

Nachhaltigkeit und Marke - Recycling und seine Markenrelevanz

Informationen

Beschreibung: Sie sind in aller Munde - die kreislauffähigen Verpackungen. Doch wie soll aus einer Folienverpackung wieder eine Folienverpackung werden? Und wer will die „second-hand Polymere“ haben mit all ihren Besonderheiten wie Stippen, Farbigkeit, besonderer Haptik und eingeschränkter Gestaltungsfähigkeit im Druck und Markenauftritt? Oder tut sich gerade ein ganz neues Feld auf?

Ausgehend von der Sicht der Markeninhaber auf die Problemstellung, beleuchten wir auch einen kleinen Ausschnitt in die Druckfarben-Technologie, welche Detailtiefe es braucht, um Flexpack kreislauffähiger zu machen. Die Marke muss nachhaltig werden, sagen viele. Aber stimmt das und geht das?

Oder gehört eine Nachhaltigkeitsstrategie nicht schon längst selbstverständlich zum Unternehmen dazu, wie die Kreditwürdigkeit oder Qualitätsgarantie?

Was machen z.B. Druckfarbenhersteller, Designer und Recycler, um in diesem gigantischen Umbruch Beiträge zu leisten? Welche Rolle spielt Kooperation in der Lieferkette und welche Rolle fällt der Technologie-Innovation wirklich zu? Ist nicht das Umdenken von Handel und Markeninhabern die Triebfeder, die Veränderung erst möglich macht? Oder muss die Politik entschieden und strengere Vorgaben machen? Wir denken einmal „out of the Box“ aus Markensicht und Lieferantenperspektive. Gibt es einen Innovations-Push oder -Pull? Und wie werden Zwischenziele aussehen?

Zielgruppe: Manager, Entwickler, Technisch Interessierte vor allem aber Entscheider entlang der Flexpack-Wertschöpfungskette

Niveau: Stufe 3 - Vorkenntnisse sind sinnvoll

Weitere Informationen: Dauer: 2:25h
5 Downloads

Veranstaltungscod: INT-03-22

Zeiten: Freitag, 18. März 2022, 13:30 - 15:55 Uhr