

WallDecaux vermarktet ab sofort alle OOH-Kampagnen klimaneutral

Außenwerber führt zusammen mit dem Klimaschutz-Experten ClimatePartner ein klimaneutrales Programm ein und kompensiert die CO₂-Emissionen aller Out-of-Home-Kampagnen – ohne Mehrkosten für den Kunden*

Berlin, den 1. Juni 2021 – WallDecaux ergänzt seine Nachhaltigkeitsarbeit um einen wichtigen Baustein: die klimaneutrale Vermarktung. Dabei gleicht das Unternehmen seit dem 1. April 2021 die CO₂-Emissionen aller analogen und digitalen Plakatkampagnen auf seinen Werbeflächen aus. Für die Werbetreibenden entstehen dabei weder Mehraufwand noch finanzielle Belastungen, die Kompensationszahlungen übernimmt vollständig WallDecaux. Die Initiative wird begleitet von ClimatePartner, einem der führenden internationalen Experten für Klimaschutz.

„Die CO₂-Kompensation ist die logische Fortführung unser konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie der vergangenen Jahre in allen Unternehmensbereichen“, erläutert Andreas Prasse, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb WallDecaux, die Initiative. „Nachhaltigkeit liegt in unserer DNA und ist elementarer Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Wir gehen nun in der Vermarktung den konsequenten Schritt Richtung Klimaneutralität.“

Die Kompensation erfolgt über ein nach strengen Standards zertifiziertes Klimaschutzprojekt, das sich mit Themen wie Naturschutz, Chancengleichheit sowie nachhaltiger Entwicklung befasst. Berechnet wird die Kompensation auf Basis des Product Carbon Footprints der einzelnen Medien, worunter alle analogen OOH-Medien – wie City Light Poster, City Light Boards und City Light Säulen – sowie alle digitalen Werbeträger fallen. Dabei wurden Faktoren wie Rohstoffe, Logistik, Nutzung und Entsorgung berücksichtigt. Beim CO₂-Ausgleich für die Kampagnen der Kunden bleibt es nicht: Auch alle Eigen- sowie Kooperationskampagnen werden durch WallDecaux kompensiert.

Das ist dabei aber nur ein Baustein von vielen in der umfassenden Nachhaltigkeitsarbeit des Unternehmens. Diese ist von jeher im Geschäftsmodell von JCDecaux angelegt. Seit der Gründung des Unternehmens 1964 setzt JCDecaux auf Langlebigkeit und die Wiederverwendbarkeit seiner Produkte. Auch

bei langen Vertragslaufzeiten behält die Stadtmöblierung durch intensive Wartung und die Verwendung hochwertiger Materialien ihre Qualität.

Für seine Aktivitäten ist JCDecaux bei zahlreichen renommierten Ratings wie dem FTSE4Good-Index gelistet und wurde u.a. mit Höchstnoten im Ranking des Carbon Disclosure Project sowie der Rating-Agentur Morgan Stanley Capital International ausgezeichnet. 2019 trat JCDecaux als erstes Außenwerbeunternehmen der Initiative RE100 bei, einem Zusammenschluss global führender Unternehmen, die sich der 100-prozentigen Nutzung erneuerbarer Energien verschrieben haben. Das Ziel von JCDecaux: bis 2022 seinen gesamten Stromverbrauch weltweit aus erneuerbaren Energiequellen zu decken.

In Deutschland hat Wall als deutsches Tochterunternehmen von JCDecaux darüber hinaus in den letzten Jahren entscheidende Fortschritte bei der Ausrichtung hin auf ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen erzielt. So wurde konsequent daran gearbeitet, die Umwelteinflüsse des Unternehmens zu verringern, die Quellen genutzter Ressourcen zu prüfen und zu optimieren sowie energiezehrende Prozesse zu erkennen und nachhaltiger zu gestalten.

Im Folgenden ein Auszug aus den Maßnahmen:

- **Stromverbrauch und Energieeffizienz:** 100 Prozent des Strombedarfs stammen aus erneuerbaren Energiequellen (seit 2015). Reduzierung des Energieverbrauchs um 50 Prozent bei LCD- und 15 Prozent bei LED-Screens. Reduzierung des Energieverbrauchs um 60 Prozent bei analogen Werbeflächen durch Umstellung auf LED-Beleuchtung.
- **Abfallmanagement und Recycling:** 100 Prozent des verwendeten Plakatpapiers stammen aus nachhaltiger Forstwirtschaft. 90 Prozent der Papierplakate werden recycelt. 93 Prozent der Gesamtabfallmenge werden recycelt oder der Energierückgewinnung zugeführt.

Über WallDecaux Premium Out of Home

WallDecaux Premium Out of Home ist ein Unternehmensbereich der Wall GmbH. Unter diesem wird das gesamte Portfolio an OOH-Medien in Deutschland vermarktet. Die Stärke von WallDecaux ist die Standort-, Produkt- und Servicequalität in mehr als 25 Städten – darunter alle Millionenstädte wie Berlin, Hamburg, München und Köln. Mit über 37.000 Werbeträgern auf öffentlichem Grund und Boden - darunter inzwischen rund 1.000 digitalen Standorten – sorgen Zielgruppen-optimierte Werbenetze für die maximale Aufmerksamkeit maßgeschneiderter OOH-Kampagnen.

<https://www.walldecaux.de/>

PRESSEINFORMATION

WallDecaux
Premium Out of Home

Pressekontakt:

MAYR PR

Markus Mayr

+49-1512-1141977

presse@mayr-pr.de

www.mayr-pr.de

c/o Wall GmbH

Frauke Bank

+49 (0) 30 33899381

frauke.bank@wall.de

Wall GmbH

Friedrichstraße 118

D-10117 Berlin

Telefon: +49 30 33899-0

Internet: www.wall.de