



Jahresbericht der Initiative

„Mülltrennung wirkt“

Kampagnenjahr 2023

Mach mit!

müll / trennung- wirkt.de

Eine Initiative der dualen Systeme.



Ausgangssituation

Verpackungsaufkommen und Verpackungsgesetz

8,78 Mio. Tonnen Verpackungsabfälle

fielen 2021 bei privaten Endverbraucher*innen in Deutschland an¹ – ein Plus von 18,6 Prozent im Vergleich zu 2010. Um Ressourcen und Klima zu schützen, wird Verpackungsrecycling immer wichtiger. Diese Aufgabe übernehmen die **dualen Systeme**: Sie organisieren bundesweit die Sammlung, Sortierung und Verwertung gebrauchter Verkaufsverpackungen.



¹ inkl. bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen

Die Grundlage für die Arbeit der dualen Systeme ist das Verpackungsgesetz (VerpackG)

Das VerpackG gibt **Recyclingquoten** für alle Materialarten vor, die von den dualen Systemen erfüllt werden müssen. Die Ziele sind ambitioniert und sie sind seit 2018 deutlich gestiegen. Doch nur wenn Verbraucher*innen ihren Abfall richtig trennen, können Verpackungen recycelt und die vom Gesetzgeber geforderten Recyclingquoten erfüllt werden – zum Schutz von Ressourcen und Klima.

Der Informationsauftrag der dualen Systeme

Das VerpackG nimmt Endverbraucher*innen in die Pflicht, ihren Müll richtig zu trennen und zu entsorgen. Dafür formuliert der Gesetzgeber im VerpackG auch eine direkte **Informationspflicht** der dualen Systeme: Sie müssen die Bürger*innen regelmäßig und umfassend über die getrennte Sammlung von Verpackungsabfällen aufklären – lokal und überregional.

Die Herausforderung

Ohne richtige Mülltrennung kein Recycling – ohne Information keine richtige Mülltrennung



Wissenslücken und hohe Fehlwurfquoten

Fast 60 Prozent der Deutschen fehlt es an Detailwissen über die richtige Mülltrennung. Durchschnittlich 30 Prozent der in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken gesammelten Abfälle gehören dort nicht hinein. Diese Fehlwürfe erschweren oder verhindern sogar das Recycling.



Ein Thema – viele unterschiedliche Zielgruppen

Um ihrem Informationsauftrag nachzukommen, müssen die dualen Systeme die breite Öffentlichkeit erreichen, also viele Zielgruppen mit unterschiedlichen Eigenschaften wie Alter, Lebenssituation, Interessen, Kommunikationsverhalten, Wissen über Abfalltrennung und mehr.



Abfallentsorgung – lokale Besonderheiten

Gelbe Tonne, Gelber Sack, Wertstofftonne – Sammelsysteme und Vorgaben für die Abfalltrennung vor Ort können regional unterschiedlich sein. Die Kommunikation muss aber sowohl lokal als auch überregional in ganz Deutschland funktionieren.

„Mülltrennung wirkt“ – Kommunikation für mehr Recycling

Um gemeinsam den Anforderungen des VerpackG gerecht zu werden, bündeln die dualen Systeme ihre Kompetenzen und Ressourcen in der schlagkräftigen Informations- und Aufklärungsinitiative „Mülltrennung wirkt“

Die Idee

Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ zeigt Verbraucher*innen in ganz Deutschland, wie richtige Mülltrennung funktioniert – und motiviert sie mitzumachen.

Das Ziel

Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ möchte sowohl die Qualität der Verpackungsabfälle in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken verbessern als auch die Sammel-mengen steigern. Gleiches gilt für die Sammlungen von Altglas sowie von Papier, Pappe und Karton. Auf diese Weise können mehr Wertstoffe im Kreislauf gehalten werden.

Die Kernbotschaft

Mit richtiger Mülltrennung kann jede*r ganz einfach einen wirksamen Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz leisten.



Die Strategie

Die Initiative setzt auf 360°-Kommunikation in Online- und Offline-Kanälen. Sie klärt auf, motiviert und aktiviert durch integrierte, zielgruppengerechte Kommunikationsmaßnahmen, verstärkt durch die Ansprache von Multiplikatoren und Kooperationen.

Die Zielgruppen

Die Initiative richtet sich grundsätzlich an die gesamte Bevölkerung, aber auch an Multiplikatoren und potenzielle Partner aus dem Themen- und Branchenumfeld.

Vier erfolgreiche Jahre der bundesweiten Aufklärung über richtige Mülltrennung

Eine Verbesserung der Mülltrennung, um mehr Wertstoffe im Kreislauf zu halten und dadurch mehr Ressourcen zu sparen – daran arbeitet die Initiative „Mülltrennung wirkt“ seit nunmehr vier Jahren. Dabei werden Strategie und Maßnahmen kontinuierlich überprüft, weiterentwickelt und erweitert. Im Jahr 2023 liegt ein besonderer Fokus auf der Kommunikation rund um das Thema Altglas sowie auf dem Ausbau der Angebote im Bildungsbereich.



Zielgruppen

Die Kommunikation der Initiative setzt auf die Ansprache der breiten Bevölkerung sowie auf neue Bildungsangebote.



Breite Streuung über alle Kanäle

Um alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen zu erreichen, findet die Kommunikation über viele verschiedene Online- und Offline-Kanäle statt, wie z. B. Print- und Hörfunk-Medien, Social-Media- und Online-Plattformen sowie Außenwerbung.



Zielgruppengenaue Information

Die Informationen werden zielgruppen-gerecht adaptiert. Dies umfasst die Erstellung von Bewegtbild, Bildmaterial und Grafiken sowie von Audio- und Textinhalten für alle Medienarten. Dabei wird auf leichte Verständlichkeit und Wiedererkennbarkeit der Inhalte geachtet.



Neue Bildungsangebote

Mit einem neuen Lernangebot will die Initiative Kindern spielerisch erklären, wie richtige Abfalltrennung geht und was sie bringt. Der TRENN-BÄR als Heldenfigur und Herzstück des Angebots soll das Bewusstsein für umweltfreundliches Handeln von klein auf stärken.

Neues Bildungsangebot

TRENN- BÄR

**Spielerische und
altersgerechte
Wissensvermittlung
für die jüngsten
Zielgruppen**



Seit September 2023 ist der **TRENN-BÄR** die neue Helden- und Identifikationsfigur der Bildungsangebote von „Mülltrennung wirkt“.

Mit den Arbeits- und Spielmaterialien für **Kinder im Kindergarten- und Grundschulalter** möchte die Initiative deren Bewusstsein für Mülltrennung stärken.

Kinder sind die Zukunft unserer Gesellschaft: Spielerisch und praxisorientiert soll mit dem TRENN-BÄR-Konzept vermittelt werden, wie Kinder durch richtige Mülltrennung einen Beitrag zum Umweltschutz leisten – und damit an der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft mitwirken können.

Maßgeschneiderte Angebote für alle Bildungsbereiche



TRENN-BÄR-Box für Kindergärten

Das kostenfreie Bildungsangebot wurde speziell für Kindergärten konzipiert. In der TRENN-BÄR-Box befindet sich eine Handpuppe, mit der der TRENN-BÄR von den pädagogischen Fachkräften zum Leben erweckt werden kann, sowie kindgerechte Arbeitsmaterialien für einen zehntägigen Lehrplan, der das richtige Mülltrennen durch spielerische Aktivitäten und spannende Geschichten vermittelt.



TRENN-BÄR-Arbeitsblätter für Grundschulen

Mit dem Grundschullehrmaterial bietet die Initiative „Mülltrennung wirkt“ Lehrkräften Unterstützung bei der Vermittlung von Umweltthemen. Das Angebot umfasst Informationen für Lehrkräfte sowie Übungs- und Arbeitsblätter zur Mülltrennung. Darin vermittelt der TRENN-BÄR den Schüler*innen, wie sie mit ganz einfacher Abfalltrennung jeden Tag viel für die Umwelt erreichen können.

Der TRENN-BÄR als Event-Highlight

Als Blickfang und Publikumsmagnet kann der TRENN-BÄR bei Veranstaltungen in voller Größe auftreten. Hierfür stellt die Initiative „Mülltrennung wirkt“ ein **TRENN-BÄR-Kostüm** zur Verfügung.

Das TRENN-BÄR-Kostüm eignet sich für **Kindergarten- oder Schulfeste, Umweltveranstaltungen und viele andere Events**, um Kinder und Familien für das wichtige Thema Mülltrennung zu sensibilisieren. Ein Auftritt des TRENN-BÄREN sorgt für Aufmerksamkeit, Interaktion und Begeisterung bei Jung und Alt.

Über die Website der Initiative kann das Kostüm – kostenfrei – ausgeliehen werden.



Integrierte 360°-Kommunikation

Multichannel-Kommunikation für ganz Deutschland

So vielfältig die Zielgruppe ist, so vielfältig sind die Maßnahmen – aufeinander abgestimmt und sich gegenseitig verstärkend. Elementar sind dabei die aufmerksamkeitsstarke Kampagnenvisualisierung sowie einfache Botschaften, die über alle Kanäle hinweg einen starken Wiedererkennungseffekt schaffen.

PR & Pressearbeit

Regelmäßiger Versand von Servicetexten und Informationen, Streuung von Hörfunkbeiträgen, Pressebüro als Anlaufstelle für Fragen und Interviews rund um das Thema

Earned Media



Webseite www.mülltrennung-wirkt.de

Die Website als „Herzstück“ der Initiative klärt auf, beantwortet Fragen und motiviert zum Mitmachen. Die Seite dient Journalisten als Rechercheplattform.

Breit angelegte Mediakampagne

Radio, Digital-Audio, Außenwerbung, Online-Video-Spots, Addressable TV, Online-Banner, digitale Advertorials und SEA

Social Media

Interaktion und Community Management mit Antworten, Tipps und Humor auf den Kanälen Facebook, Instagram, TikTok und LinkedIn

Paid Media

Neue Funktion auf der Website: Die Glascontainersuche als Service-Tool für Verbraucher*innen

Wo steht der nächste Glascontainer?

Mit einer interaktiven Glascontainersuche auf der Website möchte die Initiative Verbraucher*innen helfen und sie motivieren, sämtliches Altglas – von der Glasflasche über das Marmeladenglas bis hin zum Parfümflakon oder Hustensaftfläschchen – in Glascontainer richtig zu entsorgen.

Auf **www.mülltrennung-wirkt.de/glascontainer** können über Eingabe der Adresse ganz einfach die Standorte von Glascontainern in der Umgebung gefunden werden.

Gleichzeitig werden Nutzer*innen auch dazu aufgerufen, die Suchfunktion zu verbessern, indem sie in der Übersicht fehlende Container-Standorte melden.



Intelligente Media-Platzierungen schaffen breite Aufmerksamkeit und zugleich eine individuelle Ansprache von Verbraucher*innen

Über 1,67 Mrd. Kontakte



Die Mediakampagne 2023

Der Mediamix setzt auf eine gezielte Ansprache über Radio und Digital-Audio, Online-Video, digitale Advertorials sowie Digital-Out-Of-Home an relevanten Plätzen.



Kooperation mit twitch.tv

Der Streamer thejocraft_live zeigt während eines Twitch-Livestreams die Grundlagen der Mülltrennung anhand der Website. Besonderer Fokus liegt auf der 360°-Tour durch eine Sortieranlage. Der Clou: In dem Spiel Minecraft baut er sogar eine Sortieranlage nach.



Hörfunk-Kooperationen zur Aufklärung und zum Mitmachen

Auch in 2023 setzt die Initiative auf Radio-Kooperationen mit starken Medienpartnern: Gemeinsam mit den Sendern Hit Radio FFH, Radio 21, Radio Ton und Welle Niederrhein informiert die Initiative über richtige Mülltrennung und regt mit Gewinnspielen zum Mitmachen an.

Kontinuierliche Presse- und Medienarbeit und spezielle Platzierungen sorgen für hohe Reichweiten in Online und Print

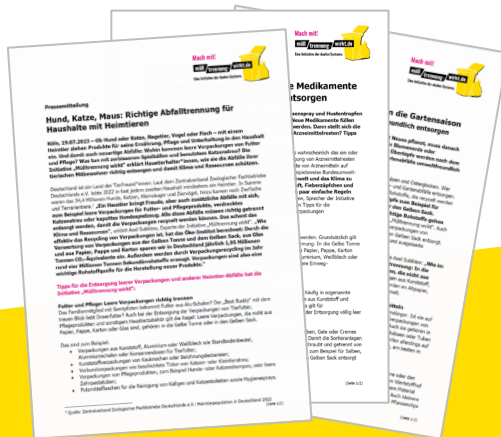
Mehr als 812 Mio. Kontakte

Verbraucher*innen mit relevanten Informationen in Print, Online und Hörfunk erreichen

Zahlreiche PR-Maßnahmen wie regelmäßige Pressemeldungen, PR-Gewinnspiele, Hörfunk-Materndienste, Interviews und Advertorials generieren hohe Reichweiten in Verbrauchermedien. Infografiken und Pressebilder werden kontinuierlich erweitert und stehen Journalist*innen für die Berichterstattung zur Verfügung.

Gezielte Maßnahmen in ausgewählten Umfeldern, um Entscheider*innen anzusprechen

Ein ausführliches Advertorial im Storytelling-Format auf faz.net macht Entscheider*innen aus Gesellschaft und Politik auf die Bedeutung von Mülltrennung und Recycling aufmerksam. Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ zeigt die Erfolge der dualen Systeme und positioniert sich als starke Allianz mit dem Ziel, durch intensive Aufklärungsarbeit mehr richtige Abfalltrennung und damit mehr Verpackungsrecycling zu erreichen.



Badezimmerabfälle richtig trennen: Bei der Entsorgung von Wimperntusche & Co. sind Verbraucher*innen unsicher



Social Media: Mit Edutainment, Interaktion & viralen Trends die junge Zielgruppe erreichen

Mit Edutainment werden in den Sozialen Medien Tipps und Wissenswertes rund um richtige Mülltrennung vermittelt. Die Anzahl der Follower auf den Kanälen **Facebook, Instagram, TikTok und LinkedIn** steigt stetig weiter. Über interaktive Posts und aktives **Community Management** geht die Initiative täglich mit den User*innen in den Austausch, ermittelt aktuelle Fragestellungen und klärt diese auf.

In Zusammenarbeit mit **Influencer*innen** wie beispielsweise Jo Semola, bruder1und2 oder Sonia Sofianidou werden die Themen zudem für deren Follower aufbereitet und somit die Reichweite der Initiative vergrößert. Highlights wie **Straßenumfragen** oder **Gewinnspiele** steigern das Involvement der User*innen und binden Kooperationspartner wie Netto Marken-Discount und Wesco ein.

Mehr als 30,8 Mio. Kontakte



Kooperationen

Die innovative Kooperation mit PAYBACK – Deutschlands größtem Bonusprogramm – wird 2023 erfolgreich fortgesetzt.

PAYBACK

Die Initiative nutzt die große Reichweite des Bonusprogramms, um breit und vielseitig über richtige Mülltrennung aufzuklären.

Im „**PAYBACK Ratgeber**“ auf payback.de vermittelt eine eigene Landingpage umfangreiche Informationen zum Thema richtige Mülltrennung. Hinzu kommen vielfältige Werbemittel wie beispielsweise die Integration in Kundenanschriften und Newsletter, Mobile- und Online-Banner sowie Umfrage-Anzeigen. Allein mit der PAYBACK-Kooperation werden im Jahr 2023 über 41 Millionen Kontakte erzielt.

Mehr als 41 Mio. Kontakte



Kooperationen

Die Zusammenarbeit mit Handelsunternehmen und Herstellern wird erfolgreich fortgeführt und ausgebaut.

Handel/Hersteller

Bekannte Marken und Unternehmen wie Netto Marken-Discount, Netto Deutschland, Müller oder Wesco setzen ihre Zusammenarbeit mit der Initiative fort – neue Partner wie beispielsweise Verpoorten kommen hinzu.

Gemeinsam mit den Kooperationspartnern erfolgt die Aufklärung zur Mülltrennung direkt am POS, über Online- und Offline-Medien und über gemeinsame Aktionen auf Social Media.





Kooperationen

Auch die Zusammenarbeit mit Partnern aus dem kommunalen Bereich wird mit Erfolg weitergeführt.



Abfallberatungen, öffentlich-rechtliche Entsorgungsträger und Entsorger

Kommunale Abfallberatungen und Entsorger sind, insbesondere auf regionaler Ebene, wichtige Partner und ihre Mitarbeiter*innen glaubwürdige Botschafter*innen für die Initiative. Das Angebot der Initiative für diese Multiplikatoren umfasst **Seminare für Abfallberater*innen, Informationsmaterial** zur Weitergabe an Bürger*innen, **gemeinsame Kommunikation** auf regionaler Ebene sowie „Mülltrennung wirkt“-Motive für das **Branding von Sammelfahrzeugen**.



Fazit

Mehr als 2,5 Mrd. Kontakte

Der Weg zum Erfolg: alle einbeziehen, vielseitig aufklären und Neues wagen

Die dualen Systeme sprechen mit ihrer Initiative „Mülltrennung wirkt“ alle Menschen in ganz Deutschland an. Mit den umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in den Bereichen Media, PR, Social Media sowie mit der PAYBACK-Kooperation werden im Jahr 2023 insgesamt mehr als 2,5 Milliarden Kontakte erzielt. Hinzu kommen unzählige Kontakte über die Kommunikation der Kooperationspartner aus den unterschiedlichen Bereichen.

Ein breites Themenspektrum, die Nutzung vielfältiger Kanäle sowie die Zusammenarbeit mit zahlreichen Multiplikatoren stellen sicher, dass Zielgruppen jeden Alters und in unterschiedlichen Lebenssituationen erreicht werden. Mit dem neuen TRENN-BÄR-Konzept und einem Fokus auf die Kommunikation für Familien erreichen die dualen Systeme neue Zielgruppen.



Denn nur wenn alle mitmachen, ihren Abfall richtig zu trennen, können Verpackungen recycelt werden.

Impressum

Kontakt

Axel Subklew | Sprecher der Initiative „Mülltrennung wirkt“

Siegburger Straße 223, 50679 Köln
Telefon: +49 (0)2203 50 26 414
Mobil: +49 (0)178 24 46 547
subklew@muelltrennung-wirkt.de

Pressebüro „Mülltrennung wirkt“

c/o Maria Marberg
Mobil: +49 (0)175 59 64 229
presse@muelltrennung-wirkt.de

Herausgeber

Die folgenden dualen Systeme

- BellandVision GmbH (bellandvision.de)
- Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH (gruener-punkt.de)
- EKO-PUNKT GmbH & Co. KG (eko-punkt.de)
- Interzero Recycling Alliance GmbH (interzero.de)
- Landbell AG (landbell.de)
- NOVENTIZ Dual GmbH (noventiz.de)
- PreZero Dual GmbH (prezero.com)
- Reclay Systems GmbH (reclay-group.com)
- Recycling Dual GmbH (recycling-dual.de)
- ZENTEK GmbH & Co. KG (zentek.de)

Mehr Infos

muelltrennung-wirkt.de



Konzept

Die dualen Systeme

Text & Gestaltung

Maria Marberg Hamburg,
workinghead GmbH & Co. KG
München

Bildnachweise

Initiative „Mülltrennung wirkt“/ Holger Martens (S. 2), Marcella Merk (S. 3, 5, 8), Adobe Stock/ ansyvan, Katarzyna Bialasiewicz Photographee.eu (S. 3)

Stand

Mai 2024