



Jahresbericht der Initiative

„Mülltrennung wirkt“

Kampagnenjahr 2024

Mach mit!

müll / **trennung-** **wirkt.de**

Eine Initiative der dualen Systeme.



Ausgangssituation

Verpackungsaufkommen und Verpackungsgesetz

8,7 Mio. Tonnen Verpackungsabfälle

fielen 2022 bei privaten Endverbraucher*innen in Deutschland an¹ – ein Plus von 17,6 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.

„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 Schutz von Klima und Ressourcen 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 Multiplikator*innen und Kooperationen.

Die Zielgruppen

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



Die Herausforderung

Ohne richtige Mülltrennung kein Recycling – ohne Information keine richtige Mülltrennung



Abfallmythen prägen das Meinungsbild vieler Menschen in Deutschland

Lediglich 42 Prozent der Bevölkerung vertrauen darauf, dass Verpackungen aus den Gelben Tonnen und Gelben Säcken sortiert und recycelt werden. Falsche Abfalltrennung kann die Folge sein: Etwa 30 Prozent der in den Gelben Tonnen und Gelben Säcken gesammelten Abfälle gehören dort nicht hinein. Diese Fehlwürfe erschweren oder verhindern das Recycling.

Seite 4



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.

Fünf 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“. Strategie und Maßnahmen werden kontinuierlich überprüft, weiterentwickelt und erweitert. Im Jahr 2024 liegt ein besonderer **Fokus auf dem Dialog mit der Bevölkerung**.

Kommunikative Highlights sind die Award-ausgezeichneten Aktionswochen „Deutschland trennt. Du auch?“, die Implementierung von Online-Games und das Product Placement im Kino-Blockbuster „Chantal im Märchenland“.



Neue Kampagne mit echten Menschen als Presenter

Für mehr Emotionalität, Nähe und Authentizität fungieren „echte Menschen“ als Presenter, Botschafter und Role Models. Sie informieren, aktivieren und erwecken so die Kampagne zum Leben.

Die Kommunikation schafft Identifikation. Die Presenter vermitteln authentische Botschaften – schaffen Storytelling direkt aus dem Alltag der Zielgruppe.



Zielgruppen

Die Kommunikation der Initiative setzt auf die Ansprache der breiten Bevölkerung sowie auf lokale Aktivierung. Besondere Akzente werden bei Multiplikatoren wie der Wohnungswirtschaft oder im Bereich Bildung sowie bei Meinungsführern wie den kommunalen Abfallberater*innen und Entsorgungsbetrieben gesetzt.



Breite Ansprache

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



Regionaler Fokus

Ansprache mit hohem Werbedruck und Live-Events in teilnehmenden Kommunen unter Einbeziehung der Kommunen, der lokalen Entsorgungsbetriebe und des stationären Handels.



Selektive Zielgruppen

Besondere Ansprache der Wohnungswirtschaft und der jungen Zielgruppe mit Bildungsangeboten und außergewöhnlichen Kooperationen wie z. B. Twitch.

Integrierte 360°-Kommunikation für ganz Deutschland

So vielfältig die Zielgruppe ist, so diversifiziert sind die Maßnahmen – alle Touchpoints sind miteinander orchestriert und verstärken sich gegenseitig. Elementar sind dabei die emotional aufgeladene Kampagnenvisualisierung mit hoher Wiedererkennbarkeit und Identifikationspotenzial. Ergänzt durch gezielte kommunikative Highlights, die über klassische Medienkanäle hinaus aktivierende Impulse schaffen.

Breit angelegte Mediakampagne

Sorgt für Bekanntheit, regelmäßige überregionale Präsenz des Themas und erreicht neue Zielgruppen

Social Media

Interaktion und Community Management auf Facebook, Instagram, TikTok und LinkedIn



Website

Die Website als „Herzstück“ der Initiative klärt auf, zeigt Haltung und motiviert die Nutzer*innen. Die Seite dient zudem Journalist*innen als Rechercheplattform.

PR & Pressearbeit

Versand von Servicetexten und Pressemitteilungen, Streuung von Hörfunkbeiträgen, Pressebüro als Anlaufstelle für Fragen und Interviews

Kommunikative Spitzen

Awardprämierte Partneraktion „Deutschland trennt. Du auch?“, Gamification und Product Placement im Kino

Bildung

Aufklärungsmaterialien zur Aktivierung der jüngsten Zielgruppe

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

Über 838 Mio. Kontakte

Der Mediamix 2024 setzt auf eine gezielte, mehrstufige Ansprache über verschiedene Kanäle hinweg. Über das gesamte Jahr laufen SEA-Maßnahmen, flankiert von Native Advertorials in Q1 und Q4. Online-Video-Kampagnen sorgen im April und Mai sowie im September und Oktober für zusätzliche Sichtbarkeit.

Zudem wird die bundesweite Aktion „Deutschland trennt. Du auch?“ medial begleitet. Ein weiterer Fokus liegt auf der Gaming-Kampagne: Drei verschiedene Online-Spiele – darunter „Garbage Grab“ – werden aktiv beworben, insbesondere über Online-Video und Display.

Ergänzt wird der Auftritt durch Digital Audio, Digital Advertorials und Digital Out-of-Home an stark frequentierten Standorten.

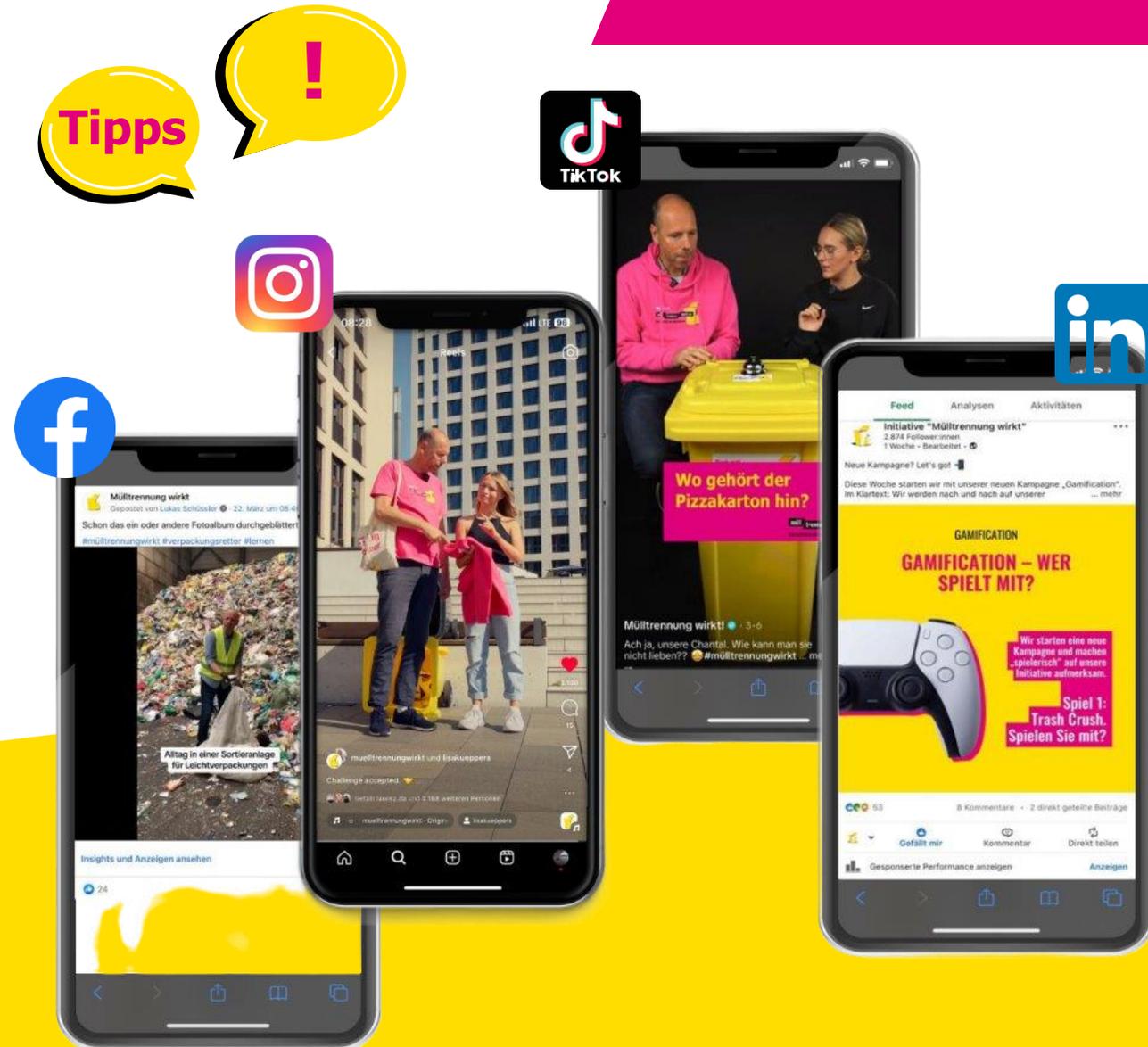


Social Media: Mit Edutainment, Interaktion & viralen Trends die junge Zielgruppe erreichen

Mit Edutainment setzt die Initiative auch 2024 in den sozialen Medien auf Reichweite und Relevanz. Über Facebook, Instagram, TikTok und LinkedIn werden Tipps und Fakten rund um richtige Mülltrennung unterhaltsam vermittelt – mit stetig wachsender Community. Interaktive Inhalte und aktives Community Management sorgen für täglichen Austausch, greifen Fragen auf und liefern direkt die passenden Antworten.

2024 bringt frische Impulse: Neben der Basiskommunikation stehen zahlreiche Sonderprojekte im Fokus – darunter eine Influencer-Kooperation mit Lisa Küpper zum World Cleanup Day, die mediale Begleitung des Product Placements in „Chantal im Märchenland“, eine digitale Kampagne rund um die Online-Games sowie eine gezielte Push-Kommunikation zu Bildungsangeboten und TRENN-BÄR-Materialien für Erzieher*innen über die sozialen Kanäle.

Mehr als 32 Mio. Kontakte



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

1,14 Mrd. Kontakte

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

Mit rund 20 Pressemitteilungen, Hörfunk-Beiträgen, monatlichen Artikeln in Anzeigenblättern, PR-Gewinnspielen und Advertorials erreicht das Thema Mülltrennung bundesweit eine hohe Medienreichweite – die Berichte sind informativ, serviceorientiert und mit klarer Botschaft. Ein virtueller Presserundgang durch eine Glas-Recyclinganlage bietet interessierten Journalist*innen zudem spannendes neues Material für die Berichterstattung.



Neue Zielgruppen und Medienumfelder bedienen:

Die Pressearbeit zum Launch der MTW-Online-Games und zum Product Placement „Chantal im Märchenland“ generiert u. a. Beiträge in neuen Medienumfeldern wie Computer- und Kinomedien. Außerdem im Fokus: Advertorials in Fachmedien für die Wohnungswirtschaft.



Bildungsangebote der Initiative „Mülltrennung wirkt“

Der **TRENN-BÄR** als Held und Identifikationsfigur: Die Bildungsangebote von „Mülltrennung wirkt“ vermitteln spielerisch und kindgerecht Wissen über Mülltrennung und Recycling – direkt an die jüngsten Zielgruppen.

Dazu stehen vielfältige Materialien zur Verfügung: Die TRENN-BÄR-Boxen für Kitas enthalten altersgerechte Übungen und Arbeitsblätter für kleine Umweltschützer*innen. Für Grundschüler*innen gibt es das unterhaltsame TRENN-BÄR-Magazin, ergänzt durch zahlreiche kostenlose Materialien zum Download auf der Website.



13.077 Abfragen von Bildungsmaterialien

Im Jahr 2024 wurden die Materialien stark nachgefragt:

509 Bestellungen
TRENN-BÄR-Boxen für Kindergärten

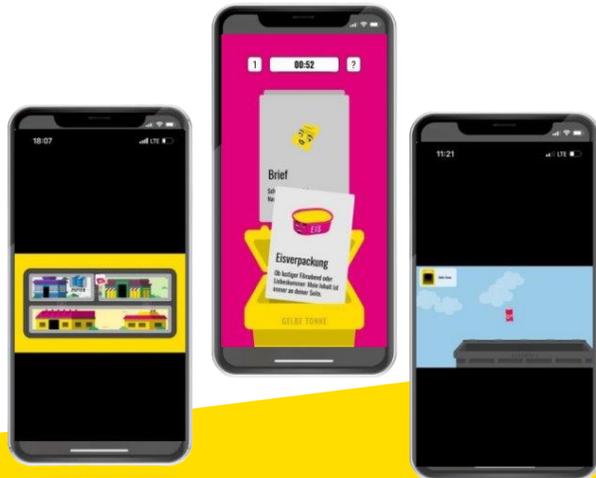
155 Bestellungen
TRENN-BÄR-Boxen für Abfallberatungen

392 Bestellungen
TRENN-BÄR-Magazine für Grundschulen

21 Bestellungen
TRENN-BÄR-Kostüme

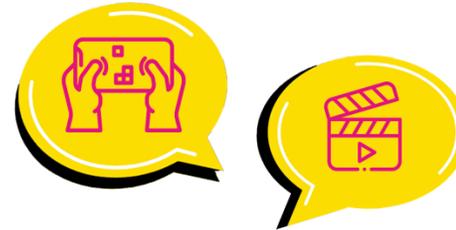
über **12.000** Downloads
Bildungsmaterialien auf der Website

Spezielle Maßnahmen im Bereich Entertainment und Gamification erreichen neue und bislang weniger involvierte Zielgruppen



Online Games

Mit Garbage Grab, Trash Crush und Rubbish Rush verbindet die Initiative „Mülltrennung wirkt“ Unterhaltung, Humor – und Wissen rund um richtige Abfalltrennung. Ob schmutziger Pizzakarton oder leere Eisverpackung: Die Spiele vermitteln spielerisch, was wohin gehört – und fordern dabei Reaktion und Geschick. Ein kostenloser Spaß für die ganze Familie auf allen Endgeräten.



Kooperation mit twitch.tv

Twitch-Streamer Fixx spielt eine spezielle Fortnite-Challenge rund ums Recycling. So brachte er die Botschaft der Initiative auf spielerische Weise in seine Community. Diese reagierte mit großem Involvement sehr positiv auf das Thema „Mülltrennung“.



Große Bühne für Mülltrennung im Kino

In „Chantal im Märchenland“ trennt Kultfigur Chantal – gespielt von Jella Haase – in ihrer ganz eigenen Art den Müll. Die Initiative „Mülltrennung wirkt“ ist mit einer Szene im Film vertreten und bringt ihre Botschaft charmant und unübersehbar auf die große Leinwand: Mülltrennung wirkt – und jede*r kann mitmachen.

Deutschland trennt. Du auch? Größte Partneraktion zur Aufklärung über richtige Mülltrennung

Während des zweiwöchigen Aktionszeitraums klären alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette von Verpackungen gemeinsam auf: die Initiative „Mülltrennung wirkt“, der Handel, die Abfallberatungen aus 200 Entsorgungsgebieten und Unternehmen der Abfall- und Entsorgungswirtschaft. Schirmherrin der Aktion ist Bundesumweltministerin Steffi Lemke.

Die Strategie Aufmerksamkeit zu schaffen, um vor Ort mit den Verbraucher*innen in den Dialog zu treten wirkt: Über 30 Prozent der Deutschen nehmen laut einer Marktforschungsumfrage* die Aktion „Deutschland trennt. Du auch?“ wahr.

Zusammen mit Handel, Abfallberatungen, Unternehmen der Abfall- und Entsorgungswirtschaft wird die Aktion „Deutschland trennt. Du auch?“ zur erfolgreichsten Aktion zur Aufklärung über Abfalltrennung, die es je gab - ausgezeichnet als „Winner“ beim German Brand Award in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Branded CSR Activities – Environmental“.

Die Recognition der Initiative „Mülltrennung wirkt“ steigt um mehr als 25 Prozentpunkte.* Über alle Kanäle hinweg werden mehr als 795 Millionen Kontakte erzielt.



Winner in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation – Branded CSR Activities – Environmental“.



Shortlisted World Sustainability Award**

*Kantar GmbH (Juni 2024)

**Finale Verkündung Gewinner zum Veröffentlichungsdatum noch nicht kommuniziert



Live vor Ort in den Dialog mit der Bevölkerung gehen

XXL-Verpackungen werden an öffentlichen Plätzen bei Infoständen und über 300 Veranstaltungen gezeigt und fungieren als Fotomotiv für Influencer*innen und Presse.

Ein Selfie-Gewinnspiel mit 1.100 Einkaufsgutscheinen wird auf Social Media, in Anzeigen und auf der Webseite www.deutschland-trennt.de beworben. Die Website wird rund 85.000 Mal aufgerufen.

Eine Trommler-Crew macht lautstark auf die Events aufmerksam, und der TRENN-BÄR klärt mit einem Quizrad über Mülltrennung auf.

Abfallberatungen geben Unterricht in Kitas und Schulen. Außerdem werden Führungen durch Recyclinganlagen angeboten.

Rund 1,5 Millionen Menschen werden laut einer Befragung* unter den teilnehmenden Abfallberatungen vor Ort im Dialog erreicht.

*Befragung unter allen teilnehmenden Abfallberatungen (Juni 2024)

Die personalisierte Kampagne schafft Nähe und Identifikation

Handelspartner, Abfallberatungen und Entsorger können Mit-arbeitende, Politiker*innen oder Bürger*innen, ihr Logo und den Namen der Region auf das Kampagnenmotiv aufbringen. Zu den Radiospots steuern die Abfallberatungen O-Töne bei. Für Händler werden individualisierte Spots für das PoS-Radio produziert.

Die Ausspielung der OoH-Kampagne belegt ca. 5.000 Großflächen mit einer Reichweite von rund 205 Millionen Kontakten. Mehr als 630 Platzierungen in über 105 Radiosendern erzeugen eine Reichweite von 38 Millionen Hörer*innen pro Durchschnittsstunde. Digitale Werbemittel ergänzen die Mediastrategie mit einer Reichweite von rund 28 Millionen Kontakten. Print-Anzeigen in der Bild am Sonntag und den Wochenblättern generieren eine Gesamtreichweite von rund 16 Millionen Kontakten.

Abfallberatungen buchen Medialeistungen wie Anzeigen in Gemeindeblättern oder OoH-Platzierungen. Entsorger branden ihre Fahrzeuge mit dem personalisierten Aktionsmotiv.

Die personalisierte Werbekampagne kommt an: Rund 685 Millionen Kontakte* erzielen die integrierten Mediamaßnahmen.

*Kantar GmbH (Juni 2024)





Kooperationen aus dem LEH, Social Media und PR sorgen für Aufmerksamkeit

Die Aktion wird bundesweit von Netto Marken-Discount, EDEKA und Netto Deutschland mit einer Reichweite von circa 360 Millionen Kontakten begleitet.

Die Social-Media-Kampagne erreicht allein über die Kanäle von „Mülltrennung wirkt“ rund 2,5 Millionen Kontakte. Neben personalisierten Paketen für die Partner und Influencer*innen-Kooperationen bindet das Selfie-Gewinnspiel auch Verbraucher*innen ein.

Auf regionaler Ebene erfolgt die Pressearbeit über ein individualisierbares PR-Paket für die Abfallberatungen. Überregional übernimmt die Initiative „Mülltrennung wirkt“ die Pressearbeit für Print, Online, Radio und TV. Zudem werden redaktionelle Kooperationen für eine Berichterstattung in Wochenblättern umgesetzt. Dass Bundesumweltministerin Steffi Lemke die Schirmherrschaft übernimmt, macht die Relevanz des Themas deutlich. Die PR-Strategie generiert über 1.000 Beiträge mit einer Reichweite von rund 105 Millionen Kontakten.



Die orchestrierte Kommunikation über die begleitenden Kanäle erreicht 467 Millionen Kontakte – ein großer Erfolg.

*Befragung unter allen teilnehmenden Abfallberatungen (Juni 2024)

Fazit

Mehr als 2,8 Mrd. Kontakte

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

Die dualen Systeme sprechen mit ihrer Initiative „Mülltrennung wirkt“ die breite Masse in ganz Deutschland an.

Mit den umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen in den Bereichen Media, PR, Social Media und der Partneraktion „Deutschland trennt. Du auch?“ im Jahr 2024 werden insgesamt mehr als 2,8 Milliarden Kontakte erzielt.

Ein breites Themenspektrum, die Nutzung zielgruppengerechter Kanäle sowie die Zusammenarbeit mit zahlreichen Multiplikator*innen stellen sicher, dass Zielgruppen jeden Alters und in unterschiedlichen Lebenssituationen erreicht werden. Mit dem Angebot im Bereich Bildung, dem Fokus auf die Zielgruppe Familie und der Präsenz auf Kanälen wie Twitch erreicht die Initiative insbesondere die junge, häufig gering involvierte Zielgruppe.



Denn nur wenn alle mitmachen und ihren Abfall richtig trennen, kann das Klima geschützt und können wertvolle Rohstoffe in den Kreislauf zurückgeführt 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 für Rückhol-Systeme (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,
capacity GmbH Köln

Bildnachweise

Initiative „Mülltrennung wirkt“/Holger Martens (S. 2), Adobe Stock/ansyvan (S. 4), Adobe Stock/Katarzyna Bialasiewicz Photographee.eu (S. 4), Initiative „Mülltrennung wirkt“/Marcella Merk (S. 4) Initiative „Mülltrennung wirkt“/Maik Ludwig (S. 5, 14, 15, 17), Initiative „Mülltrennung wirkt“/Mattias Krüger-Pillath (S. 11), Initiative „Mülltrennung wirkt“/Nicky Walsh (S. 17)

Stand

September 2025