

Richtig einkaufen schützt den Wald

Die neue Kampagne von PEFC Austria zeigt, dass man als Konsument nicht „im Wald steht“.

••• Von Britta Biron

WIEN. Im Wald – wie vor gut einem Jahr der damalige US-Präsident Donald Trump zur allgemeinen Erheiterung behauptet hatte – leben wir Österreicher zwar nicht, aber er liegt uns sehr am Herzen. Als Freizeit-, Sport- und Erholungsraum, CO₂-Speicher, grüne Lunge und natürlich auch als Rohstofflieferant.

Ökologische Bewirtschaftung
Laut einer Umfrage der Österreichischen Bundesforste im Frühling dieses Jahres ist die Mehrheit der Österreicher der Meinung, dass man für den langfristigen Erhalt des Waldes und seiner vielfältigen Aufgaben nicht einfach der Natur ihren Lauf lassen kann, sondern die richtige – also ökologische und nachhaltige – Pflege und Bewirtschaftung notwendig ist.

Der Garant dafür ist seit 1999 das PEFC-Siegel, mit dem mittlerweile rund 12.500 Betriebe entlang der gesamten Holz-Wertschöpfungskette und mehr

als 330 Mio. ha Wald zertifiziert sind, Tendenz weiter steigend.

Und für die Verbraucher ist es ein Wegweiser, im immer dichter werdenden Angebotsdschungel nachhaltige Produkte, in denen der Wald eine mehr oder weniger große Rolle spielt, ohne aufwendige Suche zu finden.

Das Sujet der neuen Kampagne, der Wald im Einkaufskorb, bringt diese Botschaft auf den Punkt.

Einprägsames Sujet

PEFC Austria-Geschäftsführer Gerhard Pichler ist überzeugt, dass das gut ankommt: „Wir wissen aus einem im Juli durchgeführten Pretest mit 700 Konsumenten, dass aktuell 73 Prozent der Österreicher auf Gütesiegel für Nachhaltigkeit achten, 35 Prozent haben in den letzten Monaten sogar bewusst Produkte mit Siegel gekauft. Zudem haben

60 Prozent der Befragten angegeben, dass das Wissen über PEFC eine starke Anregung ist, zertifizierte Produkte zu kaufen.“

Damit stehen die Voraussetzungen gut, das Kampagnenziel – Steigerung des Bekanntheitsgrads des PEFC-Siegels um fünf Prozent sowie insgesamt eine stärkere Sensibilisierung der Österreicher für das Thema der nachhaltigen Waldbewirtschaftung – zu erreichen. Nachgeprüft wird das dann im November mit einer weiteren österreichweiten Umfrage.

Auf allen Kanälen

Gestern, am 7. Oktober, erfolgte das Kampagnen Kick-off am Stuhleck, zu dem über Livestream auch die breite Öffentlichkeit eingeladen war.

Ausgespielt wird die Kampagne für insgesamt zwei Wochen über digitale Außenwerbung in den öffentlichen Verkehrsmit-

teln aller Hauptstädte, Online-Banner auf reichweitenstarken Plattformen, wie z.B. standard.at, vienna.at, noen.at und gmx.at, Kooperationen mit Fach- und Publikumsmedien sowie Kronehit-Radio und begleitet von starker Social Media-Präsenz.



Viele Produkte, wie etwa Papierwaren, tragen schon das PEFC-Siegel.



”

Der Griff zu einem Produkt mit PEFC-Logo leistet beim täglichen Einkauf einen persönlichen Beitrag für gesunde, artenreiche und produktive Wälder.

Gerhard Pichler
Geschäftsführer
PEFC Austria

“