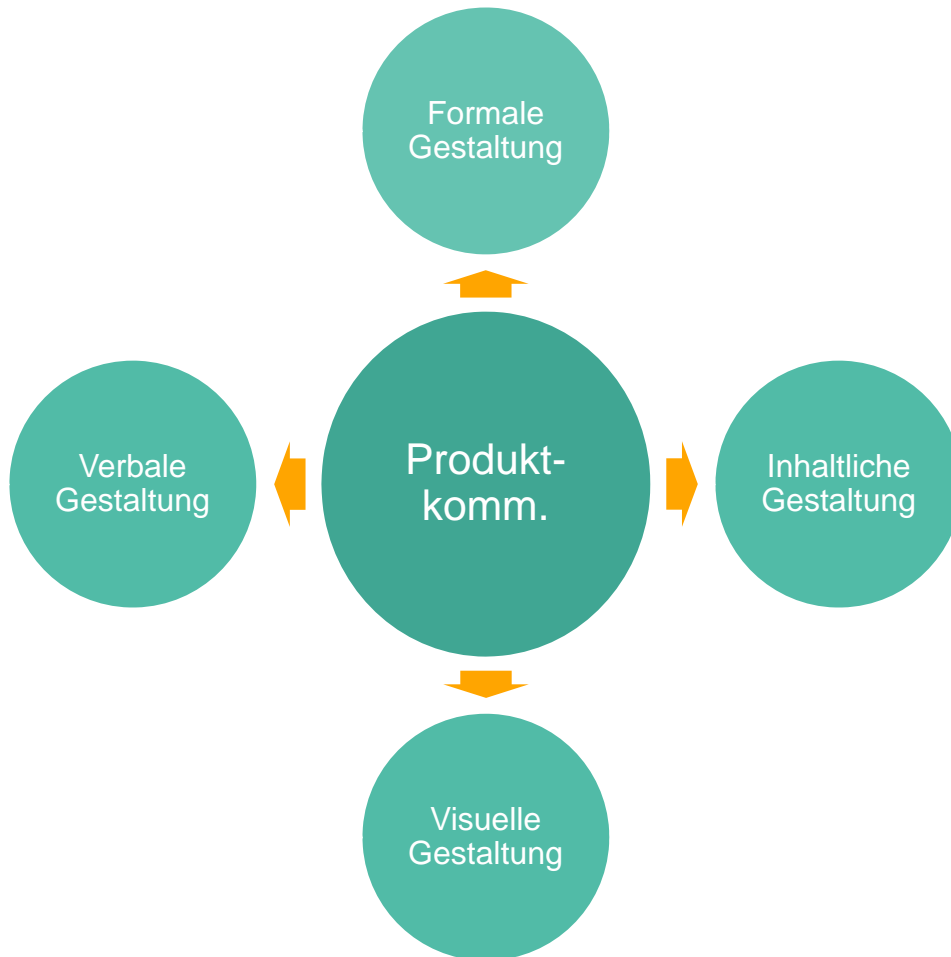
- **Forschungsfrage:** Wie gestaltet sich die aktuelle Produkt-Werbekommunikation von Unternehmen, die Biokunststoffe und Bioverbundwerkstoffe herstellen, einsetzen und/oder als Endprodukte vertreiben, inhaltlich und formal?
- **Methode:** kombinierte quantitative und qualitative Inhaltsanalyse
- **Erhebungszeitraum:** April bis Juli 2016
- **Codierung und Auswertung:** September bis Dezember 2016
- **Schriftlich angefragt/Rücklauf/Quote:** 81 / 17 / aufger. 21%
(die restlichen Materialien lagen vor)
- **Fallzahl Unternehmen:** 62 (37 Print, 25 Online)
- **(Unternehmensarten:** 41 einsetzende, 19 produzierende und 2 Handelsunternehmen)
- **Fallzahl Material:** 135 (110 Print, 25 Online)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Studiensteckbrief – Inhalte



Formal:

- Materialqualität, Text-Bild-Verhältnis, Umfang, Platzierung

Inhaltlich:

- Themen, Argumentation, Vergleiche, Testimonials, Siegel/Zertifikate

Visuell:

- Farben, Bilderwelten, Design, Abbildungen, technische Grafiken, Siegel & Icons

Verbal:

- BK-Bezeichnung, Verständlichkeit, Naming/Claiming



Ergebnisse



Ergebnisse

Formale Gestaltung



Materialqualität: größtenteils **hochwertig** (s. Beispiele), v.a. die PU

Text-Bild-Verhältnis: in 50% der Fälle dominieren Bilder; Online ist textlastiger als Print

Umfang Print: BK wird meist nur auf wenigen Seiten thematisiert (Ø 1 Seite pro Medium)

Platzierung Online: BK-Thema/-Produkt meist im Bereich Nachhaltigkeit/ Image oder bei der Produktübersicht; Über die Hälfte der Unternehmen haben keine BK-Hinweise auf der Startseite; das BK-Thema liegt Ø 2 Klicks von der Startseite entfernt



Biofutura

Produktgruppen RITTER Pen

CULT & ELEGANCE
FORM & STYLE
IDEA & FUNCTION
BASIC & VOLUMES
ECO-LINE
TOUCH & COMFORT
CLASSIC
METAL
Gesamtprogramm

Moonen Packaging



Ergebnisse

Inhaltliche Gestaltung - Zusammenfassung



- „Nachwachsende Rohstoffe“ bzw. die Erläuterung zum eingesetzten Rohstoff dominieren die **Themenliste** in der Kommunikation; gefolgt bei Print von „Biologische Abbaubarkeit“ und „Materialeigenschaften“. Online: „Ressourcenknappheit“ und „Emissionen“
- „Umweltfreundlichkeit“ ist **Hauptargument**, kaum „Innovation“ oder wirtschaftliche Beweggründe; positiv und teilweise „zukunftsorientiert“ argumentiert
- Produzierende U. eher sachlich/faktisch in der **Ansprache**, Einsetzende U. eher emotional und knapp
- Wenn **Vergleiche** zu petrochemischen Kunststoff gezogen werden, dann führt die Emissionseinsparung die Argumentation vor dem der Erdölbefreiung an

Ergebnisse

Inhaltliche Gestaltung: Testimonials + Zertifikate

Testimonials

- Kaum Einbezug von Testimonials (25 % der Fälle)
- => Wenn dann vorwiegend Verwender

Die Verbraucher sind überzeugt.

Einzigartigkeit	Begeisterung	Kaufbereitschaft
61 % der Befragten halten das nachhaltige ReNATURE Produktkonzept für einzigartig	78 % der Befragten sind von den umweltschonenden UHU ReNATURE Produkten begeistert	95 % würden sich ein UHU ReNATURE Produkt kaufen

UHU

Zertifikate und Siegel

- Insg. werden bei 1/3 der Fälle offizielle Siegel abgebildet und/oder genannt bzw. beschrieben
- Produzierende Unternehmen bilden öfter BK-Siegeln ab; (Keimling, OK Vincotte...)
- => Einsetzende U. eher „Produkt des Jahres“, „Green Brands“...

Europäische Norm EN 13432
 Australischer Standard AS 4736
 Amerikanischer Standard ASTM 6400
 Japanische Norm GreenPla
 Europäische Norm EN 13432
 Heim-Kompostierung

BASF SE



ZERTIFIKAT

Pacovis AG

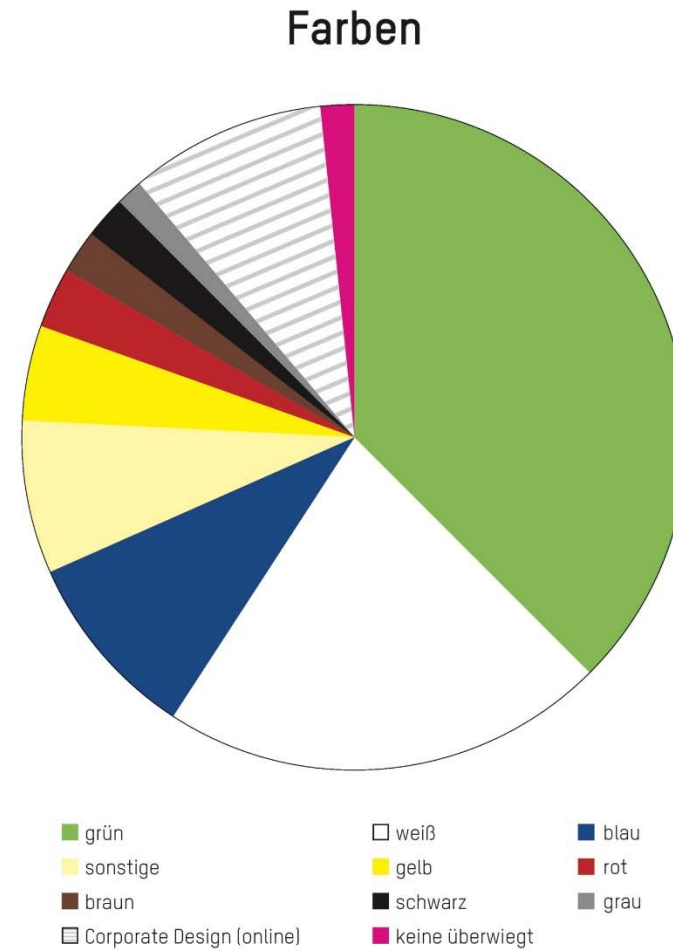
DIN CERTCO

pacovis

Ergebnisse

Visuelle Gestaltung: Farben

Bei den verwandten Farben dominieren grün und weiß



Ergebnisse

Visuelle Gestaltung – Bilderwelten

- Landschaften
- Details von Natur-Elementen
- Rohmaterial im Naturzustand
- Produkt & Natur
- Mensch & Natur



OL



novus



Unschlagbare Zukunftssicherung
Unbeatable benefits for the future

Umweltfreundliche Kunststoffe sind eine zukunftssichere Alternative. Zudem genießt nachhaltiges Wirtschaften bei fast allen Zielgruppen einen hohen Stellenwert, wodurch der Einsatz von ressourcenschonenden Werkstoffen einen deutlichen Image- und damit Absatzvorteil mit sich bringt.

Eco-friendly plastics are a forward-thinking alternative for the future. Further, sustainable production is valued by almost all target groups, while the use of resource-friendly materials enhances one's image and, thus, revenue boosts.



Biotec



Biotec



UHU



edding



Ergebnisse

Visuelle Gestaltung – Design

Natürliches Design:

- Grüne Textboxen
- Grüne Schrift
- Natürliche Grafiken als Aufzählungszeichen
- Grafiken in grün
- Grafik & Natur
- Grüne Seitengestaltung und natürlich wirkendes Papier*
- Natürliche Logogestaltung



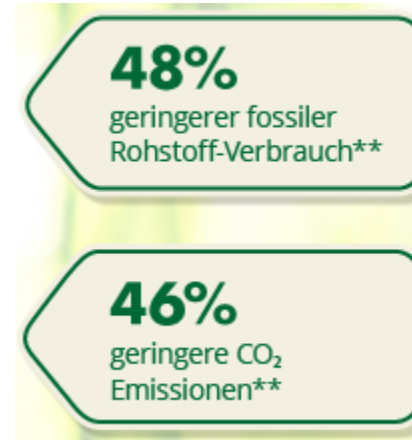
pacovis Katalog



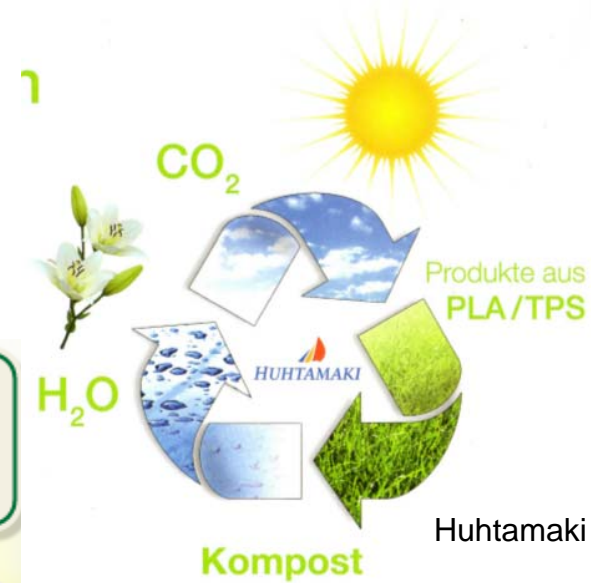
BASF SE



Biowert



UHU



Itschutz

Novus Dahle

ecovio®:

- ist ein fertiges Kunststoff-Compound
- ist kompostierbar und weltweit zertifiziert
- verfügt über einen variablen Anteil an nachwachsenden Rohstoffen
- ist bedruckbar und schweißbar

BASF SE



Unitika

Ergebnisse

Visuelle Gestaltung – Abbildungen

- 25% Produkte
- 15% Anwendungsbeispiele
- 10% Verwendung der Produkte (z.B. durch Testimonial)
- <10% Produktverpackung; Material
- <5% Rohstoffpflanzen; Abbauprodukte
Unternehmensgebäude, Mitarbeiter; POS-Elemente



OL



Schneider



pacovis



Biotec



edding



pacovis



Papstar



Ergebnisse

Visuelle Gestaltung – Eigene Siegel & Icons



Jakob Winter

- End-of-Life
- Rohstoffbasis / Natürlichkeit
- Made in Germany
- Emissionen
- Nachhaltigkeit / „grün“ / „öko“



Lucky's Naturbausteine



OL

Abus



UHU



FKuR



Schneider



Palmblatt

Zuckerrohr

Mais

Bambus

Bio futura



Eine große nachhaltige Produktauswahl für ihr Leben

Wir erweitern unser Angebot kontinuierlich! Dieser Katalog zeigt Ihnen lediglich einen kleinen Ausschnitt unseres Sortiments für viele Bereiche des täglichen Lebens.

MEMO

Ergebnisse

Verbale Gestaltung



- BK-Bezeichnung: 50% „*nachwachsender* Rohstoff“ oder “*nachhaltiges* Material“, ansonsten „Bio-Plastik“, „Bio-Kunststoff“, „Bio-Polymer“ oder gar nicht (PU auch häufig „Polymer“)
- Naming: Drei Viertel thematisieren BK in der Produktbezeichnung durch einen naturverbundenen, ökologisch/umweltfreundlich anmutenden **Namen**
- Claiming: bei einzelnen findet sich dies auch im **Markenclaim** wieder
- **Gute Verständlichkeit** durch überwiegende Laiensprache.



Bio futura



FKuR





Best Practices



Best Practices

Ableitung der Kategorien

Endverbrauchersicht*

- faktenbasiert (1 und 3)
- ohne generische und stereotypische Formulierungen (4)
- Ausführliche Informationsplattform (1)
- Aufklärung und Einordnung (v.a. bei neuen Produkten) (2)
- Positive und emotionale Ansprache (4)
- Auf den Alltag herunterbrechen (2+4)

* (BINA 2016a, BINA 2016b, FNG 2016)

Unternehmenssicht**

- Zielgruppengerecht ansprechen (4)
- Informieren (1)
- Emotionalisieren (storytelling) (1+4)
- Qualität unterstreichen (2)

** (FNG 2017)

Drittsicht***

- Komplexitätsreduzierend (1)
- Akkurat und ehrlich (3)
- Transparent und gestützt (2+3)
- Zur Interaktion einladend (4)

*** (European Bioplastics 2016; FNR 2015)

WIE?

- 1) Informativ und aufklärend**
- 2) Qualitätsvermittelnd**
- 3) Sachlich und transparent**
- 4) Ansprechend und einladend**



Best Practices – Praxisbeispiele 1



Informativ und aufklärend



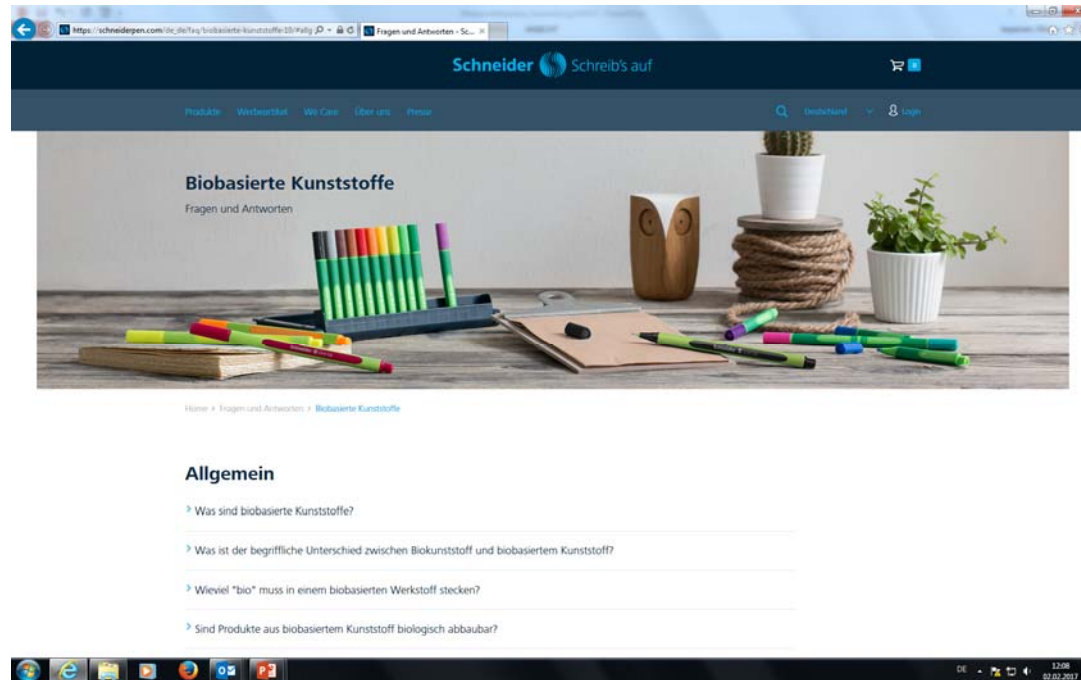
Schneider

ZUCKERROHR

Eine äußerst elegante Lösung bietet die Verwendung von Zuckerrohrfasern für die Herstellung von form schönen Einweggeschirren. Dieser massenhaft anfallende Reststoff entsteht durch die Zuckerextraktion bei der Gewinnung von Rohrzucker. Diese besonders zähen Fasern, die bisher häufig verbrannt wurden, können heute als wertvolle Bio-Masse genutzt werden. Aus den Resten eines einzigen Zuckerrohrhalms können bis zu 50 Einweg-Geschirre produziert werden. Das Geschirre aus Zuckerrohr ist stielvoll, leicht und trotzdem sehr stabil. Zudem ist es wasserresistent, für die Mikrowelle und somit auch für den Kaffee- wie auch den Heißbereich geeignet.



pacovis



Schneider

UHU

Häufig gestellte Fragen

Hier finden Sie Antworten auf die meistgestellten Fragen über den UHU stic ReNATURE.

> Was genau ist der UHU stic ReNATURE?

Der UHU stic ReNATURE ist ein neuer Klebestift, dessen Behälter zu einem großen Anteil aus Bio-Kunststoff besteht. 58% des eingesetzten Kunststoffs wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Damit leistet UHU einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt und der knappen fossilen Ressourcen.

Lexikon zu Naturfaser-Verbundwerkstoffen

B

Biokunststoffe

Sind Kunststoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe, die aus natürlichen Biopolymeren (Stärke, Gluten, Kollagen, Lignin etc.) oder aus Polymeren hergestellt werden.

Jakob Winter

Best Practices – Praxisbeispiele 2

✓ Qualitätsvermittelnd



Qualitätsprodukte

- Lange Lebensdauer
- Sicherer Gebrauch
- Frei von Lösungsmitteln
- Wiederbefüllbar / wiederverwendbar

UHU

Die Vorteile im Überblick

- umweltfreundlich und ressourcenschonend
- leicht zu verlegen durch einzigartiges Montagesystem (Biowert Clip)
- schräge Verlegung möglich (auf orthogonaler Unterkonstruktion)
- garantiert holzfrei und PVC-frei
- natürliche Optik und Haptik
- Verarbeitung mit üblichen Holzwerkzeugen

Ähnlich wie Holz, aber:

- haltbarer und pflegeleichter
- barfußfreundlich, keine Splitter- oder Rissbildung
- rutschsicher auch bei Nässe
- keine chemische Vorbehandlung nötig, kein Anstrich, kein Ölen
- formbeständig
- kein Einsatz von Holz unbekannter Herkunft oder Tropenholz

Biowert



„Die Faire Maus“
35,64

Faire Maus

Bio-Kunststoff PVC-frei 2 Jahre Herstellergarantie Made in Germany

Scrollrad aus Holz

Nager-IT „Die Faire Maus“
Die derzeit fairste verfügbare optische PC-Maus und der Beweis: Faire Elektronik ist keine Utopie! Produziert nach sozial- und umweltverträglichen Kriterien – 70 % der Einzelteile stammen aus Betrieben mit sehr guten Arbeitsbedingungen und 20 % der Hersteller garantieren, dass ihre Rohstoffe nicht aus Kriegsgebieten stammen. Gehäuse aus Biokunststoff, Scrollrad aus Holz. Hergestellt größtenteils in Werkstätten für Menschen mit Behinderung. 1,5 m Kabel, PVC-frei. 2 Jahre Garantie.

rot K394635
rot/schwarz K394735
schwarz K394835
€ 35,64/Stk.

Memo Katalog

Materialeigenschaften
3-Lagen Dermizax® mit auf pflanzlicher Basis hergestelltem Ecodear®-Polyester. Wasserdicht, winddicht und atmungsaktiv.



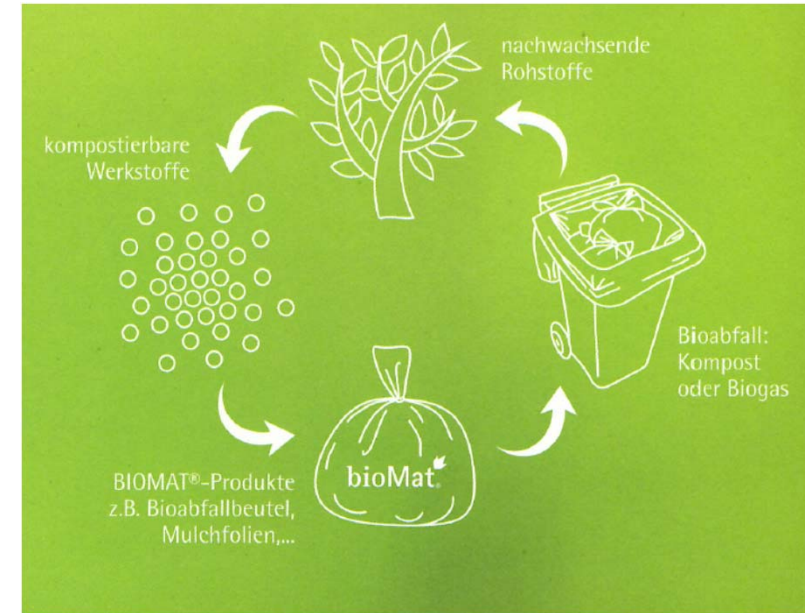
Bergans of Norway – Eidfjord Jacket

Best Practices – Praxisbeispiele 3

Sachlich und transparent



Daimler



Biomat

Sorona® von DuPont™

Die auf nachwachsenden Rohstoffen basierende DuPont Sorona® Faser unterstreicht das Bekenntnis zur Entwicklung innovativer Lösungen bei BMS, die dazu beitragen, die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen und CO2-Emissionen zu reduzieren. Die Sorona® Faser enthält 37 Gew.-% jährlich nachwachsende pflanzliche Rohstoffe. Ihre Ökobilanz ist noch besser. Die Herstellung von Sorona® erfordert 30% weniger Energie und setzt 63% weniger Treibhausgase frei als die Produktion von Polyamid 6. Im Vergleich zu Polyamid 6.6 verbraucht Sorona® 40% weniger Energie und reduziert die Treibhausgasemissionen um 56%.

BMS Outdoor Performance

➔ BIOPLAST GF 106/02

- >20% biobased
- Plasticizer-free
- GMO-free



➔ BIOPLAST 300

- >30% biobased
- Plasticizer-free
- GMO-free



➔ BIOPLAST 400

- >40% biobased
- Plasticizer-free
- GMO-free

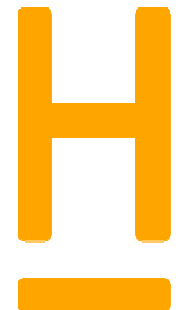


➔ BIOPLAST 500

- >50% biobased
- Plasticizer-free
- GMO-free



Biotec



Best Practices – Praxisbeispiele 4



Ansprechend und einladend



Braskem

Tweets von @BioGeschirr



Bioeinwegartikel
@BioGeschirr

cook + talk - Der Treff für Profiköche
#BioFach2016
biofach.de/de/events/2/co...



26 Jan



Bioeinwegartikel
@BioGeschirr

Ein Blick hinter die Kulissen; neue Linie Palmblatt fast Verfügbar!
bioeinwegartikel.de/palmblatt-gesc



Bio futura

10x

**Der Umwelt zuliebe:
Wir sparen 83 Tonnen CO₂!**

Durch den nachhaltigen Einsatz von Post-Consumer Kunststoffen verwertet edding Plastikabfälle, verringert erheblich die Produktion von Neumaterial und vermeidet auf diese Weise den Ausstoß von bis zu 83 Tonnen CO₂ pro Jahr! Soviel CO₂ verursacht z.B. ein Auto, das 10-mal die Welt umrundet***.

edding

Kappe und Schaft mindestens zu 90% aus nachwachsenden Rohstoffen, die ausreichend verfügbar sind

Mundstück mindestens zu 97% aus recyceltem Material

Filterfasern aus recyceltem Material

edding

Fazit taktisch



Kommunikationstools zur Information und Aufklärung werden eingesetzt

Komplexe Thema wird mithilfe vieler Bilder und Grafiken sehr anschaulich dargestellt und verständlich kommuniziert

Es wird teilweise schon zielgruppengerecht und „einladend“ angesprochen

ABER:

Unternehmen könnten noch mehr auf die Qualität des Produktes gehen; noch mehr Zertifikate, v.a. offizielle Siegel, benutzen; über Ökobilanzierung nachdenken



Stärker die Erdölreduzierung als Key-Benefit anführen und eindeutiger das Thema „End-of-Life“ thematisieren

Noch mehr auf Augenhöhe mit den Kunden begeben => Einladung zur Interaktion

Fazit strategisch – Mehrwerte schaffen

Die Produkte sollten Mehrwerte schaffen und diese sollten kommuniziert werden.

Die Produktkommunikation sollte Lösungen bieten und nicht Fragen aufwerfen. Sie sollte präzise, zielgerichtet und Benefit-orientiert sein.

Das heißt, bevor nach außen kommuniziert wird, interne „Hausaufgaben“ machen:

- Welche Materialien werden ausgewählt: warum?
- Welchen Mehrwert können die Materialien/das Produkt liefern?
- Wie positioniert sich das Unternehmen mit dem Produkt?





Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!



Anhang

Literatur

BiNa (2016a). *Ergebnisse von Gruppendiskussionen zur Bevölkerungswahrnehmung von Biokunststoffen im April 2016*. Unveröffentlichte Studie an der Hochschule Hannover.

BiNa (2016b). *Ergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativen Online-Access-Panelbefragung im Juli 2016*. Unveröffentlichte Studie an den Hochschulen Hannover und Weihenstephan-Triesdorf.

European Bioplastics (2016). *Environmental Communications Guide for Bioplastics*. Zugriff am 10.02.2017 unter http://docs.european-bioplastics.org/2016/publications/EUBP_environmental_communications_guide.pdf

FNG (2016). *Ergebnisse von Gruppendiskussionen zur Konsumentenwahrnehmung von Biokunststoffprodukten im Mai 2016*. Unveröffentlichte Studie an der Hochschule Hannover.

FNG (2017). *Ergebnisse von Experteninterviews zur Produktkommunikation von Biokunststoffen im Februar 2017*. Unveröffentlichte Studie an der Hochschule Hannover.

FNR -- Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V. (2015, 2. Auflage). *Biokunststoffe*. Informationsbroschüre (Bestell-Nr. 224).

Übersicht der Unternehmen

Produzenten (19): 15 Print (36 Fälle), 4 Online

Anzahl	Unternehmen (Print)	Kommunikationssubjekt
4	Arkema	Biostrength
8	BASF SE	ecovio, ecoflex
1	Biotec	Bioplast
5	Biowert	AgriPlast, Flax PP, Terrassendielen
2	Braskem	– Unternehmen –
1	Corbion	Luminy
2	FKuR	Bio-Flex, Biograde, Fibrolon, Terralene, Terraprene
2	Futamura	NatureFlex
2	Huhtamaki	Biofolien, BioWare
1	Kalle	FLUISORB
3	OL Oskar Lehmann	Biolinie
1	Perstorp	Capa for Bioplastics
1	solegear	– Unternehmen –
2	Taghleef Industries	Nativia
1	Unitika Ltd.	Terramac
Anzahl	Unternehmen (Online)	Link zur Startseite
1	Folienwerk Wolfen	http://www.folienwerk-wolfen.de/de/
1	Natureworks	http://www.natureworkslc.com/
1	PolyOne	http://www.polyone.com/
1	Tecnaro	http://www.tecnaro.de/deutsch/willkommen.htm?section=we

Einsetzer (41): 21 Print (73 Fälle), 20 Online

Anzahl	Unternehmen (Print)	Kommunikationssubjekt
4	4e solutions	ajaa!
1	Abus	ECOLUTION
1	API	apinat BIO
3	EckPack Service / Luckys	Luckys Naturbausteine
8	edding	EcoLine
2	FourMotors	Bioconcept-Car
2	Fujitsu	Tastatur KBPC PX ECO, Maus M440 ECO
1	Interface	Fotosfera
1	Loick Biowertstoffe	PlayMais
3	Naturabiomat	bioMat, bioMat AirBox, naturaPACKAGING
1	New Games – Frisbeesport	eurodisc
7	Novus Bürotechnik	NOVUS eco (Locher NOVUS B 225 eco, Flachheftzange NOVUS B 36FC eco, Tischheftgerät NOVUS B 4 eco, Flat-Clinch Heftgerät NOVUS B 4FC eco)
5	NOWASTE	Tree Cup, Kid's Cup
16	pacovis	naturesse (Cash- & Carry-Sortiment, Sticks und Spieße, Suppenbecher, Kaffeebecher/Zubehör, Verkostung, Menueschalen)
1	PAPSTAR	PAPSTAR pure
2	Richard Wöhr	Gehäuseserie NaWaRo
2	Schneider	Line-up, Link-It
2	Senator	NATURE PLUS
2	tesa	EcoLogo (Klebebandsortiment, Bürosortiment)
8	UHU	ReNATURE (stic, flinke flasche)
1	ZinCo	natureline

Anzahl	Unternehmen (Online)	Link zur Startseite
1	adidas	http://www.adidas-group.com/de/
1	Bergans of Norway	https://www.bergans.com/
1	bio futura	http://www.bioeinwegartikel.de/
1	BMS Outdoor Performance	http://www.bms.tv/
1	Coca Cola Deutschland	http://www.coca-cola-deutschland.de/#
1	Daimler	https://www.daimler.com/de/
1	Danone	http://www.danone.de/danone/index.php
1	Electrolux	http://www.electrolux.de/
1	fischerwerke	http://www.fischer.de/
1	Jakob Winter	http://www.jakob-winter.de/
1	LEGO	https://www.lego.com/de-de
1	Nager IT	https://www.nager-it.de/
1	Philips Deutschland	http://www.philips.de/
1	Procter & Gamble	http://de.pg.com/de-DE/
1	Ricoh	http://www.ricoh.de/
1	RITTER Pen	http://www.ritter-pen.de/cms/
1	Schüco	https://www.schueco.com/web2/de
1	spielstabil (Martin Fuchs Spielwaren)	http://www.spielstabil.de/
1	STAEDTLER	https://www.staedtler.de/de/
1	Viessmann Modell-Spielwaren	http://www.viessmann-modell.com/

Distributoren (2): 1 Print, 1 Online

Anzahl	Unternehmen (Print)	Kommunikationssubjekt
1	MEMO	memolife – Produktkatalog –
Anzahl	Unternehmen (Online)	Kommunikationssubjekt
1	Moonen Packaging	http://corporate.moonenpackaging.com/de