

## **Initiative von Genossenschaft Deutscher Brunnen (GDB) und PETCYCLE**

„Mineralwasser in PET“: Die Kampagne für die PET-Pools der Mineralbrunnen

Bonn, 2. Dezember 2021 | PET-Mineralwasserflaschen aus Deutschland landen nicht in den Weltmeeren und verschmutzen keine Strände. Sie sind vielmehr eine bewährte und sichere Verpackung, die zuverlässig für guten Geschmack und gesicherte Rückführung stehen. Durch ihr geringes Gewicht leisten sie zudem einen Beitrag zum Klimaschutz. Das sind die Kernbotschaften der neuen Kampagne, die die GDB-PET-Mehrwegpools und das PETCYCLE-Kreislaufsystem gemeinsam thematisieren. Ziel der Kampagne ist es, sich gegen das zunehmende „PET-Bashing“ aufzustellen und unzutreffenden Vorwürfen gegen PET klare und nachvollziehbare Fakten entgegenzustellen. Verbraucherinnen und Verbrauchern soll aufgezeigt werden, dass PET-Mehrweg- und Kreislaufverpackungen für Mineralwasser in Deutschland bei der Verwendung, der Rückführung, der Wiederbefüllung und dem Recycling sowohl in Deutschland als auch im internationalen Vergleich höchste Maßstäbe setzen.

Die Kampagne besteht aus zwei Elementen. In einem ersten Schritt wird mit aufmerksamkeitsstarken Motiven den gängigen Vorurteilen gegen PET-Verpackungen eine klare Aussage entgegengesetzt. Motor der Kampagne sind die „Pet-Shop-People“, also verschiedene prägnante Charaktere, die ihre Haltung zu PET mit einem Augenzwinkern kommunizieren. Diese Motive werden vor allem über soziale Medien und im kommenden Jahr auch über den POS verbreitet. Die Werbemotive laden dazu ein, mehr über das Thema auf der Webseite [www.mineralwasser-in-PET.de](http://www.mineralwasser-in-PET.de) zu erfahren. Die Webseite präsentiert übersichtlich strukturiert Daten und Fakten zu PET-Flaschen und den verschiedenen PET-Poolsystemen. Darüber hinaus bietet sie Links zu weiterführenden Informationsquellen.

Hinter diesem Kampagnenansatz steht die Erkenntnis aus einer vorgelagerten Marktforschung, dass sich ein Teil der Verbraucherinnen und Verbraucher bereits ein kritisches (Vor-) Urteil zu PET gebildet haben. Zugleich hat die Marktforschung deutlich aufgezeigt, dass sich diese Einstellung ändert, wenn die Fakten zu PET nachvollziehbar vorgestellt und erklärt werden. Das Ziel der Kampagne lautet daher, Verbraucherinnen und Verbraucher dazu einzuladen, sich das Thema „Mineralwasser in PET“ noch einmal genauer anzuschauen. Mit Werbung in den sozialen Medien setzt die Kampagne einen ersten starken Impuls. Da jedoch nicht mit einem kurzfristigen Abflauen der „PET-Bashing“-Welle etwa im Zusammenhang mit Marine Littering zu rechnen ist, werden Webseite und das Informationsmaterial zur Kampagne über den Aktionszeitraum hinaus zur Verfügung stehen und sollen zu einem festen Baustein werden, um die Reputation von Mineralwasser bzw. seinen Verpackungen zu stärken.

[www.mineralwasser-in-pet.de](http://www.mineralwasser-in-pet.de)

[www.facebook.com/Miwa.in.PET](https://www.facebook.com/Miwa.in.PET)