

Netto Marken-Discount informiert über korrekte Mülltrennung

Edeka-Tochter unterstützt die an Verbraucher adressierte Informationskampagne der dualen Systeme in allen Märkten

Maxhütte-Haidhof. Die unter dem Slogan „Mülltrennung wirkt“ geführte bundesweite Kampagne der dualen Systeme hat mit Netto Marken-Discount erstmals einen Partner aus dem LEH an Bord.

Seit Montag dieser Woche informiert Netto Marken-Discount die Kunden in den rund 4 300 Filialen, wie Verpackungen und Restmüll richtig getrennt werden. Neben ihrem Hauptziel, möglichst viele Shopper zum Mitmachen zu motivieren, klären die dualen Systeme und die Edeka-Tochter über „Irrtümer und Müllmythen“ auf. Denn immer noch werden viele Verpackungen im Restmüll entsorgt, und umgekehrt landet jede Menge Restmüll in Gelben Säcken und Tonnen. Nichtverpackungen erschweren das Recycling von Verpackungen stark oder machen es sogar unmöglich. Die dualen Systeme beziffern den Anteil von Störmaterial in der Gelben Sammlung auf durchschnittlich 30 Prozent.

Schon seit 2019 druckt Netto Marken-Discount auf Verpackungen von Eigenmarken Hinweise zur richtigen Abfalltrennung ab. Die Lizenzdienstleister



Gewusst wie: Netto klärt Kunden am POS mit einem vielfältigen Werbepaket auf.

informieren mit praktischen Tipps, einer Trenntabelle sowie einfach aufbereitetem Wissen über Klima- und Ressourcenschonung durch Recycling. „Im hoch frequentierten LEH erreichen wir sehr viele Menschen genau dort, wo

Gelbe Tonnen enthalten zu 30 Prozent Fehlwürfe, die das Recycling verteuern

Verpackungen in die Einkaufsbeutel gelangen und die Aufmerksamkeit für unsere Themen per se hoch ist“, erklärt Kampagnensprecher Axel Subklew.

Zur Verbreitung der Motive stellt Netto deutschlandweit ein umfangreiches Paket an Werbeflächen und Kommunikationskanälen zur Verfügung, darunter Themenaufsteller, digitale Stellen und Schaukästen. Über 21 Millionen Kunden kommen wöchentlich in die Filialen. „Wir schaffen dadurch in kürzester Zeit mehr als 90 Millionen Kontakte und hoffen, dass noch viele Händler dem Beispiel von Netto Marken-Discount folgen“, betont Alexandra Ranzinger, deren Münchener Agentur Workinghead die Kampagne der dualen Systeme koordiniert.

„Uns ist wichtig, dass möglichst viele Verpackungen recycelt werden können“, so Netto-Kommunikationschefin Christina Stylianou. Als Voraussetzung dafür müssten Verbraucher jedoch wissen, warum sie Abfälle trennen sollen und wie das funktioniert. „Genau hier setzt die Kampagne der dualen Systeme an, und als LEH-Discounter möchten wir diese Aufklärungsarbeit unterstützen“, fährt Stylianou fort. *hdw/lz 38-20*