

Marketingstrategie voor de herwaardering van kunststoffen

Introductie

De aanpak van kunststofafval is de prioriteit van de EU-agenda en de noodzaak voor het creëren van een innovatief en circulair Europa. Hoewel plastic afval een hot topic is op het hele continent, wordt de enorme hoeveelheid plastic afval niet geherwaardeerd en komt zo terug in de toeleveringsketen [1].

Ondanks het toegenomen bewustzijn van het probleem, missen we nog steeds actie in de richting van dit doel. Het gedrag van de consument is geen gemakkelijke taak, maar bedrijven kunnen een essentiële rol spelen om de "plastic gewoonten" van klanten te beïnvloeden [2].

Marketingstrategie is een van de sterke tools die de voorkeuren van de aankoopkeuzes van klanten kan veranderen. Marketing heeft dus een enorme impact op de manier waarop consumenten toekomstige beslissingen nemen en op hoe ze denken (of niet) over het probleem, zoals de steeds groeiende hoeveelheid plastic voor eenmalig gebruik die verwoestende effecten heeft op de planeet [3].

Beschrijving

De kracht van marketing ligt in het wereldwijde bereik, het verspreiden van bewustzijn en het creëren van een beweging rond het probleem. Het doel van de marketingcampagne is niet alleen om consumenten en producenten het gevoel te geven bewust te zijn, maar tegelijkertijd om hen te leren de gevolgen van hun winkelacties voor het milieu te begrijpen [3].

Hoe kun je marketing creëren die een positieve impact heeft op de aanpak van plasticvervuiling voor eenmalig gebruik?

Volg deze stappen en wijzig jouw manier van marketingcampagnes:

1. **Heb een groter doel** - de duurzame trend en noodzaak verschuift het perspectief van alleen economisch succes naar het grotere maatschappelijke succes. Innovatieve bedrijven zoeken naar een maatschappelijke missie die een positieve impact heeft op mens en milieu [4].
2. **Bewustwording vergroten** - is een eerste stap om klanten te informeren over hoe ze hun plastic afvalproductie kunnen verminderen, wat het effect is van hun gedrag op de planeet en wat de bijbehorende problemen en voordelen ervan zijn. Het makkelijkste kan zijn via social media kanalen en campagnes [3]. Bovendien is educatie ook een vorm van loyaliteit opbouwen met klanten [4].
3. **Identificeer kunststoffen voor eenmalig gebruik en niet-recycleerbare kunststoffen** - als een bedrijf met een hoger ecologisch doel, moet je nadenken over jouw eigen plasticgebruik, de producten en materialen identificeren die niet recyclebaar zijn en alternatieven vinden of een manier vinden om jouw plastic afval te verwerken om een nieuw product te creëren om het goede voorbeeld te geven [5].

4. **Promoot duurzame alternatieven** - de andere manier om voorlichting te geven over de negatieve impact van plastic voor eenmalig gebruik is om klanten te laten zien welke alternatieven innovatieve herwaarderingsoplossingen voor plastic bevatten en waarom ze milieuvriendelijker zijn. Probeer oplossingen te vinden die niet alleen duurzaam zijn, maar ook economisch effectiever [3].
5. **Ondersteuning van duurzaam ondernemen** - verwijzend naar de ondersteuning van duurzame bedrijfsmodellen, hun groei en tegelijkertijd de vermindering van kunststofafval en nieuwe manieren van kunststofverwijdering. Bedrijven kunnen dergelijke bedrijven promoten en de geselecteerde aanpak implementeren binnen hun activiteiten. Dergelijke gemeenschappelijke gedragingen kunnen de duurzame rapportagepraktijken [3] als [GRI-normen stimuleren](#) - een eenvoudig te gebruiken modulaire set die organisaties (klein / groot, publiek / privaat) een overzicht biedt van hun impact op het milieu, de economie en mensen.
6. **Wees klantgericht** - wees niet alleen wanneer je een duurzame marketingstrategie creëert. Vraag het publiek waar ze het meest in geïnteresseerd zijn - of het nu gaat om ecologie, transparantie of sociale missie. Laat ze je vertellen over hun behoeften, probeer ze te begrijpen en pas de marketing daarop aan [4].
7. **Verander het gedrag van de consument** – kan niet van de ene op de andere dag worden gedaan. Hoewel het een lange termijn doel is, moet de marketingstrategie gericht zijn op kleine continue stappen die uiteindelijk een grote cumulatieve impact op het milieu zullen hebben [3].
8. **Gebruik duurzame verpakkingen en producten** - het verstrekken van informatie over hoe het product is geproduceerd of het gebruik van gerecyclede materialen voor de verpakking is de directe en effectieve manier om de aandacht van klanten voor de producten van het bedrijf te benaderen [3].
9. **Stel een doel om het gebruik van kunststoffen voor eenmalig gebruik te verminderen - het kan je helpen verdere actie te ondernemen bij het vinden van alternatieve manieren om de plasticvervuiling van niet-recyclebare, vaak zwerfvuil of kunststofproducten voor eenmalig gebruik te minimaliseren [5].**

Als bedrijf, met name een fabrikant die de bovengenoemde acties al in hun activiteiten heeft geïmplementeerd, kunt je worden geïnspireerd door de volgende stappen om verder te gaan in het minimaliseren van vervuiling gedurende de levenscyclus van kunststofproducten.

1. **Verhoog de beschikbaarheid van gegevens en voer levenscyclusanalyses (LCA) uit - een van de** uitgangspunten van elke marketingstrategie is de beschikbaarheid van gegevens die nodig is voor een beter begrip van de productie van plastic en de impact ervan gedurende de levensduur van het product. LCA is een waardevol hulpmiddel dat helpt bij het bepalen van de waarde en externe invloeden van kunststofproducten - milieu-, sociale, gezondheids- en economische effecten van plastic producten vanaf hun productie tot het einde van het gebruik. Het verstrekken van de LCA en het beschikbaar stellen van gegevens aan het publiek en andere belanghebbenden is van cruciaal belang voor het besluitvormingsproces [5].
2. **Gebruik duurzame normen, certificeringen, milieukeurmerken en ontwerprichtlijnen** - dit zijn nuttige hulpmiddelen en technieken die de negatieve effecten op het milieu verminderen. Mensen promoten de principes van de circulaire economie. Op de producten of de verpakking ervan moeten certificeringen of milieukeuren worden aangebracht om zo de duurzame marketingstrategie van het bedrijf te bevorderen [5].

3. **Verbeter "groene" aankoopcriteria** - kies zakenpartners op basis van duurzame criteria, waaronder producten met gerecyclede inhoud, hergebruikte producten of producten met certificeringen. Duurzame gezamenlijke inspanningen en samenwerking met stakeholders hebben een grotere impact en kunnen een waardevol onderdeel zijn van je marketingdoelen. Vergeet ons niet te informeren over de succesvolle samenwerking via jouw online kanalen [5].

Het creëren van een duurzame toekomst impliceert de langetermijnvisie van het gevestigde bedrijf of de nieuwe ondernemer op de markt. De circulaire economie heeft als doel om materialen en producten terug te brengen naar de economie in hun "end of life" fase, die niet bestaat in een circulair perspectief. De belangrijkste overwegingen van jouw marketingstrategie moeten gericht zijn op het begrijpen van de klanten, het bieden van eenvoudige oplossingen en meerdere benaderingen voor individuele en culturele situaties [2]. Het vertellen van de boodschap of visuele hulpmiddelen zoals video's of infographics kunnen ook jouw positieve marketingactie stimuleren.

Het doel van duurzame marketingstrategieën is complex en het gaat niet alleen om geld verdienen. Veel bedrijven volgen echter [greenwashing-praktijken](#) die klanten valse informatie geven over hun producten en diensten. Wees je ervan bewust dat een duurzame toekomst het algemene doel is van economische, ecologische en sociale welvaart.

Casestudy's & Voorbeelden

Tot 15 miljard sigaretten worden elke dag in de wereld gekocht. De peuken die zich vormen na het roken ervan zijn een grote belasting voor de natuur en hun ontbinding duurt vier tot twaalf jaar. Het EcoButt-project richt zich op het oplossen van sigarettenafval, dat in enorme hoeveelheden in de wereld wordt geproduceerd. Specifiek is het gewijd aan de inzameling en daaropvolgende recycling van sigarettenfilters.

Volgens de auteur wordt het idee van het recyclen van sigarettenfilters wetenschappelijk ondersteund door verschillende studies, waarvan de resultaten zeer gunstig zijn. Sigarettenfilters vormen een ernstige bedreiging voor het milieu. Meer dan de helft van het verkochte aantal sigaretten belandt op de grond. Het filter in de sigaret dient voor absorptie, daarom bevatten de peuken meer dan 6.000 giftige en kankerverwekkende stoffen, die vervuilen door regen: grond - waar we onze gewassen verbouwen, water - dat we allemaal drinken, en ecosysteem - het huis van dieren, planten en ons.

Onderzoek heeft aangetoond dat één sigarettenfilter tot 5 liter water vervuilt tot omstandigheden die onverenigbaar zijn met het leven van een normaal organisme. Tijdens een studie aan de RMIT University in Australië bleek dat door het opnemen van sigarettenfilters in het asfaltmengsel het hitte-eilandeffect wordt verminderd, wat betekent dat op warme zomerdagen de stralingswarmte van het asfalt precies wordt geabsorbeerd door de sigarettenfilters, en dus daalt de temperatuur in steden met twee tot drie graden.

Momenteel gaan de projectuitvoerders door een versnellingsfase, waarbij ze zich concentreren op het kiezen van geschikte klanten en bedrijven die hen helpen met dit gevaarlijke afval en onze omgeving mooier en schoner maken.

Hoe heeft het bedrijf het proces/concept/strategie van het onderwerp geïmplementeerd?

Het bedrijf Ecobutt is een uitstekend voorbeeld van creatieve en up-to-date marketing voor plastic herwaardering. Door de controversiële maar belangrijke en schadelijke verontreinigende stof -



sigarettenpeuken - te selecteren, verkoopt de oprichter met zijn charisma en unieke verhaal zijn technologie aan het grote publiek.

Wie houdt er niet van het opruimen van de openbare ruimte met de alomtegenwoordige sigaretten en peuken? Het ecologisch doen en de waardevolle materialen terugbrengen in de technische kringlopen en productie is een geniaal idee!

Welke gegevens, details of resultaten kunnen worden beschouwd als een goed voorbeeld van het onderwerp? Hoeveelheid gebruikte giftige peuken gerecycled in tonnen per jaar [6].



Resources

References

- [1] <https://www.socialinnovationacademy.eu/re-valuing-plastic-social-innovation-means-reduce-revalue-plastics/>
- [2] <https://www.sustainability.com/thinking/engaging-consumers-to-reduce-and-recycle/>
- [3] <https://zerowasteoutlet.com/blogs/zero-waste-dad-blog/the-role-of-marketing-in-tackling-the-plastic-problem>
- [4] <https://blog.hubspot.com/marketing/sustainable-marketing>
- [5] https://www.epa.gov/system/files/documents/2023-04/Draft_National_Strategy_to_Prevent_Plastic_Pollution.pdf
- [6] <https://ecobutt.com/>