



• 27.11.2020 | **Gastgeber:** Handelsverband Deutschland

Speaker: Sabine Staneker & Inga Haubold

Nachhaltigkeit am Point of Sale

AGENDA & ZIEL

1. POS-Kommunikation

- Selbstbestimmtheit der Filialen
- Orientierung für unsere KundInnen

2. Forum Rezyklat – Kreislaufwirtschaft

- Vorstellung Forum Rezyklat
 - Einblick & Ausblick Kommunikation
-
- **Ziel:** informieren – motivieren – involvieren

The background of the slide features two hands held up, with the palms facing forward. The hands are painted with a world map, showing continents in various colors like green, yellow, and brown, and oceans in blue. The word 'WORLD' is visible on the left palm, and 'UNITED STATES' is visible on the right hand. The background is a bright blue sky with white clouds.

Umfrage

In welcher Welt wollen wir leben?

a) In einer Welt, die wir aktiv gestalten?

b) In einer Welt, die wir passiv begleiten?

Zukunftsfähigkeit



Point of Sale Kommunikation

- **Selbstbestimmtheit** der Filialen
- **Orientierung** für unsere KundInnen



SELBSTBESTIMMTHEIT DER FILIALEN

Wir machen den Unterschied

Selbstverständnis Zentrale: Rückwertige Dienste

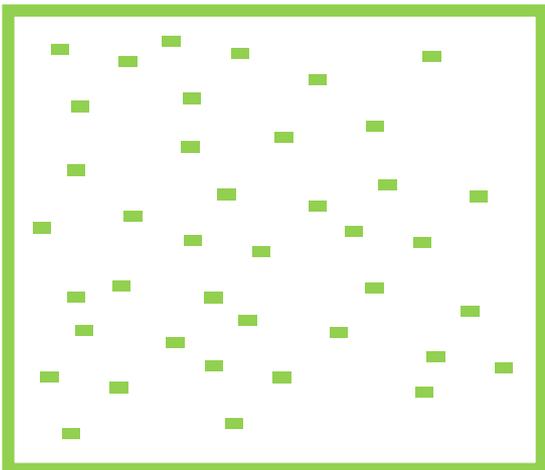
Filiale: Ort der Begegnung – Hier bin ich Mensch, hier kauf ich ein.

Eigenverantwortliches Handeln

ORIENTIERUNG FÜR UNSERE KUNDINNEN

- **Bewussten Konsum** fördern: Alternative Sortimentsgestaltung
- Dem Kunde das Gefühl der „**Guten Wahl**“ vermitteln

Am POS



Am Regal



Am Produkt





Forum Rezyklat Kreislaufwirtschaft

- Vorstellung **Forum Rezyklat**
- Einblick & Ausblick **Kommunikation**



VORSTELLUNG FORUM REZYKLAT

Das Rezyklat-Forum setzt sich für eine **funktionierende Kreislaufwirtschaft** ein.



Durch das [Forum Rezyklat](#) möchten dm und teilnehmende Partner **Kreislaufwirtschaft fördern**, um **Ressourcen zu schonen**. Ressourcenschonende und kreislauffähige Verpackungen sind uns dabei ein besonderes Anliegen. Da dies nur gemeinsam mit allen **beteiligten Akteuren der Wertschöpfungskette**, wie zum Beispiel mit Herstellern und Entsorgern, umgesetzt und vorangetrieben werden kann, haben wir im Jahr 2018 das #ForumRezyklat gegründet.

VERBRAUCHERMEINUNG ZU VERPACKUNGEN BARRIEREN & POTENZIALE



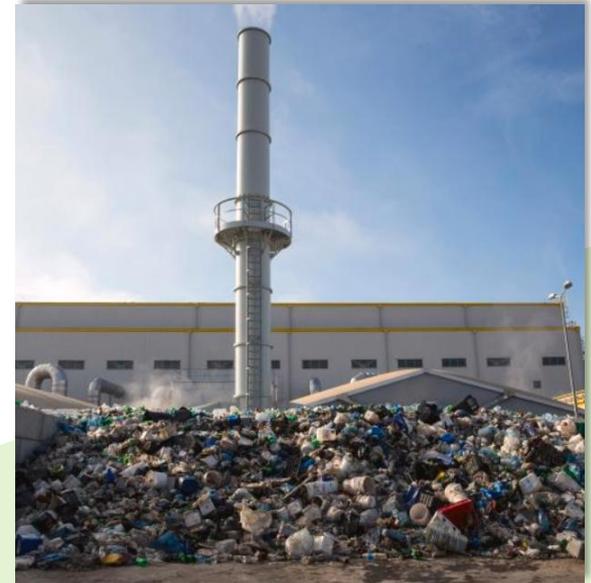
Unsicherheit



Komplexität



Misstrauen





EINSTIEGSVIDEO EINBLICK KOMMUNIKATION 2019



Wie können wir nachhaltiger leben und Ressourcen schonen? | Interview mit Sebastian Bayer

<https://youtu.be/nJFMuOEDb0k>

EINBLICK KOMMUNIKATION 2019



dm „KLW_Impuls“



L'Oréal „Schön Trennen“

Kampagne 2019

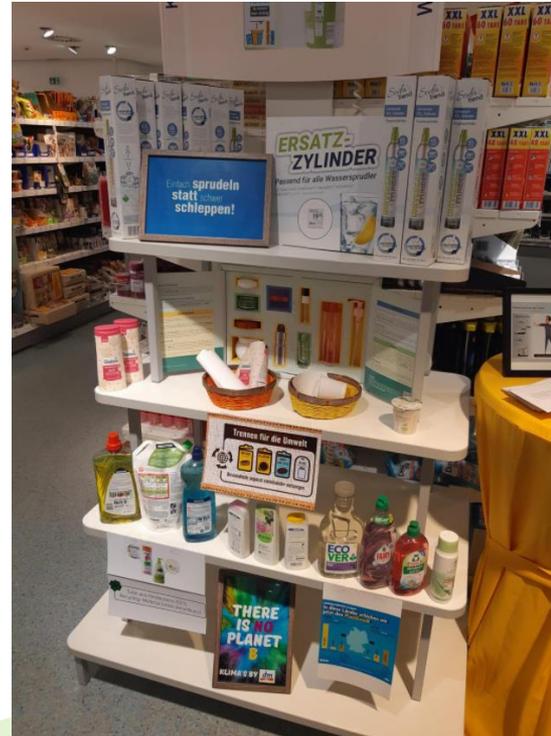
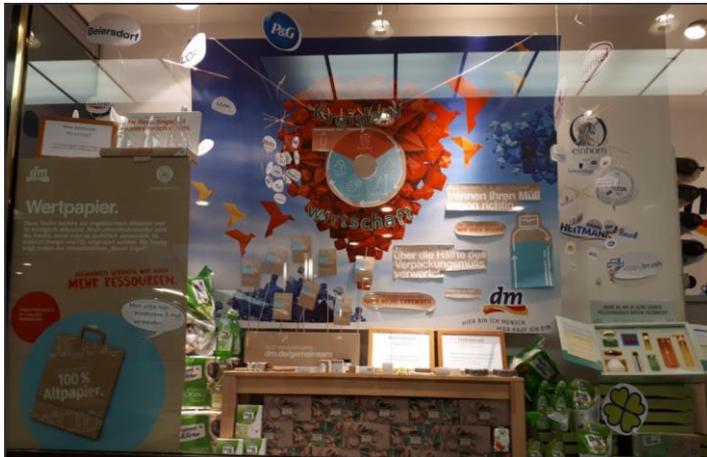
Bewusstsein über die Kreislaufwirtschaft stärken mit dem Ziel, die Verantwortung jedes einzelnen Menschen zu verdeutlichen.

Themenschwerpunkt **Aufklärung Mülltrennung**

POS ca. 1.500 Filialen haben an der Partnerkommunikation teilgenommen.

EINBLICK KOMMUNIKATION 2019

- **Eigenständigkeit** fördern
- **Vertrauen** und **Transparenz**
- In den **Dialog** treten



Impressionen aus dem Filialalltag*

*Hinweis: Bilder vor März 2020 entstanden

AUSBLICK Kommunikation 2021



Kampagne 2021

Wir haben in der letzten Kampagne einen guten **Grundstein** zum Thema Mülltrennung gelegt, aber hier sehen wir weiterhin Bedarf, unsere Kunden zu informieren.

- **Kreislaufwirtschaft:**
Gemeinsam Recyceln.
Gemeinsam Werte schaffen.
- **Nahbar, konkret, emotional**



Insight

Das Thema **Nachhaltigkeit**
ist in der Mitte der
Gesellschaft angekommen.

ÜBER DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN VERSUCHT PLASTIKMÜLL ZU VERMEIDEN



gering ← Vermeidung von Plastik → hoch

1 Dismissers

machen nicht viel um Plastikabfall zu vermeiden



2 Considerers

machen einiges um Plastikabfall zu vermeiden, **ABER** Plastik ist nicht unter ihren primären Umwelt-Sorgen (nicht in den Top 3)



3 Believers

machen einiges um Plastikabfall zu vermeiden, **UND** Plastik ist unter ihren primären Umwelt-Sorgen (in den Top 3)



4 Actives

machen viel um Plastikabfall zu vermeiden



*Haushalte in % (nach Umsatz FMCG)



Informiert. Motiviert? Involviert!
Vielen Dank!