

The image shows the logo for 'Kunststoff.com' in a bold, dark blue font. The text is centered over a background of several red, 3D location pins on a dark surface. The pins are arranged in a line, with the central one being the largest and most prominent. The background is a light blue sky with a soft gradient.

# Kunststoff.com

Herzlich willkommen zum  
7. Hessischen Tag der Nachhaltigkeit

29. September 2022

---

Im Dialog mit Günter Blickhan

zum Thema:

## Kunststoffe und Nachhaltigkeit



Günter Blickhan  
gb@Kunststoff.com

WegBegleiter für Wissensaustausch,  
Digitalisierung und Datenschutz

**WBW.de**

Moderator für **Co-Creation**  
Aktionen - Projekten - Initiativen



das System für Nachhaltigkeit  
zur systematischen Unternehmensentwicklung

---

blickhan Tele-Media GmbH  
Wilhelmstraße 30, 64832 Babenhausen  
Telefon: 060 733 733  
E-Mail: blickhan@Tele-Media.de  
www.Tele-Media.de



Das Thema Nachhaltigkeit ist bei den Herstellern von Kunststoff-Produkten angekommen.

das Kunststoff-Image ist im Keller.  
der Vertrauensaufbau dauert Jahre.



### **Was tun?**

Die Kunststoffwelt muss zeigen, dass sie Kunststoffprobleme nachhaltig löst.  
Die Zeit des Aussitzens ist vorbei!



# Klimaschutz als wichtige Aufgabe unserer Zeit führt auch zu wachsendem Handlungsbedarf für Kunststoffunternehmen

1/4



Kunden- Investoren- Forderungen.  
Gesetzgebung - Zukunftsfähigkeit - Zertifikate.

Gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein (Gesellschaftlicher Druck) steht Unwirtschaftlichkeit, Fachkräftemangel und politischer Unzuverlässigkeit gegenüber.

Oft fehlt es an strategischer Verankerung des Themas Nachhaltigkeit und in der Folge an gezielter Ableitung von Maßnahmen.



# Klimaschutz als wichtige Aufgabe unserer Zeit führt auch zu wachsendem Handlungsbedarf für Kunststoffunternehmen

2/4



Die wesentlichen Maßnahmen sind effizienzgetrieben und haben klassischen Optimierungscharakter. Gewinnoptimierung statt Nutzenoptimierung.

Haupteinflussfaktoren für Treibhausgasemission sind innerhalb, aber vor allem auch außerhalb des Unternehmens zu finden.

Die grüne Lieferkette erschließt sich zögerlich.

Die Zusammenarbeit konzentriert sich auf isolierbare und definierbare Vorhaben.



# Klimaschutz als wichtige Aufgabe unserer Zeit führt auch zu wachsendem Handlungsbedarf für Kunststoffunternehmen

3/4



Der Blick über den Tellerrand suggeriert, die Automobilindustrie wäre schon weiter ...

Bis 2035 wollen 9 von 10 Maschinen- und Anlagenbauern klimaneutral sein, mehr als ein Viertel ist jedoch vom Tempo überfordert.

Das Image der Kunststoffbranche kann durch die nachhaltige Einhaltung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes verbessert werden.



# Klimaschutz als wichtige Aufgabe unserer Zeit führt auch zu wachsendem Handlungsbedarf für Kunststoffunternehmen

4/4



Der Weg zur Nachhaltigkeit bedingt vor allem Transparenz, Fokus und kontinuierliche Verbesserung

Nicht alles kann vermieden, aber vieles kann nachhaltiger getan werden.

Nachhaltigkeit ist kein neuer Hype.

Die Kunststoffbranche hat eine wesentliche Rolle als Weichensteller und auch die Voraussetzungen dieser gerecht zu werden.



Das Thema Nachhaltigkeit ist bei den Herstellern von Kunststoff-Produkten angekommen.

das Kunststoff-Image ist im Keller.  
der Vertrauensaufbau dauert Jahre.



### Was tun?

Die Kunststoffwelt muss zeigen, dass sie Kunststoffprobleme nachhaltig löst.  
Die Zeit des Aussitzens ist vorbei!

Hierzu möchten wir einen Beitrag leisten und haben das Projekt Kunststoff.com mit einem Link zum Kunststoff-Forum im **Experten-Center (ExC.info)** für Co-Creation- Aktionen - Projekte - Initiativen gestartet.





# Co-Creation mit LinkedIn Projekt: Kunststoff.com



- Kunststoffunternehmen haben die Möglichkeit, über gemeinsame Co-Creation-Aktionen ihre Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten und bei Bedarf eine Marke zu entwickeln.
- Durch die einfache Handhabung und ohne SchnickSchnack wird es auch KMU ohne eigene Expert:innen möglich, von den Co-Creation-Projekten zu profitieren.
- Die Kräftebündelung der KMU-Potentiale inkl. Medienpräsenz und Markenbildung schafft einen starken Verbund mit hohem Qualitätsstandard und macht die Digitalisierungs- und Medien-Kosten transparent und kalkulierbar.
- Jedes Unternehmen kann seine Digitalisierungs- und Medien-Anforderungen einbringen und von dem Synergieeffekt in den Co-Creation-Projekten profitieren.



## Beispiele für Co-Creation-Projekte:

Innovative Produktentwicklung  
Projekt- und Prozessmanagement  
Geschäftsprozessoptimierung  
Nachhaltigkeit und Verbesserungsprozesse  
Marketing für Fachkräftefindung



## Projekt-Fokus:

*Funktion*

*Datenschutz*

*Datensicherheit*

*Umwelt & Qualität*

*Akzeptanz der Betroffenen und Beteiligten*

## Nutzen für die teilnehmenden Unternehmen

*Kräftebündelung*

*Synergieeffekte*

*Wissenstransfer*

*Fachkräfte- und Talente- Entwicklung*



## Co-Creation **Aktionen – Projekte – Initiativen**

Innovationsvorhaben werden  
gemeinsam analysiert

Dadurch erhalten alle Beteiligten einen Überblick, wie  
gemeinsame Visionen erfolgreich realisiert werden können.



- Alle stellen ihre Fragen und nennen ihre Erwartungshaltungen zu den Innovationsvorhaben
- Gemeinsam finden wir geeignete  
Expert:innen – Macher:innen und Visionär:innen
- In online-Meetings wird die Vision aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet
- Die entsprechenden Ziele und Maßnahmen werden festgelegt
- Die **Aktionen** werden durchgeführt
- Die **Projekte** werden geplant, gestaltet und realisiert
- Die **Initiativen** werden strategisch und operativ optimiert

**Aktion:** z.B. einmalige gemeinsame Marketingaktion

**Projekt:** z.B. gemeinsames Innovationsprojekt

**Initiative:** z.B. gemeinsamer Markenaufbau



**Kunststoff.com**

# Co-Creation

Aktionen – Projekte – Initiativen

im **Kunststoff – Forum** für **Nachhaltigkeit**

---

**Machen Sie mit?**

**Ich würde mich freuen!**

Günter Blickhan  
gb@Kunststoff.com