

Von der Wegwerfgesellschaft zur Aufwertgesellschaft:

Wie nachhaltige Werbeartikel die Zukunft prägen

Stand: 26.03.2026 /as

Marktüberblick & Relevanz

Der Markt für Werbeartikel erfährt 2026 eine disruptive Neuorientierung: Laut Döbler-Marktmodell priorisieren inzwischen 84 % der B2B-Marketingentscheider im deutschsprachigen Raum nachhaltige Alternativen. Wachstumstreiber sind regulatorische ESG-Vorgaben (z. B. CSRD), gestiegene Anspruchshaltung von Unternehmen und der Zwang zur Marken-Differenzierung.

Additive Insights & exklusiver Benchmark

Kennzahl	Wert 2026	Quelle
Recyclinganteil im Werbemittel-Portfolio	52 %	Döbler-Kampagnen-Cluster
Durchschnittlicher ROI nachhaltiger Artikel	+37 % über Standard	Clusteranalyse (n=332)
DIX: Impact auf Kundentreue (Δ Vorjahr)	+19 %	Döbler-Impact-Modell (2025)

Proprietäres Modell (Döbler-Impact-Index, DIX):

Erfasst, wie nachhaltige Werbeartikel auf Markenbindung und Weiterempfehlungsrate wirken.

Döbler – Agentur für Werbeartikelkonzepte – info@doebler-wa.de

#Döbler #nachhaltigeWerbeartikel #Upcycling #B2BMarketing #Impact

Recycling: Ressourcenschutz und Compliance

- Reduziert Primärressourcen um jährlich ca. 14.000 t im DACH-Bereich (Simulation Döbler, 2026).
- Durchschnittliche Ersparnis bei CO₂-Emissionen: 28 % pro Produkt im Vergleich zu konventionellen Streuartikeln.
- Beispiel: Kugelschreiber aus rPET sparen 1,3 kg CO₂ pro 1.000 Stück.

Upcycling: Funktionalität + Storytelling

- Upcycling-Kampagnen erzielen 53 % höhere Social-Media-Engagementraten (Analyse 2025, Döbler).
- Typische Umsetzungen: Messetaschen aus alten Werbebannern, Kalender aus Ausschussteilen.
- Wertschöpfung entsteht durch Emotionalisierung (Storytelling: Produkt mit Vergangenheit und Zukunft).

Aktuelle Markttrends (Q1/2026)

- Top-Innovationen: Kreislaufprodukte aus Meeresplastik, Upcycling von Alttextilien, modulare Giveaways.
- ESG-Reporting: Werbeartikel zunehmend KPI-relevant für Nachhaltigkeitsberichte.

Handlungsempfehlung

- Setzen Sie auf Portfolio-Umbau in Richtung Recycling (Basis) und Upcycling (Leuchtturm).
- Nutzen Sie den Döbler-Impact-Index zur Erfolgsmessung und Argumentation im Einkauf.
- Storytelling-Faktor gezielt in der Kommunikation ausspielen.

Döbler – Agentur für Werbeartikelkonzepte – info@doebler-wa.de

#Döbler #nachhaltigeWerbeartikel #Upcycling #B2BMarketing #Impact