

Waldschutzorganisation PEFC Deutschland

Endverbraucher-Kampagne: „Mach den Wald nicht wütend“

Montag, 07.06.2021

Die Waldschutzorganisation PEFC Deutschland e. V. hat eine Social-Media-Kampagne für Endverbraucher gestartet. In humorvollen Videos unter dem Motto „Mach den Wald nicht wütend“, weist „Woody“, stellvertretend für den Wald, mit Nachdruck auf den Kauf zertifizierter Holz- und Papierprodukte hin.

Müllvermeidung, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit sind längst in der Gesellschaft und damit auch im Einzelhandel angekommen. Beim Einkauf im Supermarkt, in der Drogerie oder im Baumarkt weisen unabhängige Zertifikate wie das PEFC-Siegel auf umwelt- und sozialverträgliche Produktalternativen hin. Die jetzt von PEFC Deutschland e.V. angestoßene Kampagne „Mach den Wald nicht wütend“ geht nach Aussage der Organisation noch einen Schritt weiter: Sie stellt dem Einkaufenden einen fiktiven Begleiter zur Seite, der mit großer Entschlossenheit auf die richtige Kaufentscheidung pocht.

Eine Videoreihe, aus der die ersten beiden Episoden nun vorliegen, zeigt Kaufsituationen mit „Woody“ als Hauptdarsteller. Der grimmig dreinblickende Protagonist mit der harten Borke und dem weichen Kern verlangt stellvertretend für unsere Wälder, gerade beim Kauf von Holz- und Papierprodukten ganz genau hinzuschauen. Sein Motto: „Stehst du vorm Regal, denk bitte nicht egal“. Woody ist ruhiger Beobachter, wird aber immer dann wütend, wenn der Käufer nach Holz- und Papierprodukten greift, deren nachhaltige Herkunft nicht erkennbar ist. Dem verblüfften Käufer zeigt Woody daraufhin ein Alternativprodukt mit dem PEFC-Siegel für eine kontrolliert nachhaltige Herkunft von Holzrohstoffen. Die Landingpage www.pefc.de/woody liefert Konsumenten weitere Informationen zum Thema.

Endverbraucher-Kampagne: „Mach den Wald nicht wütend“