

Roll-ups mit Rückgrat

Wie Verantwortung zum Wettbewerbsvorteil wird.



Bilder: Kunst & Dünger

In Zeiten wachsender ökologischer Herausforderungen und einer sich zuspitzenden Klimakrise rückt das Thema Nachhaltigkeit zunehmend in den Fokus – und das längst nicht mehr nur in der Industrie oder im Konsumbereich. Auch in der Werbe- und Präsentationsbranche spielt der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen, Materialien und Produktionsprozessen eine immer wichtigere Rolle. Kunst&Dünger – Unternehmen für Druckbefestigungen und PoS-Systeme – hat das Thema bereits vor mehr als 15 Jahren als Kern seiner Unternehmensstrategie etabliert.

Pionierarbeit mit Haltung

Ein Gespräch mit Gründer Christian Walzl und seinem Team zeigt, wie sich ein bewusster Umgang mit Ressourcen, fai-

re Produktionsbedingungen und modulare Systeme zu einem zukunftsfähigen Geschäftsmodell verbinden lassen. „Als wir unser erstes Roll-up-System aus 100 Prozent Karton entwickelten, wurden wir von vielen belächelt“, erinnert sich Christian Walzl, CEO und Gründer von Kunst&Dünger, zurück. „Heute zeigt sich: Unsere Entscheidung, nicht auf billig produzierte Aluminium-Roll-ups aus Fernost zu setzen, sondern auf ökologische, sozial faire Alternativen aus Südtirol, war richtig.“ Der CO₂-Fußabdruck durch lange Transportwege, die Entsorgungsproblematik und soziale Aspekte globaler Lieferketten hätten das Unternehmen früh zu einem klaren Umdenken bewogen.

Heute profitiert Kunst&Dünger laut eigener Aussage von dieser Weitsicht: Die Nachfrage nach ökologischen Präsentationslösungen steigt kontinuierlich – besonders aus

den Marketing-Abteilungen der Unternehmen, in denen eine neue, in manchen Bereichen kritischere Generation Nachhaltigkeit konsequent einfordert.

Nachhaltigkeit als Gesamtkonzept

Für Petra Bechinger aus dem Customer Service von Kunst&Dünger steht fest: Nachhaltigkeit endet nicht beim Material. „Design, Haptik, Geruchsneutralität – all das muss stimmig sein“, erklärt sie. „Unsere Aufsteller bestehen aus natürlichen Materialien wie unbehandeltem Vollholz und lassen sich am Ende ihrer Lebensdauer sortenrein trennen.“ Bereits in der Produktentwicklung wird darauf geachtet, dass Materialien möglichst regional bezogen und recyclingfähig sind. Dadurch ergibt sich ein geschlossenes Kreislaufsystem – ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll.

Original product from South Tyrol, Italy
design and production: ecological, social, fair

WOOD
STAND

Kunst&Dünger verwendet FSC-zertifiziertes Holz aus der Region Trentino-Südtirol.

Auch die Einkaufsabteilung des Unternehmens legt großen Wert auf zertifizierte Materialien: Man verwendet FSC-zertifiziertes Holz aus der Region Trentino-Südtirol. Holz ist dabei ein sehr gefragter natürlicher Rohstoff, und es ist immer wieder eine Herausforderung, die benötigten Mengen auch am Markt zu beschaffen. Hier komme Kunst&Dünger entgegen, dass man in der eigenen Region und Norditalien ein verlässliches Netzwerk mit Lieferanten habe. Fast alles sind Familienbetriebe, mittlerweile in zweiter oder dritter Generation, mit denen das Unternehmen langjährig kooperiert.

Modular, reparierbar, wiederverwendbar

Ein weiterer Fokus liegt auf der Langlebigkeit der Produkte. „Unsere Systeme sind modular aufgebaut und einfach zerlegbar“, sagt Christian Walzl. „So lassen sich zum Beispiel Banner-Wände individuell zusammenstellen und mehrfach verwenden.“ Auch Ersatzteile werden angeboten – ein bewusstes Gegenmodell zur Wegwerfmentalität. Das „Second Life“-Programm von Kunst&Dünger bietet zudem Produkte mit kleinen Schönheitsfehlern oder Rückläufern zu vergünstigten Preisen an.

Seitens des Kundenservices bei Kunst&Dünger betont man zudem die praktische Seite: Die Händler erhalten passge-

naue Empfehlungen je nach Anwendungszweck – ob für mobile Einsätze, Messen oder dauerhafte Filialausstattung. Dadurch lassen sich Fehlkäufe vermeiden und gleichzeitig ein gutes Nutzungserlebnis ermöglichen.

Trotz aller ökologischer Anforderungen bleibt aber eines wichtig: Marken wollen sichtbar sein. „Individuelles Branding ist für viele unserer Kundinnen und Kunden ein Muss“, erklärt Noemi Schmidhammer aus dem Marketing. „Dank unserer Manufakturstruktur können wir bereits ab Stückzahl 1 Logos oder Slogans auf viele Produkte drucken – und das binnen weniger Tage.“ Die verwendete DTF-Technologie ermöglicht zudem eine hohe Gestaltungsfreiheit bei gleichzeitig nachhaltiger Umsetzung.

Herausforderungen und Perspektiven

Trotz aller Fortschritte sieht Christian Walzl noch große Unterschiede zwischen den verschiedenen Märkten: „In Deutschland zählt am Ende beim Entscheider noch immer stark der Preis, während in den Märkten skandinavischer Länder bereits die tatsächliche Öko-Bilanz viel stärker nachgefragt wird. Wir sehen aber immer mehr Händler, die es verstehen, diesen Vorteil mitzuverkaufen, und sich damit erfolgreich am Markt positionieren.“

Auch im Kundendialog wird Nachhaltigkeit zunehmend thematisiert. Nach Angaben des Customer Services sind Zertifikate wie FSC und die Einhaltung sozialer Standards für viele Endkunden entscheidend geworden. „Es ist zwar etwas mehr Aufwand für uns im Service, aber wir sind froh, wenn diese Themen angesprochen werden und wir zeigen können, dass wir nachweislich in Südtirol nachhaltig, fair und sozial produzieren“, heißt es seitens einer Mitarbeiterin aus dem Kundenservice von Kunst&Dünger.

Nachhaltigkeit als Wachstumstreiber

Die Resonanz auf nachhaltige PoS-Lösungen ist also eindeutig positiv – insbesondere in Märkten wie Skandinavien oder Großbritannien. „Der Bedarf wird weiter steigen“, prognostiziert Petra Bechinger. „Denn auch wenn Online-Werbung wächst, bleibt der physische Auftritt wichtig – und hier setzt sich Nachhaltigkeit als Differenzierungsmerkmal durch.“ Für Kunst&Dünger ergibt sich daraus eine klare Perspektive: Wer früh auf Verantwortung setzt, ist langfristig als Partner für zukunftsfähige Werbung gefragt.

Regina Pawlowski