

## Fallstudie „Initiative Pro Recyclingpapier“ (IPR)

### Hintergrund und Ziele

Die IPR ist eine Wirtschaftsallianz 23 namhafter Unternehmen, die sich am Beispiel von Recyclingpapier konkret für gesamtökologische Lösungen und Strategien einsetzt, die sowohl im Sinne des Klima- und Ressourcenschutzes greifen, als auch zum Erhalt der biologischen Vielfalt beitragen. Für die Unternehmen steht Recyclingpapier stellvertretend für die praktische Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens im Alltag der Unternehmen. Ziel der IPR ist es, die Akzeptanz und den Verbreitungsgrad moderner Recyclingpapiere weiter zu erhöhen sowie für die hohe Symbolkraft des Themas im öffentlich-politischen Raum zu werben.



### Ausgewählte Maßnahmen

Nationale Informationskampagnen und Wettbewerbe wie z.B. „[Erster Papieratlas für Deutschland](#)“, die „[Use-It-Kampagne](#)“ mit Xerox, „[Ökologischer Schulanfang](#)“ mit Karstadt und öffentlichen Aktionen im Rahmen der Jubiläumskampagne „[30-Jahre-Blauer-Engel](#)“ thematisieren die vielfältigen Vorteile von Recyclingpapier und die strategische Bedeutung des Themas für gesamtökologische Lösungsansätze. Zugleich werden bestehende Vorurteile abgebaut und das Imageprofil so weiterentwickelt, dass es dem Quantensprung entspricht, den Recyclingpapier qualitativ vollzogen hat.

Im politischen Umfeld wird auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene der Nutzen für die öffentliche Beschaffung auch im Rahmen gemeinsamer Veranstaltungen thematisiert. Über das zentrale Informationsbüro werden Unternehmen, Behörden und Verbraucher gezielt bei Umstellungsprozessen auf Recyclingpapier beraten. (Nähere Informationen unter: [www.papiernetz.de](http://www.papiernetz.de), [www.papieratlas.de](http://www.papieratlas.de))

### Partner

Partner der IPR sind z.B. das Bundesumweltministerium, das Umweltbundesamt, die Verbraucherzentrale Bundesverband, die Deutsche Bundesstiftung Umwelt und der NABU.

### Erfolge

Mit anschaulichen Beispielen (wie z.B. einem „[Nachhaltigkeitsrechner](#)“) und innovativen Projekten ist es gelungen, zahlreiche Handlungsimpulse in Wirtschaft sowie öffentlicher Verwaltung auszulösen und zur Umstellung auf Recyclingpapier zu bewegen. In der Berichterstattung werden die vielfältigen Vorteile und die strategische Relevanz von Recyclingpapier in allen Medienkategorien thematisiert. Der Marktanteil von Recyclingpapier im Bereich der Büropapiere konnte seit Gründung der IPR um rund 50 % erhöht werden.

### Auszeichnungen

Die Kampagnen der IPR wurden bereits mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit dem „Corporate Social Responsibility Award“. Der Städtewettbewerb „Erster Papieratlas Deutschlands“ ist für den [PR Report Award 2009](#) in der Kategorie Verantwortung/CSR nominiert.

[www.papiernetz.de](http://www.papiernetz.de)  
[www.papieratlas.de](http://www.papieratlas.de)