

Out of Home Media

Algeria
Angola
Argentina
Australia
Austria
Azerbaijan
Bahrain
Belgium
Botswana
Brazil
Bulgaria
Cameroon
Canada
Chile
China
Colombia
Costa Rica
Croatia
Czech Republic
Denmark
Ecuador
El Salvador
Estonia
Finland
France
Gabon
Germany
Guatemala
Hungary
Honduras
Iceland
India
Ireland
Israel
Italy
Ivory Coast
Japan
Kazakhstan
Korea
Latvia
Lesotho
Lithuania
Luxembourg
Madagascar
Malawi
Mauritius
Mexico
Mongolia
Mozambique
Myanmar
Namibia
Nicaragua
Norway
Oman
Panama
Peru
Poland
Portugal
Qatar
Russia
Saudi Arabia
Singapore
Slovakia
Slovenia
South Africa
Spain
Swaziland
Sweden
Switzerland
Tanzania
Thailand
The Dominican Republic
The Netherlands
Uganda
Ukraine
United Arab Emirates
United Kingdom
United States
Uruguay
Uzbekistan
Zambia
Zimbabwe

JCDecaux und WildAid geben "Partnerschaft für die Wildnis" bekannt

Berlin/Paris, 13. März 2018 – JCDecaux, die Nummer eins der Außenwerbung weltweit und Nummer eins der Außenwerbung in Afrika, und die internationale Naturschutzorganisation WildAid bündeln ihre Kräfte, um die symbolträchtigsten Wildtiere der Welt zu retten.

Ziel der angekündigten "Partnerschaft für die Wildnis" ist ein Stopp des illegalen Handels mit Wildtieren. Durch Sensibilisierung der Konsumenten soll die Nachfrage nach illegalen Produkten wie Elfenbein, Rhinozeroshorn und Haifischflossensuppe reduziert werden.

Eine weltweite Kampagne zur Beendigung des illegalen Wildtierhandels

Im Rahmen der globalen Partnerschaft startet JCDecaux eine internationale Außenwerbekampagne, mit der WildAid das Thema in Afrika, den Vereinigten Staaten und Asien ins Bewusstsein rücken will. Als Gesichter der Kampagne fungieren in China prominente Goodwill-Botschafter wie Jackie Chan, Yao Ming, Li Bingbing, Jay Chou, Lang Lang und Angelababy. International wird sie von herausragenden Persönlichkeiten wie Prince William, David Beckham, Lupita Nyong'o, Maggie Q und Sir Richard Branson vertreten.

Mit ihrem Slogan *"Erst wenn das Kaufen aufhört, hört auch das Töten auf"* sensibilisiert die Kampagne für die verheerenden Auswirkungen des Kaufs von Wildtier-Produkten. Wenn ihnen dieser Zusammenhang bewusst ist, sind die meisten Konsumenten bereit, ihr Kaufverhalten entsprechend zu ändern. So trug in China eine WildAid-Kampagne mit Jackie Chan und Yao Ming zum Thema Haifischflossensuppe dazu bei, dass der Verbrauch an Haifischflossen seit 2011 um 80% zurückgegangen ist.

Die neue Kampagne wird in sechs Sprachen aufgelegt und soll bis Ende 2018 in mehr als zehn Länder anlaufen. Um die Aufmerksamkeit für das vor Kurzem erlassene Verbot des Elfenbeinhandels in China zu erhöhen, wurden am Flughafen Peking bereits Großflächen mit Yao Ming präsentiert. Mehrere Hundert weitere Flächen werden in nächster Zeit in ganz China belegt. Im Laufe des März wird die Kampagne darüber hinaus in Tansania starten und in Hong Kong und Thailand die Öffentlichkeit für den Schutz von Haien sensibilisieren.

WildAid und JCDecaux: eine starke Partnerschaft

Die neue Initiative festigt die bestehende Partnerschaft zwischen WildAid und JCDecaux. Insbesondere in China unterstützt die JCDecaux-Gruppe die Arbeit von WildAid bereits seit mehreren Jahren. Die langfristig angelegte globale Zusammenarbeit soll weltweit zur Bewusstseinsbildung für das Thema beitragen und die Naturschutzbemühungen lokaler Regierungen unterstützen. JCDecaux ist durch seine Out-of-Home-Flächen überall auf der Welt im Alltag der Menschen präsent und wirkt durch die regelmäßige Unterstützung nachhaltiger Projekte an einer positiven Änderung von Verhaltensweisen mit.

JCDecaux SA
United Kingdom: 27 Sale Place - London W2 1YR - Tel.: +44 (0)20 7298 8000
Head Office: 17, rue Soyer - 92200 Neuilly-sur-Seine - France - Tel.: +33 (0)1 30 79 79 79
www.jcdecaux.com

A public limited corporation with an Executive Board and Supervisory Board
Registered capital of 3,242,237.80 euros - # RCS: 307 570 747 Nanterre - FR 4430757074

Peter Knights, Chief Executive Officer von WildAid: *"JCDecaux hat entscheidend dazu beigetragen, dass WildAid heute Millionen von Konsumenten weltweit erreicht. Dank der Großzügigkeit der Gruppe können wir mit unseren Botschaften zum Schutz gefährdeter Wildtiere noch mehr Menschen an noch mehr Orten ansprechen."*

Jean-François Decaux, Vorstandsvorsitzender und Co-Chief Executive Officer von JCDecaux: *"Wir sind sehr stolz, Wild Aid im Kampf gegen illegalen Wildtierhandel zu unterstützen. JCDecaux ist regional und lokal in zahlreichen asiatischen und afrikanischen Ländern aktiv und die Umweltfragen, die sich dort stellen, liegen uns sehr am Herzen. Diese Partnerschaft reiht sich ein in unser Engagement für eine nachhaltigere Welt. Wir freuen uns sehr, unser starkes Produktportfolio mit WildAid zu teilen, um Menschen auf der ganzen Welt durch schlagkräftige Kampagnen zu sensibilisieren. Unser Ziel ist, damit Impulse für eine individuelle Verhaltensänderung zu geben."*

Über WildAid

WildAid ist eine Non-Profit-Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, den illegalen Handel mit Wildtieren zu unseren Lebzeiten zu beenden. Während die meisten Gruppen, die sich dem Schutz von Wildtieren verschrieben haben, ihre Anstrengungen darauf richten, die Tiere vor Wilderei zu schützen, konzentriert sich WildAid in erster Linie darauf, den weltweiten Verbrauch von Wildtierprodukten wie Haifischflossen oder Elfenbein zu reduzieren. Erreicht werden soll dies durch Sensibilisierung der Konsumenten und eine flächendeckende Kontrolle der Weltmeere. Mit einer einzigartigen Galerie prominenter Goodwill-Botschafter – darunter Prince William und Yao Ming – und einem weltweiten Netz von Medienpartnern mobilisiert WildAid jährlich Medienunterstützung im Wert von 289 Millionen Dollar mit einer einfachen Botschaft: Erst wenn das Kaufen aufhört, hört auch das Töten auf.

WildAid Media Contact: Alona Rivord,
+1 510 241 561 – rivord@wildaid.org

Kennzahlen der JCDecaux-Gruppe:

- Umsatz im Geschäftsjahr 2017: 3.472 Millionen Euro
- JCDecaux ist in der Eurolist der Euronext Paris gelistet und wird im Index Euronext 100 und im Euronext Family Business geführt
- JCDecaux ist im FTSE4Good und im Dow Jones Sustainability Europe Index gelistet
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Stadtmöblierung (543.050 Werbeflächen)
- Weltweit die Nr.1 im Bereich Transportmedien an über 215 Flughäfen und mit 250 Verträgen in der U-Bahn, Bus-, Bahn- und Straßenbahnwerbung (356.320 Werbeflächen)
- Europaweit die Nr.1 in der Großflächenwerbung (141.630 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Europa (672.220 Werbeflächen)
- Nr.1 der Außenwerbung im asiatisch-pazifischen Raum (216.290 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Lateinamerika (77.190 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung in Afrika (26.770 Werbeflächen)
- Nr. 1 der Außenwerbung im Nahen Osten (18.650 Werbeflächen)
- Marktführer für öffentliche Fahrradverleihsysteme; Pionier sanfter Mobilität
- 1.074.113 Werbeflächen in mehr als 75 Ländern
- Präsenz in 4.033 Städten mit über 10.000 Einwohnern
- 13.040 Mitarbeiter



Pressekontakt:

c/o Wall GmbH

Frauke Bank

+49 (0) 30 33899381

frauke.bank@wall.de