

TIPPS FÜR EIN NACHHALTIGES BRANDING



1. DEIN BÜRO

Auch das Arbeitsumfeld kann nachhaltig gestaltet werden. Möbel aus zweiter Hand werden zuhauf online in einem sehr guten Zustand angeboten. Auf gute Qualität und natürliche Materialien sollte geachtet werden, damit man keinen giftigen Chemikalien ausgesetzt ist und lange Freude an den Möbelstücken hat.

Vor allem Elektrogeräte schaden der Umwelt. Zur Herstellung werden wichtige Ressourcen aus Krisengebieten benötigt. Auch die Entsorgung ist ein großes Problem. Wenn möglich, sollten gebrauchte oder Refurbished-Geräte gekauft werden. Letztere sind professionell geprüfte und zurückgesetzte Geräte. Auch erste faire Smartphones gibt es auf dem Markt.

2. VERTRÄGE PRÜFEN

Nachhaltigkeit ist auf dem Vormarsch. Auch bei Geldinstituten, Versicherungen, Stromanbietern, Krankenkassen und Co. bewegt sich etwas. So kann man online viele Alternativen finden, die tolle Services anbieten und nachhaltig agieren.

3. SHARING IS CARING

Bei kleinen Unternehmen können Coworking-Spaces oder Bürogemeinschaften den CO₂-Abdruck verringern. Denn auf diesem Wege lassen sich Büroutensilien, Kaffeemaschine, Drucker, Internetanschluss, Meetingräume, Heizung und Klimatisierung, die Lieferung von Getränken oder Obstkisten und vieles mehr teilen. Und es erleichtert zudem die Vernetzung mit Gleichgesinnten.

4. AUSSENDARSTELLUNG

Die Außendarstellung (Corporate Design) ist das Gesicht des Unternehmens und oftmals der erste Eindruck. Damit alles rundläuft, ist es gut, sich von Anfang an Gedanken über nachhaltige Faktoren zu machen.

Im Printbereich reduziert ein geringer Farbauftrag den Verbrauch von Druckfarbe. Dabei helfen Light-Schriftschnitte und ein Layout mit geringen Bild- und Farbflächen. Statt 4/4-farbig zu drucken, können Farben eingespart werden, indem beispielsweise nur mit Schwarz und einer weiteren Farbe wie Magenta gestaltet wird. Duplexbilder können ein spannendes Gestaltungselement sein.

Das Logo muss nicht grün sein, um Nachhaltigkeit zu suggerieren. Vielmehr sollte an Variabilität gedacht werden. Mehrere Logovarianten für verschiedene Medien sowie eine einfarbige Variante für den Printbereich erleichtern die Handhabung.



5. DIGITALE WELT

Das Internet wächst täglich und hat bereits einen ähnlich großen ökologischen Fußabdruck wie der globale Luftverkehr. Um gegenzusteuern, sollte im Onlinebereich der Fokus auf möglichst geringe Datenmengen gelegt werden. Es gibt Onlinetools, die Websites daraufhin testen, wie zum Beispiel websitecarbon.com. Gespart werden kann bei Bildern, Schriften, Videos, aber auch beim Quellcode selbst. Ein*e Programmierer*in sollte sich damit auskennen.

Eine Website mit Hintergrundvideos ist schön anzusehen, doch bei jedem Websitebesuch wird das Video aufs Endgerät heruntergeladen und verbraucht Strom. Helfen kann das Deaktivieren der automatischen Abspielfunktion, sodass nur relevante Inhalte heruntergeladen werden. Es gibt auch umweltfreundliches Webhosting, sogenanntes Green Hosting. Dabei liegt die Website auf einem Server mit reduziertem ökologischem Fußabdruck.

Auch jene Daten, die in einer Cloud liegen, verbrauchen täglich Ressourcen. Deshalb sollte regelmäßig aufgeräumt werden, so gelangen nur komprimierte Daten (auch Podcast-Folgen) in den Umlauf.

6. THINK OUTSIDE THE BOX!

Erst das Überdenken von klassischen Herangehensweisen bringt Veränderungen. Die Konzeption ist dabei der entscheidende Punkt. Hat das Marketingtool den richtigen Effekt? Gibt es nachhaltigere Alternativen? Ist es digital oder gedruckt funktionaler? Kann es wiederverwendet oder recycelt werden? Lösungsansätze sollten immer auf Herz und Nieren geprüft werden, bevor es an die Umsetzung geht. Ein Fragenkatalog in Griffweite kann eine tägliche Gedankenstütze sein.

7. PRODUKTE MIT MEHRWERT

Oft werden Flyer, Visitenkarten oder Broschüren nur aus Höflichkeit angenommen und gleich wieder entsorgt. Es hilft, die Konsumenten zu sensibilisieren oder solche Wegwerfprodukte erst gar nicht herzustellen.



8. EIN STARKES TEAM BILDEN

Die Suche nach einem Team aus Produzent*innen und Programmierer*innen, die auf Nachhaltigkeit setzen und beratend zur Seite stehen, zahlt sich aus. Während der Konzeption kann schon geklärt werden, wie sich Gestaltungsfaktoren auf den Material- und Energieaufwand auswirken. DIN-Formate wirken zwar öde, vermeiden jedoch Verschnitt.

9. SUPPORT YOUR LOCALS

Regionale Dienstleistungsunternehmen zu wählen, ist in vielerlei Hinsicht von Vorteil. Es verkürzt Transportwege und man kann im Falle von Printprodukten beim Andruck vor Ort sein, um bei bösen Überraschungen sofort einzugreifen. Falls mal etwas verdruckt wird, sollte konkret abgewogen werden, ob ein Nachdruck unbedingt nötig ist.

10. EIN BRANDING-GUIDE BRINGT KLARHEIT

Vor allem bei großen Unternehmen ist ein Branding-Guide von Vorteil, denn dort können neben der Außendarstellung auch alle Nachhaltigkeitsaspekte und -werte festgeschrieben werden. So ziehen alle Mitarbeiter*innen an einem Strang, ob Teammitglieder der Verwaltung oder des Vertriebs. Dabei gibt es keine festen Regeln oder Grenzen – der Branding-Guide sollte die Firmenkultur widerspiegeln, auf dem neuesten Stand sein und bei allen Entscheidungen zur Hand genommen werden können. Idealerweise wird der Guide neuen Mitarbeitern gleich am ersten Arbeitstag übergeben.

Anna Behrendt

Nachhaltiges Grafikdesignerin

0176 45779979

info@annabehrendt.com

www.annabehrendt.com

Mehr Tipps und Inspiration auf Instagram [@anna_graphic.pdf](https://www.instagram.com/anna_graphic.pdf)