

Mailings können umweltfreundlich sein



Mayer-Kuvert

Das Thema Umweltschutz hat in fast allen Branchen seinen festen Platz. Viele Produkte werden umweltfreundlich hergestellt und mit diversen Labels gekennzeichnet, um ihre Umweltfreundlichkeit zu bestätigen. Für die Zertifizierungen werden nicht unerhebliche Summen investiert – teils um das eigene Umweltbewusstsein zu betonen, teils aber auch um die Erwartungen der Kunden zu erfüllen. Der Umweltgedanke ist überall präsent, und viele Unternehmen investieren gerne Geld dafür, um eine Außenwirkung zu erzielen, die auch von Kunden wahrgenommen wird. Oft hört das Umweltdenken an dieser Stelle aber auch schon wieder auf. Im Geschäftsalltag bleibt für eine konsequente Fortführung dieses Ansatzes und eine Optimierung zugunsten der Umwelt einfach keine Zeit, oder es sind ganz einfach nicht alle Möglichkeiten bekannt. Dabei kann es so einfach sein, den Umweltgedanken in alle betrieblichen Abläufe zu übertragen. Da wäre zum Beispiel der Postversand. Briefumschläge erfahren als „C-Artikel“ wenig Beachtung, und man erkennt in ihnen kaum ein Potenzial zur Förderung des Umweltschutzes. Gerade hier knüpft der Briefhüllen-Hersteller Mayer-Kuvert mit seiner Umwelt-Philosophie an. Sowohl bei Standard-Briefumschlägen als auch bei individuellen Mailinghüllen

bietet der europaweite Marktführer Optionen, die es seinen Kunden ermöglichen, das eigene Umweltdenken auf den Postversand auszuweiten. So bietet Mayer-Kuvert seit Anfang des Jahres mit dem „Envirolope“ den weltweit ersten Briefumschlag an, der alle Aspekte des Umweltschutzes in sich vereint, ohne sich dabei optisch und qualitativ von einem normalen Offsetpapier zu unterscheiden. Der „Envirolope“ besteht aus CO₂-neutralem Papier und wird selbst auch CO₂-neutral hergestellt. Alle unvermeidbaren CO₂-Ausstöße, die bei seiner Produktion entstehen, werden dabei durch den Kauf von Emissionsminderungszertifikaten neutralisiert. „Auf diese Weise unterstützen wir den Bau von anerkannten Klimaschutzprojekten wie Windenergieanlagen, die in hohem Maße dazu beitragen, dass künftig weniger CO₂ in die Atmosphäre gelangt“, erklärt Firmenchef Edlef Bartl. Dass der „Envirolope“ deshalb höhere Herstellkosten und somit einen höheren Verkaufspreis hat, stellt für Bartl keine große Hürde dar: „Unternehmen, die ihre eigenen Produkte mit Umweltlabels zertifizieren lassen, sind sich bewusst, dass es Maßnahmen zum Umweltschutz nicht kostenlos geben kann.“ Im „Envirolope“ finden zudem Umweltschutz-Maßnah-

men ihre Anwendung, die Mayer-Kuvert auch in viele seiner Standard-Briefhüllen einfließen lässt. So besteht die Folie im Adressfenster aus nachwachsenden, biologisch abbaubaren Rohstoffen. Die verwendeten Leime sind wasserlöslich, so dass auch von ihnen keine Rückstände bleiben. Gemeinsam mit seinem Farbenhersteller hat Mayer-Kuvert für den Innendruck die deinkbare Flexofarbe „EcoRecyColor“ entwickelt. Anders als bei herkömmlichen Flexofarben können Papierfaser und Farbe komplett voneinander getrennt werden, wodurch nun auch Briefumschläge mit Innendruck dem Prozess für weißes Recyclingpapier zugeführt werden können. Alle diese Maßnahmen bietet der Briefumschlag-Hersteller auch für die individuellen Mailinghüllen seiner Kunden an. „Jedes Direktmailing kann umweltfreundlich sein“, so Bartl. „Der Kunde kann die einzelnen Umweltbausteine auswählen, die er in seine Briefhülle einfließen lassen möchte.“ Wie die Zusammensetzung auch ausfallen mag – das Anbringen des Werbendrucks erfolgt bei Mayer-Kuvert grundsätzlich mit umweltfreundlichen Ökofarben. Durch die Verwendung von pflanzlichen Ölen können die Farben beim Recycling rückstandslos entfernt und biologisch abgebaut werden. Dabei sind die Brillanz der Farben und die Druckqualität genauso hochwertig wie beim Einsatz synthetischer Farben. Zum guten Schluss kann das werbetreibende Unternehmen auch beim Versand selbst noch den Umweltgedanken in die Tat umsetzen, indem es sein Direktmailing über den „Go Green“-Service der Deutschen Post verschickt.

Weitere Informationen:

www.envirolope.eu

**Mayer-Kuvert auf den Mailingtagen:
Stand 4-420**

**Mayer-Kuvert auf der Doxnet:
Stand 35**