

PRESSEINFORMATION

Außenwerbung zirkuliert erstmalig: 2.500 Plakate und 1.000 City Lights

ARA launcht österreichweite Out-of-Home-Kampagne

Wien, 31. Juli 2024 – In Verpackungen stecken wertvolle Rohstoffe. Mit dieser Botschaft schärft die Altstoff Recycling Austria AG (ARA) seit 2022 mit der Kampagne „Achte auf die Verpackungen Rohstoffe“ das Bewusstsein der Österreicher:innen für die Kreislaufwirtschaft. Nun geht sie gemeinsam mit starken Partner:innen aus Wirtschaft und Handel den nächsten Schritt und launcht die Kampagne erstmals bundesweit im Out-of-Home-Bereich. Ab 27. Juli bis 14. August 2024 werden 2.500 Plakate und 1.000 City Lights in ganz Österreich zu sehen sein – mit Fokus auf den urbanen Raum. Begleitet wird die branchenübergreifende Kampagne von Online-Werbung in den sozialen Medien.

Nur Verpackungen, die korrekt getrennt gesammelt werden, können als wertvoller Rohstoff im Kreislauf geführt werden und so Umwelt und Ressourcen schonen. Unter dem Motto „Achte auf die Verpackungen Rohstoffe“, fördert die Out-of-Home-Kampagne das Bewusstsein für Kreislaufwirtschaft und soll damit die Sammelmotivation der Österreicher:innen weiter stärken. Die ARA und führende Marken und Unternehmen, wie Lorenz Bahlsen Snackworld, McDonald's Österreich, Ölz der Meisterbäcker, Milford, Müller Drogerie, Nestlé, NÖM und Werner & Mertz mit der Marke Frosch, bündeln ihre Kräfte, gemeinsam machen sie auf den Rohstoff „Verpackung“ aufmerksam und engagieren sich damit für Umwelt- und Klimaschutz.

„Jede Verpackung kann eine Kreislaufverpackung sein. Wer richtig trennt, schenkt Verpackungen ein neues Leben. Wir müssen bereits bis 2025 die Recyclingquote bei Kunststoffverpackungen nahezu verdoppeln. Hierfür braucht es das Bewusstsein von jedem und jeder Einzelnen dafür, dass Verpackungen wichtige Rohstoffe sind. Genau darauf zielt unsere Awareness-Kampagne ab“, erklärt ARA Vorstandssprecher Harald Hauke die Idee hinter der Kampagne.

ARA Kampagne will 40 Mio. Kontakte erreichen

2022 wurde der Testpilot mit 25 Partner:innen zum ersten Mal als Social Media-Kampagne initiiert, im darauffolgenden Jahr wuchs diese auf rund 50 teilnehmende Marken und Unternehmen an und wurde online sowie über Print-Inserate und Websites verbreitet. Mit der klaren Botschaft konnten dadurch 20,2 Mio. Kontakte erreicht werden. Für den österreichweiten Launch der Plakatkampagne im August erwartet die ARA sogar 40 Mio. Kontakte.

Müller gibt kreislauffähige Verpackungen eine Bühne

Darüber hinaus testet die ARA gemeinsam mit dem Handelsunternehmen Müller in der Flagship-Filiale auf der Wiener Mariahilfer-Straße ein spezielles Point-of-Sale Spin-off. Im Rahmen des Pilotprojekts „Kreislauf-Helden“ werden kreislauffitte Verpackungen der Müller-Eigenmarke direkt am Point-of-Sale hervorgehoben. Begleitend dazu führt das GfK Institut eine sozialwissenschaftliche Feldstudie durch, bei

der Kund:innen vor Ort zu ihrem Verständnis von Kreislaufwirtschaft, Verpackungen und Green Marketing befragt werden. „In unseren Filialen kommen viele verschiedene Verpackungen von unterschiedlichen Lieferanten zusammen. Wir wollen daher das Bewusstsein der Kunden für Verpackungen stärken und herausfinden, welchen Stellenwert kreislaforientierte Verpackungen bei der Kaufentscheidung haben können“, so Sascha Zahner, Einkaufsleitung Spielwaren, Schreibwaren, Nachhaltigkeit und Prozesse von Müller.

Stimmen für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft

Durch die erweiterte Produzentenverantwortung übernimmt die Wirtschaft Verantwortung und sorgt dafür, dass Verpackungen zurück zum Recycling und in den Kreislauf gelangen. Um das richtige Trennen und Sammeln durch die Bevölkerung voranzutreiben, braucht es jedoch die Unterstützung von jeder und jedem Einzelnen. Das starke Netzwerk an Partner:innen der ARA und deren Präsenz soll der Kampagne über die Out-of-Home- und City-Lights-Außenwerbung als auch Online-Werbung und soziale Medien landesweiten Impact geben.

„Bei McDonald's wird gemäß dem Motto ‚vermeiden, verringern, verwerten‘ in jedem Restaurant der Abfall gesammelt, getrennt und anschließend zu über 90 % wiederverwertet. Daher ist es auch uns ein besonderes Anliegen, das Bewusstsein für Verpackungen als wertvolle Rohstoffe zu stärken“, so Sonja Dirnböck, Head of Marketing bei McDonald's Österreich.

„Mit seinen ökologischen und leistungsstarken Reinigungs- und Waschmitteln unter der Marke Frosch geht Werner & Mertz schon seit einigen Jahren mit nachhaltigem Beispiel voran. Gezielte Ressourcenschonung im Sinne der Kreislaufwirtschaft ist das Gebot der Stunde. Deshalb freuen wir uns, als Partner die wertvolle Initiative der ARA zu unterstützen und das Bewusstsein für umweltfreundliche Verpackungen mit schärfen zu können“, sagt Florian Iro, Geschäftsführer von Werner & Mertz.

„Bei LORENZ verbinden wir Lebensfreude und Verantwortung. Als Familienunternehmen denken wir langfristig und wirtschaftlich nachhaltig. Wir handeln nicht für Quartale, sondern für Generationen. Verpackungen sind für uns unverzichtbar, zum Beispiel um den Produktschutz zu gewährleisten und unseren hohen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden. Darum setzen wir alles daran, die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen zu erhöhen. Unser Prinzip lautet deshalb: ‚Reduce, Recycle, Replace‘“, betont Thomas Pfiel, Geschäftsführer von The Lorenz Bahlsen Snack World GmbH Österreich.

Auch für Michael Tschütscher, Geschäftsführer Finanzen, Controlling und Einkauf bei Ölz der Meisterbäcker, ist ein gemeinsames Handeln aller Stakeholder für die Kreislaufwirtschaft notwendig: „Verpackungen sind besonders wertvoll - sie schützen unsere qualitativ hochwertigen Backwaren in vielerlei Hinsicht und leisten einen wichtigen Beitrag zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Unsere Aufgabe ist es, diese Rohstoffe durch richtiges Sammeln und Recyceln in den Verpackungskreislauf zurückzuführen. Denn es liegt in unserer Verantwortung, wie wir die Umwelt an die nächste Generation übergeben.“

„Über viele Jahre hinweg leisten wir nachhaltige Pionierarbeit und verbessern laufend unseren CO₂-Fußabdruck. Wir tragen Verantwortung gegenüber unseren regionaler Bauernfamilien, dem großen NÖM-Team und allen Konsument:innen, damit auch unser aller Kinder und Enkel noch lange die Schönheit unseres Landes genießen dürfen. Mit unserer r-PET Milchflasche beweisen wir täglich das

Recycling perfekt funktioniert und mit dieser Vorbildwirkung ist es uns wichtig, die österreichweite Kampagne als Partner zu unterstützen“, so Alfred Berger, Vorstand der NÖM AG.

„Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Aspekt des Handelns oder eine Perspektive – sie ist fest in der Strategie unseres Unternehmens verankert. Ein achtsamer Umgang mit Ressourcen ist für uns als Hersteller von Naturprodukten von großer Bedeutung und die Voraussetzung für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Daher unterstützen wir die Awareness-Kampagne der ARA mit Freude“, erklärt Irina Sonnleitner, Geschäftsführerin von Milford Tee Austria.

„Keine unserer Verpackungen soll auf Mülldeponien oder in Gewässern landen. Wir arbeiten daran, dass bis 2025 mehr als 95 % unserer Kunststoffverpackungen fürs Recycling designt sind. Darüber hinaus braucht es die richtige Abfallsammelstruktur und die richtigen Verhaltensweisen, um Kreislaufwirtschaft zu verwirklichen. Die Kampagne leistet einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung zum Wert von Verpackungen als wertvollem Rohstoff“, sagt Cédric Boehm, Geschäftsführer von Nestlé Österreich.

Credits

Auftraggeber: Altstoff Recycling Austria AG

Kreativagentur: saintstephens

Mediaplanung: Media 1

Out-of-Home: Gewista

Über die ARA

Zukunft. Kreislauf. Wirtschaft. Seit 30 Jahren arbeitet die Altstoff Recycling Austria AG (ARA) als treibende Kraft der österreichischen Abfall- und Kreislaufwirtschaft und ist Marktführer unter den Sammel- und Verwertungssystemen für Verpackungen, Elektroaltgeräten und Batterien.

Die ARA mit ihren Tochterunternehmen ARApplus GmbH, Austria Glas Recycling GmbH, DiGiDO GmbH, Digi-Cycle GmbH, ERA GmbH und TriPlast GmbH gilt heute als internationale Best Practice und entwickelt als Partner der Wirtschaft maßgeschneiderte Entsorgungslösungen in der Abfall- und Kreislaufwirtschaft: von Entpflichtung über Stoffstrommanagement bis zu Circular Design und Digitalisierung der Kreislaufwirtschaft. Die ARA AG serviert mehr als 15.000 Kunden. Sie steht im Eigentum heimischer Unternehmen und agiert als Non-Profit Unternehmen nicht gewinnorientiert.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Ecker & Partner

Lisa Pernkopf

Tel.: +43.676.308 54 74

E-Mail: l.pernkopf@eup.at