

PRESSEMITTEILUNG

Forever Lasting Moments:

Besondere Momente werden nur von Plastik überdauert

Düsseldorf, 02. April 2020 – **Mit der neuen Awareness Kampagne „Forever Lasting Moments“ macht die [Deutsche Umwelthilfe e.V.](#) mit ikonografischen Momentaufnahmen auf den folgenreichen Gebrauch von Einweg-Plastikprodukten aufmerksam. Für die kreative Idee und Umsetzung zeichnet die Kreativagentur Havas Düsseldorf verantwortlich.**

Über die letzten 70 Jahre fand ein stetiger Anstieg der weltweiten Plastikproduktion statt, was zu einer verheerenden Verschmutzung der Meere und Landgebiete geführt hat. Dabei stellen sogenannte Single-Use-Items (z.B. Einwegbecher, Strohhalme oder Plastiktüten) das Hauptproblem dar: Produkte, die massenhaft genutzt werden, jedoch nicht notwendig sind. So vergehen für wenige Minuten des Gebrauchs bis zu 500 Jahre bis zur Zersetzung der Kunststoffe.

Um ein Gefühl für dieses Missverhältnis zu erzeugen, zeigt „Forever Lasting Moments“ besondere Momente der Zeitgeschichte, die jedoch durch den überraschenden Verweis auf die Nutzung von Wegwerfplastik eine komplett neue Aussage bekommen. So zeigen alle Motive die Verwendung von Einweg-Plastikprodukten, die in keiner Relation zu den Langzeitkonsequenzen stehen – wie etwa das Motiv der UN-Klimakonferenz 2016 auf absurde Art und Weise deutlich macht: Die hier getroffenen Vereinbarungen hielten lediglich zwei Jahre, während die bei der Konferenz verwendeten Einweg-Plastikflaschen, die auf dem Bild deutlich zu sehen sind, hingegen noch weitere 446 Jahre überdauern können.

„Mit diesen drastischen Gegenüberstellungen möchten wir auf die katastrophalen und langanhaltenden Umweltauswirkungen von Einweg-Plastikprodukten aufmerksam machen und Verhaltensänderungen anregen“, erklärt Thomas Fischer, Leiter Kreislaufwirtschaft bei der Deutschen Umwelthilfe. „Die emotional aufgeladene Motivauswahl hilft dabei, das eigene Zeitgefühl zu überprüfen und ein neues Bewusstsein für die Langlebigkeit dieser Produkte in der Natur zu schaffen.“

Eric Schoeffler, CCO Havas Germany, ergänzt: „Wir wünschen uns, dass die Kreativität in

dieser Kampagne dazu beiträgt, uns und unser Verhalten in Bezug auf Einwegplastik kritisch zu hinterfragen – die Alternativen sind da.“

Credits:

| | |
|--|-----------------------------------|
| CCO Havas Group Germany: | Eric Schoeffler |
| Creative Direction: | Tobias von Aesch, Tobias Rabe |
| Art Direction: | Till Overwien, Alex Aussem |
| Copy: | Leonid Ryazanskiy, Yanick Fischer |
| Account Direction: | Sofia Panek |
| Photography (Motiv: Woodstock): | Burk Uzzle |

Havas Group

Havas ist eine kreative Kommunikationsagentur, die alle Disziplinen des modernen Marketings bedient. Unsere Zielsetzung ist einfach formuliert, aber herausfordernd – und identisch für alle Havas Agenturen im globalen Network: „Our mission is to make a *meaningful difference* to brands, businesses and people“.

Im Zeitalter abnehmender Werte (Havas Studie „The Future of Trust“), „Fake News“ und steigendem Zynismus der Menschen gegenüber Werbung, haben es Marketer und Agenturen mit ganz neuen Herausforderungen zu tun. Unsere Überzeugung ist es, dass Marken eine Haltung einnehmen müssen, um die Menschen nachhaltig zu erreichen.

Havas ist das einzige unabhängige globale Agentur-Netzwerk.

Havas glaubt an das Village Modell, die konsequente Integration von Creative, Media & Content. Havas ist Teil von Vivendi und somit eng verzahnt mit den Schwesterunternehmen Universal Music, Gameloft und StudioCanal.

Pressekontakt Havas

Marie Euler
Corporate Communications Manager
Havas Germany
Tel: +49 211 9916 - 305
Email: marie.euler@havas.com
Web: de.havas.com

Kontakt Deutsche Umwelthilfe e.V.

Thomas Fischer
Leiter Kreislaufwirtschaft
Deutsche Umwelthilfe e.V.
Tel: +49 30 2400867 - 43
Email: fischer@duh.de
Web: www.duh.de