



Mach mit!

müll/trennung-wirkt.de

Eine Initiative der dualen Systeme.



Pressemitteilung

Kaufland wird Partner der Initiative „Mülltrennung wirkt“: Trennen macht den Unterschied

Neckarsulm, 19. August 2021 – Über korrekte Mülltrennung aufklären und Verbraucher zum Abfalltrennen motivieren ist das gemeinsame Ziel von Kaufland und „Mülltrennung wirkt“, der Initiative der dualen Systeme. Ab sofort informieren in den Kaufland-Filialen Plakate und Radiospots Kunden darüber, wie sie Verpackungen richtig in die Gelbe Tonne oder den Gelben Sack entsorgen und damit einen aktiven Beitrag zum Ressourcen- und Klimaschutz leisten. Mit Kaufland gewinnt die Initiative einen weiteren großen Partner aus dem Lebensmitteleinzelhandel.

Der Handlungsbedarf für die Aufklärungsarbeit ist groß, denn mit durchschnittlich 30 Prozent ist der Anteil an Restmüll im Gelben Sack und in der Gelben Tonne hoch und erschwert bzw. verhindert das Recycling wertvoller Rohstoffe. **„Durch die enge Zusammenarbeit mit der Umweltsparte PreZero, die wie Kaufland zur Schwarz Gruppe gehört, kennen wir die Bedingungen und Herausforderungen eines optimalen Recyclingprozesses sehr genau. Die korrekte Mülltrennung ist dafür unabdingbar und nur, wenn alle mitmachen, können möglichst viele Wertstoffe im Kreislauf erhalten bleiben“, sagt Mario Neuwirth, Einkauf Nachhaltigkeit bei Kaufland.** Im Rahmen der gruppenübergreifenden Plastikstrategie der Schwarz Gruppe, REset Plastic, hat Kaufland sich jüngst erneut zur Förderung der Kreislaufwirtschaft bekannt und sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 mindestens 20 Prozent Rezyklat in seinen Eigenmarkenverpackungen einzusetzen. Durch den Einsatz von Rezyklaten kann die Neuproduktion von Plastik und das Aufkommen von Müll deutlich reduziert werden.

Axel Subklew, Sprecher der Initiative „Mülltrennung wirkt“, freut sich über die neue Partnerschaft: **„Gemeinsam mit Kaufland können wir die Reichweite unserer Initiative noch einmal deutlich erhöhen. Das ist toll, denn je mehr Verbraucher wir über richtige Mülltrennung aufklären und motivieren mitzumachen, desto größer der Effekt für Umwelt, Ressourcen und Klima.“**

Ob praktische Tipps für die richtige Mülltrennung oder einfach aufbereitetes Wissen über Klima- und Ressourcenschonung durch Recycling – plakativ und mit frechem Humor schafft die Initiative „Mülltrennung wirkt“ Aufmerksamkeit und motiviert zum Mitmachen. Für die Verbreitung der Initiative stellt Kaufland bundesweit ein umfangreiches Paket an Werbeflächen und Kommunikationskanälen zur Verfügung. So machen zum Beispiel in den Filialen Plakate und Instore-Radiospots auf richtige Mülltrennung aufmerksam. Hinzu kommen Platzierungen auf der Website sowie gemeinsame Aktionen in den Sozialen Medien.

Verbraucher nehmen eine zentrale Rolle im Recycling ein. Mit einer konsequenten Mülltrennung können Verpackungen recycelt und in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Der Effekt ist gleich mehrfach positiv: Eine deutliche Reduzierung von Ressourcenverbrauch und Treibhausgas-Ausstoß und damit eine Entlastung für die Umwelt.



Mach mit!

müll/trennung-wirkt.de

Eine Initiative der dualen Systeme.



Über „Mülltrennung wirkt“

„Mülltrennung wirkt“ ist eine Initiative der dualen Systeme in Deutschland. Die dualen Systeme organisieren mit ihren Dienstleistern aus der Entsorgungs- und Recyclingbranche die Sammlung, Sortierung und Verwertung gebrauchter Verkaufsverpackungen. Grundlage für ihre Arbeit ist das Verpackungsgesetz. An der bundesweiten Initiative „Mülltrennung wirkt“ sind aktuell zehn duale Systeme beteiligt. Gemeinsam wollen sie aufklären, mit Irrtümern und Müllmythen aufräumen und möglichst viele Menschen zum Mitmachen motivieren.

Weitere Informationen finden Sie unter www.muelltrennung-wirkt.de.

Ansprechpartner

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

Axel Subklew, Sprecher der Kampagne „Mülltrennung wirkt“
Tel.: +49 (0)2203 50 26 414 | Mobil: +49 (0)178 24 46 547
subklew@muelltrennung-wirkt.de

Kaufland Unternehmenskommunikation
Annegret Adam
Tel.: +49 (0)7132 94-680448
presse@kaufland.de