

An aerial photograph of a two-lane asphalt road stretching vertically through the center of the frame. The road is flanked by vibrant green agricultural fields. A small white car with a blue stripe is positioned in the lower-middle section of the road, facing away from the viewer. A large, thick, light-green curved line starts from the right edge and sweeps towards the bottom right corner. In the top left corner, the word 'Initial' is written in a large, white, sans-serif font, with the tagline 'Ihre Hygiene-Experten' in a smaller white font directly below it. At the bottom left, the text 'MISSION NACHHALTIGKEIT' is displayed in a large, bold, italicized white font, with 'Projekthandbuch' in a smaller white font underneath it.

Initial

Ihre Hygiene-Experten

MISSION NACHHALTIGKEIT

Projekthandbuch

Inhalt

Einleitung	3
Was leisten wir?	3
Gründe für unser Handeln	4
Was sind unsere Ziele?	5
Vermittlung von Botschaften	6
Positionierungsaussage zur Mission Nachhaltigkeit	6
Narrativ	7
Manifest	8
Begleittext	9
Versprechen Nr. 1 – Nachhaltige Lösungen von Anfang bis Ende	9
Versprechen Nr. 2 – Nachhaltig leben, atmen und handeln	10
Versprechen Nr. 3 – Reduzieren, wiederverwenden, recyclen	11
Versprechen Nr. 4 – Starke Partnerschaften für den Erhalt unseres Planeten	12

Grafiken und Bildmaterial	13
Einführung	13
Kampagnen-Elemente	14
Erstellung von Bogenelementen und Farbverläufen	15
Aufbau des bogenförmigen Farbverlaufs	16
Beispiele für Zuschnitt von Bogenelementen	17
Bildzuschnitt	18
Zusammenspiel von Bild und Bogenelement	18
Zahlen	19
Beispieldokumente	20
Verfügbares Werbematerial	22

Einleitung

Was leisten wir?

Mission Nachhaltigkeit ist eine Kommunikations-Plattform mit kreativem Look-and-Feel. Sie unterstützt uns dabei, unseren Kunden auf der ganzen Welt unser Engagement zu vermitteln, mit dem wir die Umweltauswirkungen reduzieren und Hygienelösungen nachhaltiger gestalten möchten.

Anhand eines Narrativs, eines Manifests und 4 zentraler Versprechen zeigen wir auf, was Initial unternimmt, um bessere Möglichkeiten zu schaffen, sicherere und hygienischere Umgebungen in Innenräumen zu finden und gleichzeitig den Planeten zu schützen.

Diese Plattform für Sensibilisierung und Positionierung ist mehr als eine Kampagne – sie bietet eine Möglichkeit, unsere Nachhaltigkeitsaspekte in alle unsere Aktivitäten einzubinden. Sie bildet die Grundlage für unsere Positionierung, auf der wir aufbauen und unsere Werbeaussagen und überzeugenden globalen Argumente entwickeln können. Dabei bleiben wir in unserer Kommunikation konsistent und einheitlich, bieten den Märkten aber auch gleichzeitig die Flexibilität, mühelos eine Anpassung und Lokalisierung mit ihren eigenen überzeugenden Argumenten, Initiativen und Erfolgen vorzunehmen.

Einleitung

Gründe für unser Handeln

Viele vorausschauende Unternehmen machen nachhaltige Prinzipien zum festen Bestandteil ihrer Geschäftstätigkeit – sei es, um eine bessere Welt für unsere Zukunft zu schaffen, Energie einzusparen, nach Wachstum zu streben oder Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Für viele Menschen bedeutet dies, dass sie sich für Anbieter entscheiden, die in der Lage sind, ihre Nachhaltigkeitsagenda zu unterstützen. Zahlreiche Kunden üben zudem Druck auf ihre Zulieferer in der Lieferkette aus, damit diese ebenfalls ihre Verfahrensweisen einführen.

Rentokil Initial ist mehrere öffentliche Verpflichtungen für eine nachhaltige Zukunft eingegangen und verfolgt insbesondere das Ziel, bis 2040 Netto-Null-Emissionen mit einer Verringerung des Stromverbrauchs sowie des Verbrauchs von Kunststoffen und Verpackungen zu erreichen. Um dies zu unterstützen, geht Initial zudem kategoriespezifische Verpflichtungen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen ein.

Die Markenstrategie von Initial besteht darin, als Experte für Hygiene positioniert zu sein. Dies wird durch Faktoren wie unser Angebot an Dienstleistungen, unsere unübertroffene Expertise, unseren vorausschauenden Ansatz und vor allem durch unsere führende Rolle im Bereich der Nachhaltigkeit untermauert. Unser Ziel ist es, uns in diesem Bereich zu etablieren und uns zum Anbieter der Wahl für Hygienesdienstleistungen zu machen.

Jetzt haben wir die Möglichkeit, eine einheitliche Kommunikation zu schaffen, die zeigt, was Initial unternimmt, um nachhaltig zu sein.

Was sind unsere Ziele?

- Aufzeigen unserer Führungsrolle und unseres Engagements für Nachhaltigkeit in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit
- Schaffung eines Konzepts, das wir intern wie extern vereinheitlichen können
- Der bevorzugte Anbieter für hochwirksame, nachhaltige Hygienesdienstleistungen zu werden und als vertrauenswürdiger Partner bekannt zu sein, der seine Kunden dabei unterstützen kann, ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen
- Eine Grundlage zu schaffen, auf der wir unserer Aussagen zur Nachhaltigkeit bei einer Weiterentwicklung unseres Angebots und unserer Werbeaussagen aufbauen können.

Wer ist unsere Zielgruppe?

Unsere Zielgruppe sind diejenigen, die unsere Aspekte im Bereich der Nachhaltigkeit besser verstehen wollen, wie z. B.

- für die Gesamtleitung eines Unternehmens Verantwortliche (für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens, mit einem Eigeninteresse an den Umweltauswirkungen ihres Unternehmens), z. B. geschäftsführende Inhaber/CEO/CFO/COO
- Leiter von Geschäftsbereichen (die dafür verantwortlich sind, dass Gebäude gut gepflegt, sauber und hygienisch sind, und die oft ein zunehmendes Interesse oder zunehmend Richtlinien für die Einführung nachhaltigerer Vorgehensweisen haben), z. B. die für Einrichtungen, Sicherheit oder für Einrichtungen anderer Unternehmen zuständigen Personen
- Mitarbeiter mit speziellen Aufgaben im Bereich der Nachhaltigkeit, z. B. Leiter der Abteilung Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeitsbeauftragte oder Ähnliches, Umweltmanager
- Beschaffungsverantwortliche (die mit der Aufgabe betraut wurden, mit nachhaltigeren Lieferanten zusammenzuarbeiten), z. B. Leiter des Beschaffungswesens, Einkaufsleiter, Leiter des Lieferkettenmanagements
 - Branchen einschließlich: Bürosektor, Freizeitsektor, Gaststätten-gewerbe, Einzelhandel



Vermittlung von Botschaften

Nachhaltige Mission

Positionierungsaussage

Wir bei Initial haben es uns zur Aufgabe gemacht, wirksame Hygienelösungen zu entwickeln, die die Räume, die Menschen aufsuchen und in denen sie arbeiten, sicherer und gesünder machen, und gleichzeitig unseren Beitrag zum Erhalt unseres Planeten zu leisten.

Durch Innovationen in unserer gesamten Lieferkette können wir weltweit mehr Unternehmen mit nachhaltigen Hygienelösungen versorgen.

Wir ergreifen die notwendigen Maßnahmen, um unsere Kunden bei der Bewältigung ihrer Umweltauswirkungen zu unterstützen und gleichzeitig auf unser eigenes Ziel hinzuarbeiten, bis 2040 Netto-Null-Emissionen zu erreichen.



Nachhaltige Mission

Narrativ

Im Jahr 2021 war die Oberflächentemperatur der Erde im Durchschnitt 1,1 °C wärmer als zur vorindustriellen Zeit, womit es das siebtwärmste Jahr seit Beginn der Aufzeichnungen war.¹

Durch die globale Erwärmung und die Verstädterung entstehen Umgebungen, in denen sich Bakterien leichter vermehren und ausbreiten können, was die Risiken für die öffentliche Gesundheit und den Geschäftsbetrieb erhöht.²

Es ist dringend notwendig, bessere und nachhaltigere Wege zu finden – um Menschen zu schützen, das Leben zu verbessern und unseren Planeten zu schützen.

Wir bei Initial unterstützen Unternehmen dabei, ein hygienisches Umfeld zu schaffen, das die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter und Kunden fördert. Wir sind uns dessen bewusst, dass wir eine Verantwortung haben, in unserem gesamten Unternehmen Maßnahmen zu ergreifen, unseren Kunden zu helfen, ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele sicher zu erreichen und den Wandel in der Hygieneindustrie voranzutreiben.

Deshalb haben wir uns verpflichtet, unsere Mitarbeiter und unsere gesamte Expertise zu mobilisieren, um:

- kontinuierliche nachhaltige Verbesserungen in allen Bereichen unserer Lieferkette voranzutreiben, indem wir Verantwortung für die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen unserer Tätigkeiten und der von uns eingesetzten Lösungen übernehmen,
- mit unseren Kunden eng zusammenzuarbeiten, um ihre Unternehmen durch die Verwendung wirksamer Inhaltsstoffe und umweltfreundlicher Produkte zu schützen und ihnen dabei zu helfen, ihre Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern,
- nachhaltige Partnerschaften mit Klimaschutzorganisationen und -unternehmen aufzubauen, die unsere ökologischen Werte teilen.

Wir bei Initial glauben, dass jetzt die Zeit zum Handeln gekommen ist.

***Das ist unsere **MISSION NACHHALTIGKEIT.**
SIND SIE DABEI?***

¹ <https://news.un.org/en/story/2022/01/1110022>

² <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0042098020910873>

Unser Manifest für die Mission Nachhaltigkeit

VERSPRECHEN NR. 1

Nachhaltige Lösungen von Anfang bis Ende

Lösungen zu konzipieren und zu entwickeln, bei denen wir die Nachhaltigkeit über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg fest im Blick haben.

VERSPRECHEN NR. 2

Nachhaltig leben, atmen und handeln

Alle Bereiche unseres Betriebs, unserer Arbeitsplätze und unserer Lieferkette zu analysieren und gemeinsam mit unseren Mitarbeitern eine Kultur der Nachhaltigkeit aufzubauen, um unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern.

VERSPRECHEN NR. 3

Reduzieren, wiederverwenden, recyceln

Das von uns als Unternehmen erzeugte Abfallaufkommen zu messen und zu reduzieren, sodass keine Abfälle mehr auf Deponien oder in Verbrennungsanlagen landen, und gleichzeitig recycelte Materialien in unseren Produkten und in unserem gesamten Betrieb verstärkt zu nutzen.

VERSPRECHEN NR. 4

Starke Partnerschaften für den Erhalt unseres Planeten

Langfristige Partnerschaften aufzubauen, die eine größere biologische Vielfalt fördern und der Umwelt für künftige Generationen zugutekommen.

VERSPRECHEN NR. 1 – Nachhaltige Lösungen von Anfang bis Ende

Lösungen zu konzipieren und zu entwickeln, bei denen wir die Nachhaltigkeit über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg fest im Blick

Wir bei Initial sind bestrebt, die Umweltauswirkungen unseres Produktentwicklungsprozesses zu reduzieren. Deshalb verwenden wir von Beginn der Produktlebensdauer an nachhaltigere Materialien. Angefangen bei Verbrauchsmaterialien, die keine schädlichen Chemikalien oder Mikroplastik enthalten, bis hin zu Produkten mit Nachhaltigkeitszertifizierung.

Beispiele für überzeugende Argumente

Unsere vegan-zertifizierte Schaum-Handseife **benötigt eine um 40 % geringere Dosiermenge** im Vergleich zu herkömmlichen Flüssigseifen. Mit **600 mehr Dosen** pro Liter sind weniger Nachfüllungen nötig, was zur Abfallvermeidung beiträgt.

Sie ist frei von Parfüm und Farbstoffen und hilft bei der Pflege empfindlicher Haut, wodurch sie wirksamer und nachhaltiger ist als marktübliche Alternativen.

90 % des in unseren Produkten und für unsere Dienstleistungen verwendeten Palmöls werden bis Ende 2023 aus RSPO-anerkannten Lieferketten stammen.

Unsere Ökolabel-Zertifizierung bedeutet, dass einige unserer Produkte nachweislich eine geringere Umweltbelastung während des gesamten Entwicklungsprozesses aufweisen: von der Gewinnung der Rohstoffe über die Produktion bis hin zu ihrer Verwendung und Entsorgung.

Dank dieser Zertifizierungen können unsere Kunden darauf vertrauen, dass wir **zuverlässige, nachhaltige Waschraumprodukte** anbieten, die sie in die Lage versetzen, fundierte Entscheidungen zu treffen und eine aktive Rolle bei der Umstellung auf eine umweltfreundlichere Zukunft zu spielen.

Alle unsere Seifen sind vollständig dermatologisch und toxikologisch getestet. Unsere für sensible Haut geeignete Schaumseife besteht **zu 98,5 % aus natürlichen Inhaltsstoffen** und ist damit umwelt- und hautverträglich.

Wir verwenden ausschließlich umweltfreundliche, **vollständig recycelbare und zusammenklappbare** Nachfüllbehälter, um den Hygieneabfall zu reduzieren.

Wir haben die WC- und Urinalflüssigkeit Ecoclear entwickelt, die Geruchsbelästigungen reduziert und die Leitungen im Waschraum schützt. Sie enthält **keine schädlichen Biozide**, ist aber dennoch hochwirksam bei der Reduzierung von Kalk, Bakterien und Geruch.

Für Ecoclear wird zudem der **Pinienduft EcoBoost** verwendet, ein speziell von CPL Aromas entwickelter Duft. Dabei kommen weniger Rohstoffe und kürzere Rezepturen zum Einsatz, was zur Verringerung

- des Energieaufwands bei der Herstellung sowie
- der Kosten für Verpackung, Transport und Entsorgung beiträgt.

Die Formulierung aus **natürlichen und erneuerbaren Inhaltsstoffen** ist eine nachhaltige und dennoch wirksame Option.

Argumente für den lokalen Markt

Überlegen Sie sich Argumente, die zeigen, wie Ihr Markt sein Fachwissen einsetzt und

Lösungen verwendet, die die Verwendung von schädlichen Inhaltsstoffen/Materialien reduzieren.

VERSPRECHEN NR. 2 – Nachhaltig leben, atmen und handeln

Alle Bereiche unseres Betriebs, unserer Arbeitsplätze und unserer Lieferkette zu analysieren und gemeinsam mit unseren Mitarbeitern eine Kultur der Nachhaltigkeit aufzubauen, bei der wir proaktiv Maßnahmen zur Verringerung unserer Umweltauswirkungen ergreifen.

Initial stellt die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt seines Handelns. Ob wir nun in unserem gesamten Fuhrpark auf Elektrofahrzeuge umstellen, in unseren Gebäuden zu Ökostromtarifen wechseln oder uns für nachhaltige Lieferanten entscheiden – wir ergreifen proaktive Maßnahmen, um unsere Netto-Null-Verpflichtungen zu erfüllen.

Um ihre erfolgreiche Umsetzung zu gewährleisten, binden wir bei Initial unsere Mitarbeiter aktiv in unseren Nachhaltigkeitsplan und unsere Nachhaltigkeitsziele ein. In einer kürzlich durchgeführten unternehmensweiten Umfrage stimmten 85 % der Kollegen folgender Aussage zu: „Das Unternehmen trifft die richtigen Entscheidungen, um zu gewährleisten, dass wir nachhaltig arbeiten.“

Im gesamten Unternehmen haben unsere Mitarbeiter persönliche Entwicklungsziele, die sich auf Bereiche wie die Einführung nachhaltiger Produkte und das nachhaltige Lieferkettenmanagement beziehen. Sie werden ermutigt, sich zu engagieren und ihre Ideen zur Verbesserung unserer Nachhaltigkeit einzubringen.

Initial ist Mitglied bei **EV100** – einer globalen Initiative, die Unternehmen zusammenbringt, die sich zu einem schnelleren Umstieg auf Elektrofahrzeuge verpflichten. Unser Ziel ist es, **bis 2030 in Großbritannien und Europa eine 100%ige Flotte von extrem emissionsarmen Fahrzeugen (Ultra-Low Emission Vehicles – ULEV)** zu haben – und bis 2040 100 % weltweit.

Im Jahr 2021 wurde unser neues **Forschungs- und Entwicklungszentrum** eröffnet, um unsere Führungsrolle in der nachhaltigen Innovation und Produktentwicklung weiter auszubauen. Unsere Teams für Hygiene-Innovation und Produktentwicklung konzentrieren sich zu 100 % auf Projekte, die auf nachhaltige Innovationen ausgerichtet sind.

Das Gebäude selbst erhielt die **BREEAM-Bewertung „Excellent“ (Ausgezeichnet) für seine Nachhaltigkeitsleistung** und verfügt über eine Photovoltaikanlage auf dem Dach.

Durch die Installation von LED-Leuchten und Bewegungsmeldern haben wir unseren Stromverbrauch für die Beleuchtung um **47 %** gesenkt. Dadurch **sparen wir pro Jahr 27 Tonnen an CO₂** ein, was uns unserem Netto-Null-Ziel einen weiteren Schritt näherbringt.

Wir stellen auf Ökostromtarife um und sorgen für die Energieeffizienz unserer Gebäude. So haben wir beispielsweise in den letzten fünf Jahren unser Gebäudeportfolio konsolidiert und damit die Energieeffizienz der Gebäude um 58 % verbessert. Unser Ziel ist es, **bis zum Jahr 2030 in 90 % unserer weltweiten Gebäude erneuerbare Energien einzusetzen** und so einen nachhaltigeren Arbeitsplatz zu fördern.

Wir haben ein CO₂-Reporting für alle ein- und ausgehenden See- und Luftfrachtsendungen in unserer zentralen Lieferkette eingeführt.

Argumente für den lokalen Markt

Überlegen Sie sich Argumente, die zeigen, wie Ihr Markt ...

- auf Hybrid- oder Elektrofahrzeuge umstellt,
- neue Mobilitätslösungen für Mitarbeiter fördert, z. B. Elektro-Fahrräder, -Roller oder Alternativen für Fußgänger
- wie den Elektro-Tretroller,
- energieeffizientere Lösungen in Ihren Gebäuden nutzt, z. B. Solarpaneele, LED-Beleuchtung,
- Büroartikel beschafft, z. B. Papier aus nachhaltigen Quellen.

VERSPRECHEN NR. 3 – Reduzieren, wiederverwenden, recyceln

Das von uns als Unternehmen erzeugte Abfallaufkommen zu messen und zu reduzieren, sodass keine Abfälle mehr auf Deponien oder in Verbrennungsanlagen landen, und gleichzeitig recycelte Materialien in unseren Produkten und in unserem gesamten Betrieb verstärkt zu nutzen.

Initial hat sich verpflichtet, die Umweltauswirkungen durch Abfälle zu verringern und bei der Produktion verstärkt recycelte Materialien zu verwenden. Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2035 100 % unserer Abfallmaterialien wiederzuverwenden, zu recyceln oder für die Energieumwandlung umzufunktionieren. Nach mehreren erfolgreichen Versuchen haben wir damit begonnen, von neuen Kunststoffen auf recycelte Kunststoffe umzusteigen, und wir werden auch weiterhin überflüssige Kunststoffe aus unseren Produkten entfernen, wo immer wir dies können. Wir haben zudem Maßnahmen ergriffen, um die Anzahl der Batterien, die auf der Mülldeponie landen, zu verringern, indem wir sie stattdessen dem Recycling zuführen.

Wir haben bei der Verpackung der Reflection-Spender von Kunststoff auf ausschließlich **100 % recycelbares Seidenpapier** umgestellt. Wir gehen davon aus, dass durch diese Umstellung jährlich etwa eine halbe Tonne Kunststoffabfälle weniger auf der Deponie landet.

Seit Mai 2020 haben wir den Einsatz von Kunststoff in Verpackungen und Produkten um insgesamt **237,5 Tonnen** reduziert.

Wir ergreifen proaktive Maßnahmen, um **Batterien und Kunststoff verstärkt dem Recycling zuzuführen**. In der Pazifik-Region haben wir dafür gesorgt, dass unser Anteil an Batterien, die auf der Deponie landen, um 40 Tonnen verringert wurde und 45 % der Batterien dem Recycling zugeführt wurden.

In Großbritannien und Europa führen wir inzwischen 50 % unserer Batterien dem Recycling zu, und der Anteil an recycelten Kunststoff hat 71 % erreicht.

Indem wir die **Anzahl der Recyclingbehälter** an unseren Arbeitsplätzen **erhöhen**, steigern wir die Recyclingquote in allen unseren Märkten.

Nach erfolgreichen Versuchen haben wir ...

- aus jeder Seifen- und UltraProtect™-Flasche **2 Gramm** neuen Kunststoff entfernt, wodurch jährlich schätzungsweise **4 Tonnen Kunststoffabfälle** weniger auf der Deponie landen,
- auf **30 % recycelten Kunststoff** in allen Beuteln für medizinische Abfälle umgestellt, wodurch wir jährlich schätzungsweise **80 Tonnen** neuen Kunststoff einsparen.

Unser Online-Kundenportal **myInitial** vermeidet Papierabfälle, indem es eine vollständige Dokumentenbibliothek online zur Verfügung stellt, die es Kunden ermöglicht, nachhaltiger zu arbeiten.

Wir sind dazu übergegangen, in allen unseren Hygienebehältern antimikrobielle Müllbeutel von SANSafe® zu verwenden, die zu **47,5 % aus recyceltem Material** bestehen und jährlich schätzungsweise 2 Tonnen Kunststoff einsparen.

Argumente für den lokalen Markt

Überlegen Sie sich Argumente, die zeigen, wie Ihr Markt ...

- Recycling-Initiativen wie das Recycling von Papier und Batterien fördert,
- das Anfallen von Abfall in seinem Betrieb vermeidet,
- durch den Einsatz von Smartphone-Technologie papierlos wird,
- sich für die Wiederverwendung und Aufarbeitung von Ausrüstung und Dienstkleidung engagiert,
- Produkte aus recycelten Materialien verwendet.

VERSPRECHEN NR. 4 – Starke Partnerschaften für den Erhalt unseres Planeten

Langfristige Partnerschaften aufzubauen, die eine größere biologische Vielfalt fördern und der Umwelt für künftige Generationen zugutekommen.

Als weltweit führender Anbieter von Hygienesdienstleistungen ist sich Initial der Bedeutung eines verantwortungsvollen Handelns bewusst und berücksichtigt die ethischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen seiner laufenden Partnerschaften. Wir haben uns verpflichtet, in Zukunft nur noch mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die mit unseren ökologischen Werten im Einklang stehen, und werden auch weiterhin enge Beziehungen zu Klimaschutzorganisationen und Gemeinden auf der ganzen Welt aufbauen, um deren Arbeit im fortlaufenden Kampf gegen die Klimakrise zu unterstützen.

Beispiele für überzeugende Argumente

Rentokil Initial Cares (RI Cares) ist unser globales Wohltätigkeits- und Gemeinschaftsprogramm, mit dem wir das gemeinnützige Engagement unserer Kollegen vor Ort sowie nationale und globale Initiativen unterstützen. Unser Ziel ist es, langfristige Partnerschaften aufzubauen und Wohltätigkeitsorganisationen und gute Zwecke in vielen Teilen der Welt zu unterstützen. Wir unterstützen eine breite Palette von Initiativen im Einklang mit den **UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung**.

Durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die unsere Werte in puncto Nachhaltigkeit teilen, um umweltfreundlichere Hygieneslösungen zu produzieren, können wir **unser geschäftliches Engagement für die Verringerung der CO₂-Emissionen sowohl für uns selbst als auch für unsere Kunden unter Beweis stellen**.

Wir arbeiten mit unseren Lieferanten zusammen, um sicherzustellen, dass das von uns verwendete Papier aus nachhaltigen Beschaffungsquellen stammt, damit wir die Umwelt so wenig wie möglich belasten. **95 % des Papiers**, das wir unseren Kunden weltweit zur Verfügung stellen, verfügt über eine entsprechende Umweltzertifizierung.

Um unser Engagement für Partnerschaften mit nachhaltig arbeitenden Lieferanten zu zeigen, sind wir dabei, alle unsere wichtigen Direktlieferanten zu auditieren und eine interne Nachhaltigkeitsbewertung von entweder Gold, Silber oder Bronze anzuwenden. Dies wird gegebenenfalls über Fragebögen und/oder Audits auf alle unsere Direktlieferanten ausgeweitet. Wir werden ausschließlich mit neuen Lieferanten zusammenarbeiten, die unsere internen Bewertungskriterien „Gold“ oder „Silber“ erfüllen, unseren internen Werten in puncto Nachhaltigkeit entsprechen und unserem Verhaltenskodex für Lieferanten zustimmen.

Seit Beginn unserer Partnerschaft mit **Cool Earth** im Jahr 2018 haben wir:

- **Gemeinden** in den Regenwäldern von Papua-Neuguinea, Kamerun und Mosambik, die sich für den Schutz von über **42.000 Hektar** Regenwald, über **20 Millionen Bäumen** und über **8 Millionen Tonnen** Kohlenstoffspeicher einsetzen, in ihrem Kampf gegen die Abholzung unterstützen,
- die Installation von **sieben 9.000-Liter-Regenwassertanks** finanziert, die in Dürreperioden sauberes Trinkwasser liefern,
- die **Biodiversitätsbeauftragten** von Cool Earth in Wabumari unterstützt, um den Gemeindemitgliedern zu helfen, die Tiere des Waldes zu schützen.

Rentokil Initial hat sich aktiv an **Initiativen zur Pflanzung von Bäumen auf der ganzen Welt** beteiligt, dazu zählen unter anderem:

- Aktiver Partner bei Queen's Green Canopy im Vereinigten Königreich,
- Unterstützung der Schaffung eines Waldgebiets in Italien zum Gedenken an die Opfer von COVID-19,
- Pflanzung von Hunderten von Setzlingen in der Türkei – als Auftakt zu einem Rentokil-Wald nach den verheerenden Waldbränden.

Argumente für den lokalen Markt

Überlegen Sie sich Argumente, die zeigen, wie Ihr Markt ...

- mit lokalen Klimaschutzorganisationen oder -gemeinschaften zusammenarbeitet, um

deren Arbeit zum Schutz des Planeten zu unterstützen, z. B. durch die Unterstützung von Baumpflanzungen,

- mit nachhaltigen Lieferanten zusammenarbeitet.

Grafiken und Bildmaterial

Einführung

Der kreative Stil dieser Kampagne besteht aus einfachen Elementen, die neben dem herkömmlichen und digitalen Stil der Hygienemarke verwendet werden können, um die wichtigsten Botschaften zum Thema Nachhaltigkeit herauszustellen.

Bei kreativen Werbematerialien sollte die Gestaltung zur Mission Nachhaltigkeit nicht mehr als 25 % des gesamten Materials ausmachen, der Rest soll ein herkömmlich gestalteter Markenauftritt der Hygienemarke sein. Die Kommunikation sollte die Initial-Marke unterstützen und eine zusätzliche Botschaft der Nachhaltigkeit vermitteln, anstatt unsere bestehende Marke zu überlagern.



Grafiken und Bildmaterial

Kampagnen-Elemente

Aufschlüsselung der einzelnen Kampagnenelemente

Farbe

#99cc33



Grafische Herausstellungen

In die Szene eingebundene
große Zahlen oder wichtige
Informationen

Schriftart

Proxima Nova
Extra Condensed Bold Italic



Bogenlinie
(mit Farbverlauf)

Alternativ Bogen

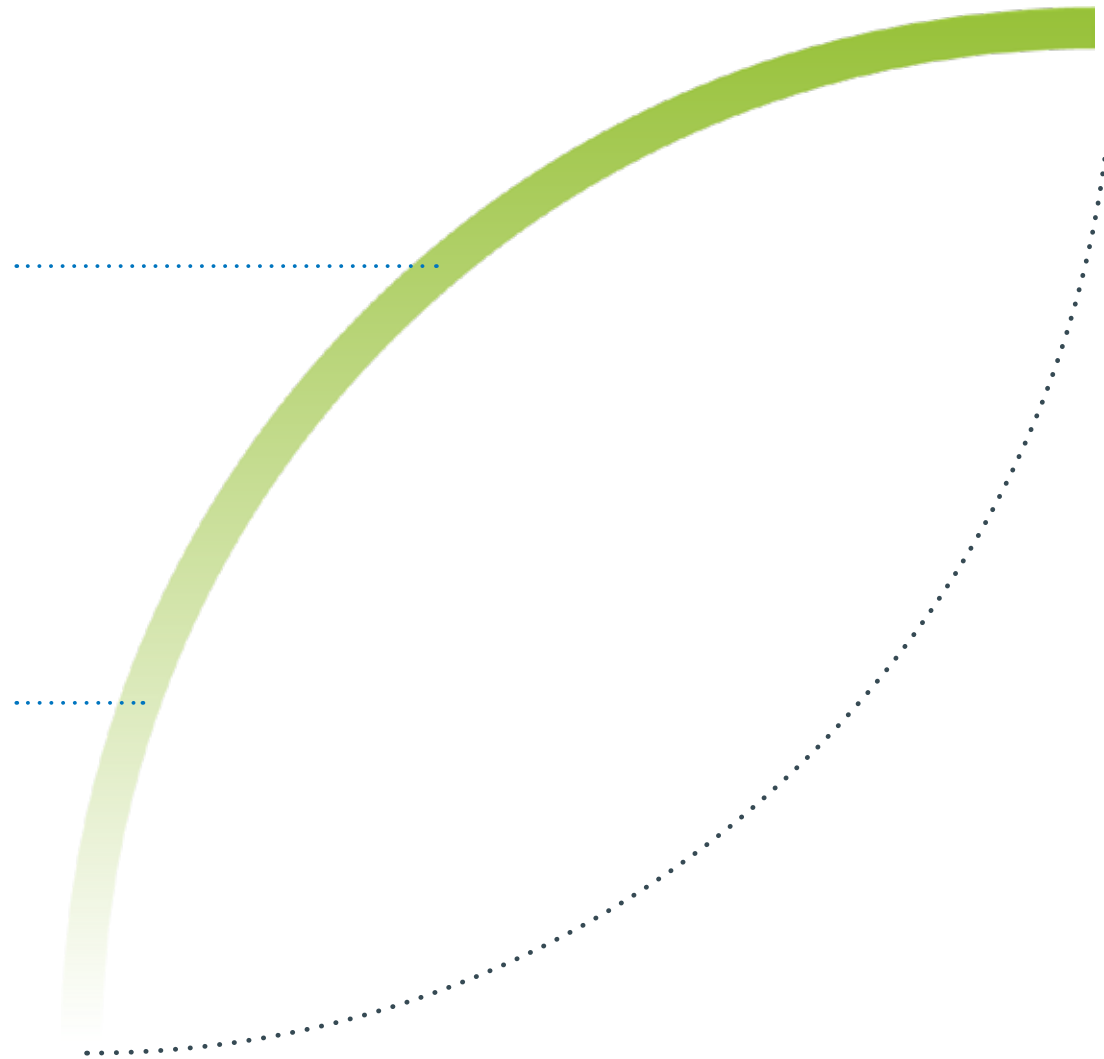


MISSION NACHHALTIGKEIT

Erstellung von Bogenelementen und Farbverläufen

Das Bogenelement passt zu anderen grafischen Elementen der Initial-Markenfamilie und kann, wie später gezeigt wird, in Verbindung mit anderen vorhandenen Elementen verwendet werden.

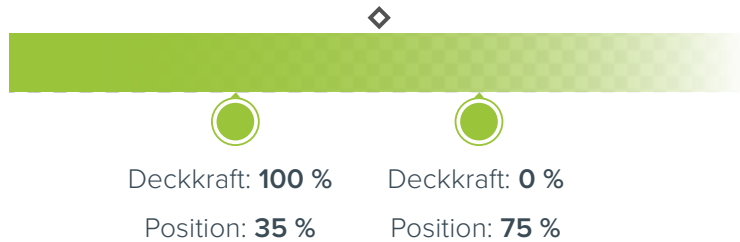
Mit der Einführung des verblassenden Farbverlaufs wird ein zusätzliches, einzigartiges Kampagnenelement hinzugefügt, das von der Idee inspiriert ist, auf eine geringere Umweltbelastung bzw. ein Netto-Null-Ziel hinzuarbeiten.



So erstellen Sie einen bogenförmigen Farbverlauf – Adobe Illustrator

Das Bogenelement kann in jeder Ecke verwendet werden. Eine Zuschnittsversion mit Flächenfüllung steht ebenfalls zur Verfügung. Wird zur Hervorhebung eines Abschnitts zum Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Dokument verwendet.

Schieberegler für Farbverlauf: **50 %**

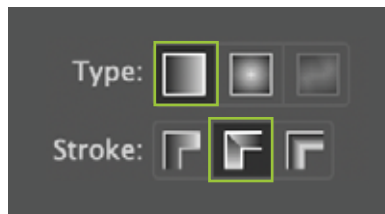


Farbverlauftyp:

Linearer Farbverlauf

Farbverlauf
für Strich:

**Farbverlauf
entlang des
Strichs anwenden**



Wenn Sie den Farbverlauf bei 35 % beginnen, wird sichergestellt, dass genügend Grün im Strich verwendet wird. Ähnlich verhält es sich, wenn man die 0 %-Deckkraft bei 75 % des Balkens beginnt, um sicherzustellen, dass sie ausreichend Raum hat, um auf 0 zu verblassen, ohne dass ein zu harter Übergang entsteht.

Wenden Sie einen linearen Farbverlauf entlang der Strichbahn an. Dadurch wird ein fließender Übergang von 0 bis zur vollen Deckkraft erreicht.

Vergewissern Sie sich, dass die beiden Farben jeweils auf das Kampagnen-Grün eingestellt sind (Hex-Code: 99cc33).

Endresultat



Beispiele für Zuschnitt von Bogenelementen

Das Bogenelement kann in jeder Ecke verwendet werden. Eine Zuschnittsversion mit Flächenfüllung steht ebenfalls zur Verfügung. Wird zur Hervorhebung eines Abschnitts zum Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Dokument verwendet.



Bildzuschnitt

Der Farbverlaufbogen kann zum Zuschneiden und Umschließen von Bildern verwendet werden, die für das Thema Nachhaltigkeit relevant sind.



Zusammenspiel von Bild und Bogenelement

Sofern zugreifbar, funktionieren die Bogenlinien gut in Kombination mit dem Ausblenden von Fotos. Sie verleihen einem Bild Tiefe und machen es noch interessanter.



Grafiken und Bildmaterial

Zahlen

Es gibt zwei Möglichkeiten, große Zahlenangaben in Fotos einzubinden



1 – Einbinden in die Szene mithilfe von Oberflächenwinkeln und Verleihen von Tiefe durch Ausblenden von Vordergrundobjekten



2 – Platzieren Sie einfach die Zahl und die Bogenelemente und verleihen Sie dem Bild, wenn möglich, Tiefe, indem Sie die Objekte im Vordergrund (wie den Mann oben) ausblenden.

Grafiken und Bildmaterial

Beispiel für eine Eckgrafik

Eine weitere Möglichkeit, auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Zahlenangaben/Botschaften einzubinden, ist die Verwendung eines Viertelkreises unten links oder unten rechts in einem Werbematerial.



Grafiken und Bildmaterial

Beispieldokumente

Die Dokumente müssen im Initial-Markenauftritt gemäß den Richtlinien gestaltet werden. Um einen Bereich eines Dokuments hervorzuheben, in dem das Thema Nachhaltigkeit erwähnt wird, verwenden Sie den grünen Farbverlauf, um entweder eine Zahlenangabe hervorzuheben oder die Aufmerksamkeit auf eine Botschaft zur Nachhaltigkeit zu lenken. Bitte beachten Sie, dass dies nicht mehr als 25 % der Seite ausmachen sollte.



Verfügbare Werbematerialien

Verfügbare Werbematerialien in unserem Rentokil Initial Content Centre (RICC)



Soziale Medien

<https://rentokilinitial.workfrontdam.com/bp/#/folder/11381887/>



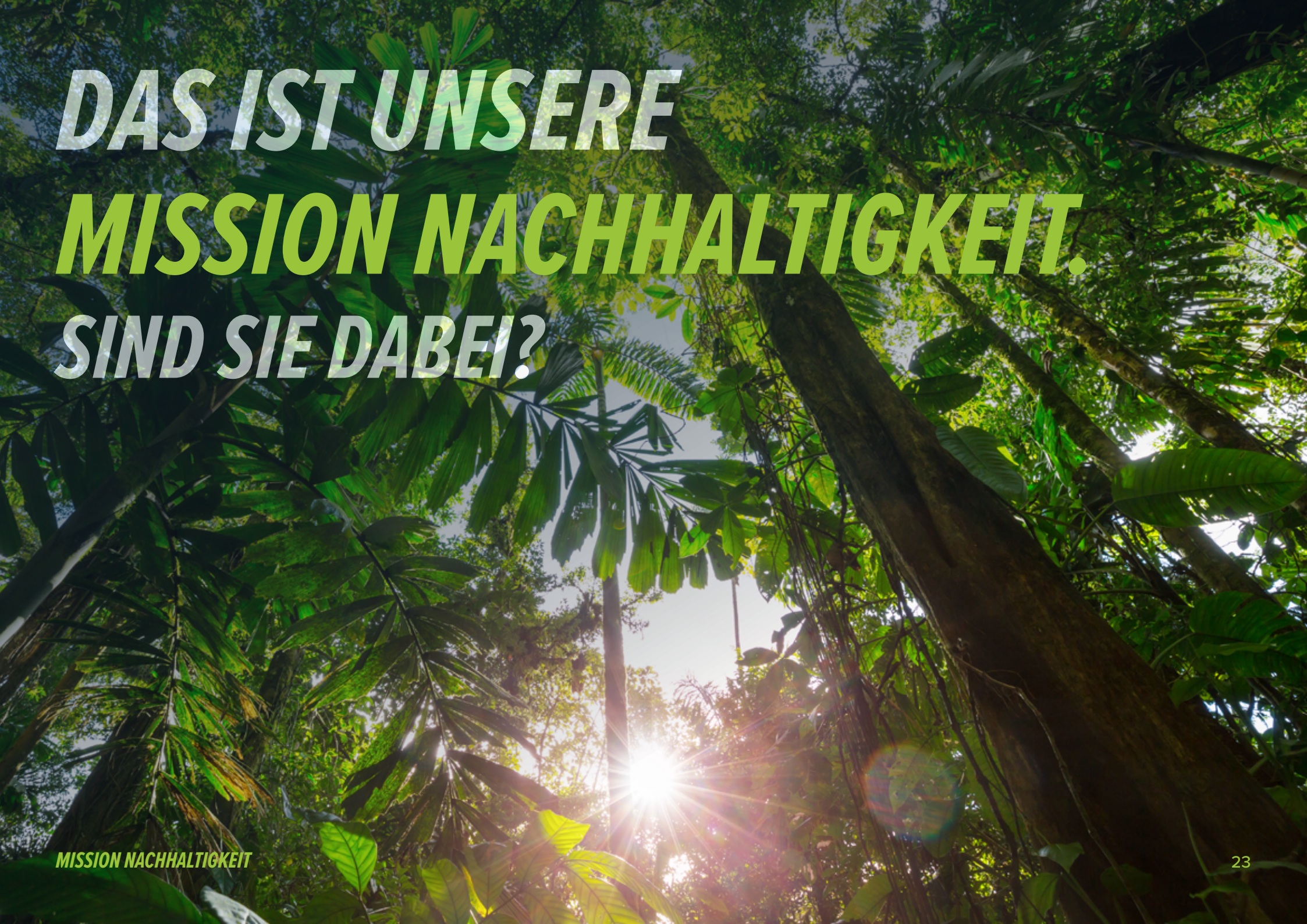
Webseite

<https://rentokilinitial.workfrontdam.com/bp/#/folder/11381888/>



Animierte E-Mail-Signatur

<https://rentokilinitial.workfrontdam.com/bp/#/folder/11381888/>

A low-angle, upward-looking photograph of a lush tropical forest. Sunlight filters through the dense canopy of various green leaves and palm fronds, creating a bright, starburst effect in the center. The perspective emphasizes the height and density of the trees.

***DAS IST UNSERE
MISSION NACHHALTIGKEIT.
SIND SIE DABEI?***

Initial

Ihre Hygiene-Experten

Zentrale Ansprechpartner

Kampagnen-Anfragen

Rebecca Jones
Campaign and Events Marketing Executive
rebecca.jones@rentokil-initial.com

Anfragen zur Nachhaltigkeit bei Hygieneprodukten und -dienstleistungen

Jo Morley
Product Marketing Executive – Hygiene & Wellbeing
jo.morley@rentokil-initial.com

RICC und Anfragen zu Werbematerial

bmc-mandi-uk@rentokil-initial.com