



5. Juli 2016

## Deutschlands größte Biotonnen-Kampagne punktet bei Bürgern mit Design, bei Kommunen mit niedrigen Kosten

**Praxis-Knowhow der „Aktion Biotonne“ in Hessen mit 75 Kommunen, Landesministerium und Unternehmen jetzt für alle Kommunen bundesweit verfügbar**

An der größten städteübergreifenden Kampagne in Deutschland für die Biotonne beteiligten sich von April bis Juni das Hessische Umweltministerium, Frankfurt, Offenbach, Wiesbaden, Kassel und 71 weitere hessische Kommunen sowie der Einzelhandel. Erste Ergebnisse zeigen, dass insbesondere mittelgroße bis kleinere Städte und Gemeinden sowie Abfallwirtschaftsverbände den größten Vorteil der „Aktion Biotonne“ in den niedrigen Kosten und dem geringen personellen Aufwand für eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit zur Biotonne sehen. Die zentrale Entwicklung und Produktion der Kampagne sowie die Zusammenarbeit vieler Partner führten zu der hohen Kosteneffizienz. Für Bürger und Medien ist der hohe Grad an Design und Ästhetik in der Kampagne attraktiver als die herkömmlich fakten- und informationslastige Öffentlichkeitsarbeit zur Biotonne. Der Markenhersteller Koziol, Gewinner internationaler Designpreise für seine Küchenaccessoires, entwickelte speziell für die Kampagne einen Vorsortierbehälter in verschiedenen Trendfarben.

Als effektiv erwies sich zudem die Kooperation zwischen Kommunen und knapp 130 REWE-Märkten. Dort klärten Info-Stände mit kommunalen Abfallberatern über die Biotonne auf. Bei durchschnittlich 1.700 Besuchern am Tag pro Markt konnten in dem achtwöchigen Kampagnenzeitraum potenziell 10 Millionen Kontakte zur Biotonne generiert werden. Bereits mit rund 100 Euro konnte sich eine Kommune an der Kampagne beteiligen; teure Konzept- und Grafikkosten entfielen. Die Verantwortlichen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit konnten auf ein breites Spektrum an Info- und Aktionsmaterialien zurückgreifen, die individuell auf den Kommunikationsbedarf einer Kommune zugeschnitten wurden: von Info-Booklets und Biotonnenanhängern über Vorlagen für die Pressearbeit und Anzeigen für Fahrzeuge bis hin zu einer lokal angepassten Internetseite, Facebook-Postings oder einem Online-Gewinnspiel.

Jetzt stehen die Bausteine und die bislang gesammelten Erfahrungen allen Kommunen und Abfallwirtschaftsverbänden bundesweit zur Verfügung. Inhaltlich kann das Kampagnenkonzept auf das jeweilige Kommunikationsziel vor Ort angepasst werden: die Einführung der Biotonne oder bei bereits eingeführter Biotonne Erhöhung der Mengen durch mehr Küchenabfälle wie Essensreste und Verdorbenes aus dem Kühlschrank, Reduzierung von Plastikstörstoffen oder Gewinnung von Eigenkompostierer für die Biotonne. Einzelne Bausteine lassen sich zudem in die bestehende lokale

Herausgeber:

Projektbüro Aktion Biotonne

c/o lichtl Ethics &amp; Brands GmbH

Dr. Martin Lichtl

Rheingaustraße 4

65719 Hofheim/Taunus

Tel.: +49 (0)6192 975 92 82

Fax: +49 (0)6192 975 92 99

E-Mail: martin.lichtl@lichtl.com

www.aktion-biotonne.de

Öffentlichkeitsarbeit zur Biotonne integrieren, bringen so „frischen Wind“ in das Thema und ermöglichen die Ansprache insbesondere von konsum- und markenorientierten Zielgruppen, die bisher nicht an der Biotonne interessiert waren.

Interessierte Kommunen oder Abfallwirtschaftsverbände wenden sich an das Projektbüro Aktion Biotonne, Dr. Martin Lichtl, [kommunen@aktion-biotonne.de](mailto:kommunen@aktion-biotonne.de), Tel 06192 975 92-70.

Allgemeine Internetseite für Bürger: [www.aktion-biotonne.de](http://www.aktion-biotonne.de)

Lokal adaptierte Internetseite Großstadt: [www.frankfurt.aktion-biotonne.de](http://www.frankfurt.aktion-biotonne.de)

Lokal adaptierte Internetseite mittelgroße Stadt: [www.hofheim.aktion-biotonne.de](http://www.hofheim.aktion-biotonne.de)

Lokal adaptierte Internetseite Abfallwirtschaftsverband: [www.zakb.aktion-biotonne.de](http://www.zakb.aktion-biotonne.de)



Foto 1: Designer von Koziol entwickelten den Vorsortierbehälter BIOTONi in verschiedenen Trendfarben für die „Aktion Biotonne“.



Foto 2: Konsum und Abfallwirtschaft verschmelzen: Info-Stand mit Design-Accessoires für die Biotonne dort, wo die Menschen das einkaufen, was Abfälle für die Biotonne hinterlässt: in der Obst- und Gemüseabteilung im Supermarkt.



Foto 3: Abfallberatung in der Obst- und Gemüseabteilung im REWE-Markt versüßt durch eine Smoothieverkostung.



Foto 4: Die „Aktion Biotonne“ in Hessen zeigt, dass der BIOTONi den schmutzigsten Abfall in der Küche sympathisch werden lässt

Dieses und weiteres Bildmaterial können Sie auf der Website der Aktion Biotonne hier hochauflösend herunterladen: <http://aktion-biotonne.de/presse.html>