

15.07.2022 - 12:51 Uhr

Nachhaltigkeit ist eine Kunst: PepsiCo Plakatwettbewerb und Vernissage waren ein voller Erfolg



Neu-Isenburg (ots) -

- PepsiCo und Marke Pepsi MAX stoßen mit Kunstwettbewerb Dialog über nachhaltige Verpackungslösungen an
- Vernissage in Hamburg mit 100 Plakaten und Enthüllung der Top 3 Gewinner, Preisgelder im Gesamtwert von 20.000 EUR
- Inspirierender Austausch zu Plastikvermeidung und anderen Nachhaltigkeitsthemen zwischen PepsiCo, WWF und Gästen
- Große Out-of-Home-Aktion über Medienpartner Ströer

Verpackungsmüll und Plastik reduzieren ist für den Erhalt unserer Welt unerlässlich. Vor allem Unternehmen stehen hierbei in der Verantwortung - deshalb hat [PepsiCo](#) mit der Marke Pepsi MAX die Kampagne "Nachhaltigkeit ist eine Kunst" inklusive Kunstwettbewerb ins Leben gerufen: Gesucht wurden 100 Plakate, die sich kreativ mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen und innovative Ideen für nachhaltige Verpackungslösungen präsentieren. Warum 100? PepsiCo hat seine Getränkeflaschen zu 100 Prozent auf recyceltes PET umgestellt - und das 100 Tage früher als geplant. Für die Vernissage hat eine Jury die 100 besten Werke ausgewählt, die im Hafenstudio Hamburg am 29. Juni 2022 enthüllt wurden und bis zum 06. Juli 2022 dort zu sehen waren. Die Top 3 Gewinner bekamen zusätzlich Preisgelder im Gesamtwert von 20.000 EUR, die Hälfte ihres Gewinns ging als Spende an eine Umweltschutzorganisation ihrer Wahl. Die besten drei Werke waren außerdem exklusiv nur am 30. Juni 2022 in einer riesigen Out-of-Home-Aktion deutschlandweit auf Ströer-Screens zu sehen. Wer die Ausstellung verpasst hat, kann die 100 Plakate noch online auf der [Aktions-Website](#) sehen.

PepsiCo nimmt seine Verantwortung für mehr Nachhaltigkeit sehr ernst und verfolgt mit [pep+ \(PepsiCo Positive\)](#) eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit besonderem Augenmerk auf Verpackungen. 2021 hat das Unternehmen daher sämtliche Getränkeflaschen auf 100 Prozent recyceltes PET (rPET) umgestellt - doch das ist erst der Anfang. **Torben Nielsen, Geschäftsführer von PepsiCo DACH**, sagt: "Wir haben uns gefragt: Wie können wir eine gesellschaftliche Debatte zu recyceltem PET und der Vermeidung von Plastikmüll anregen? Deswegen haben wir zusammen mit unserer Marke Pepsi MAX einen Kunstwettbewerb ins Leben gerufen. Kunst schafft seit jeher Raum für Pluralismus, Austausch, Inspiration, echten Wandel - und kann durch Provokation Impulse für einen kritischen Dialog setzen".

Für den Kunstwettbewerb wurden kreative Köpfe dazu aufgerufen, Plakate zu entwerfen, die nachhaltige Verpackungslösungen, die Vermeidung von Plastik und/oder die Reduktion von Müll innovativ thematisieren. Eine Jury aus Design-Professoren und PepsiCo-Nachhaltigkeits-Experten hat die Top 100 Plakate sowie die drei Gewinner ausgewählt, die auf der Vernissage verkündet und mit Preisgeldern im Gesamtwert von 20.000 EUR ausgezeichnet wurden:

- Platz 1 mit einem Preisgeld von **10.000 EUR** ging an den Hamburger Luka Herzog und seinen Entwurf eines Plastikmeers, das vom Umriss einer Getränkeflasche durchbrochen wird.
- Platz 2 und **7.000 EUR** gingen an Konstantin Weid und sein Plakat "Papier das doch mal!".
- Platz 3 mit einem Preisgeld von **3.000 Euro** gingen an Alexander Rozmann, der in seinem Entwurf eine Plastiktüte zu einem Eisberg umfunktioniert hat.

Die Hälfte des Preisgeldes spenden die Gewinner jeweils einer Umweltschutzorganisation ihrer Wahl.

Auf der [Vernissage im Hafenstudio Hamburg](#) boten nicht nur die vielen unterschiedlichen, kreativen Plakotentwürfe Inspiration - auch die Speaker der Veranstaltung sorgten für Anregungen und luden zum gesellschaftskritischen Dialog ein. So entstand ein reger Austausch zu den Themen Nachhaltigkeit und Plastikvermeidung unter den rund 80 Besucher:innen der Vernissage.

Maximilian von Hoyningen, Head of Corporate Partnerships für den WWF Deutschland, war ebenfalls auf der Vernissage und sagte: "Konsum ohne Müll ist in der Summe nicht realisierbar, dennoch muss klar sein, dass keine Verpackung mehr in unseren Ozeanen oder der Umwelt landen darf. Für Plastik brauchen wir strikte Vermeidungskonzepte und eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Wichtig ist vor allem, dass sich Unternehmen beim Klimaschutz und dem bedachten Umgang mit Ressourcen ihrer tragenden Rolle bewusst und ihr gerecht werden. Wer wie PepsiCo unseren Rat sucht, dem verschließen wir uns nicht." Der WWF steht in Zukunft PepsiCo auch gerne beratend zur Seite, um Strategien zu entwerfen zur Steigerung der Mehrwegquote und zur Entwicklung weiterer Lösungen für nachhaltige Packaging-Materialien und recyclingfähige Verpackungen.

Der Wettbewerb wurde durch eine breit angelegte Medienkooperation mit [watson](#) begleitet. Das Nachrichtenportal adressiert die Bedürfnisse der Generation Z. Im Rahmen dieser Kooperation fand exklusiv am 30. Juni 2022, einen Tag nach der Vernissage, eine riesige Out-of-Home-Aktion statt. Die Top 3 Gewinner-Kunstwerke waren nur an diesem Tag deutschlandweit auf Screens des Außenwerbers Ströer zu sehen. Wer die Vernissage und Ausstellung verpasst hat, kann die Entwürfe auf der [Website des Projekts](#) anschauen.

Neben den 100 Plakaten aus dem Kunstwettbewerb wurden auf der Vernissage die Ergebnisse der Kooperation der Marke Pepsi MAX mit der SRH Berlin University of Applied Sciences präsentiert. Die Studierenden sollten Kunst- und Design-Lösungen entwickeln, die die interaktive Auseinandersetzung mit der Nachhaltigkeitsstrategie von Unternehmen auf kreative Weise ermöglicht.

Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgte die Zusammenarbeit mit reichweitenstarken Influencer:innen aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Kunst und Lifestyle. Zu ihnen zählten **Victoria Müller**, Moderatorin, Bestseller-Autorin, Tierrechtsaktivistin und Gründerin des Fair-Fashion-Labels "The New Rose" sowie **Bachelorette-Finalist Max Adrio**. Sie alle riefen im Vorfeld der Vernissage gemeinsam ihre Fans und Follower:innen zur Teilnahme am Wettbewerb auf und steuerten eigene Kreationen bei.

Verantwortlich für die Durchführung der gesamten Aktion sowie Kommunikation und Pressearbeit rund um Plakatwettbewerb und Studierendenprojekt war die Hamburger Agentur [Faktor 3](#), die für Pepsi MAX zuletzt auch die Kampagne "Deine Ex. Deine MAX" entwickelt und umgesetzt hat.

Unter folgendem Link können Sie sich den offiziellen Aftermovie zur Vernissage ansehen: [Pepsi Max Vernissage - YouTube](#)

* * *

Über PepsiCo

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein - durch "Winning with Purpose". "Winning with Purpose" steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com und www.pepsico.de.

Pressekontakt:

Gina Herkenberg
FAKTOR 3 AG
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
Telefon: +49 173 9380433
E-Mail: g.herkenberg@faktor3.de

Medieninhalte



Verpackungsmüll und Plastik reduzieren ist für den Erhalt unserer Welt unerlässlich. Vor allem Unternehmen stehen hierbei in der Verantwortung - deshalb hat PepsiCo mit der Marke Pepsi MAX die Kampagne "Nachhaltigkeit ist eine Kunst" inklusive Kunstwettbewerb ins Leben gerufen: Gesucht wurden 100 Plakate, die sich kreativ mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen und innovative Ideen für nachhaltige Verpackungslösungen präsentieren. Warum 100? PepsiCo hat seine Getränkeflaschen zu 100 Prozent auf recyceltes PET umgestellt - und das 100 Tage früher als geplant. Für die Vernissage hat eine Jury die 100 besten Werke ausgewählt, die im Hafenstudio Hamburg am 29. Juni 2022 enthüllt wurden und bis zum 06. Juli 2022 dort zu sehen waren. Die Top 3 Gewinner bekamen zusätzlich Preisgelder im Gesamtwert von 20.000 EUR, die Hälfte ihres Gewinns ging als Spende an eine Umweltschutzorganisation ihrer Wahl. Die besten drei Werke waren außerdem exklusiv nur am 30. Juni 2022 in einer riesigen Out-of-Home-Aktion deutschlandweit auf Ströer-Screens zu sehen. Wer die Ausstellung verpasst hat, kann die 100 Plakate noch online auf der Aktions-Website sehen. / Weiterer Text über ots www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.



Verpackungsmüll und Plastik reduzieren ist für den Erhalt unserer Welt unerlässlich. Vor allem Unternehmen stehen hierbei in der Verantwortung - deshalb hat PepsiCo mit der Marke Pepsi MAX die Kampagne "Nachhaltigkeit ist eine Kunst" inklusive Kunstwettbewerb ins Leben gerufen: Gesucht wurden 100 Plakate, die sich kreativ mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen und innovative Ideen für nachhaltige Verpackungslösungen präsentieren. Warum 100? PepsiCo hat seine Getränkeflaschen zu 100 Prozent auf recyceltes PET umgestellt - und das 100 Tage früher als geplant. Für die Vernissage hat eine Jury die 100 besten Werke ausgewählt, die im Hafenstudio Hamburg am 29. Juni 2022 enthüllt wurden und bis zum 06. Juli 2022 dort zu sehen waren. Die Top 3 Gewinner bekamen zusätzlich Preisgelder im Gesamtwert von 20.000 EUR, die Hälfte ihres Gewinns ging als Spende an eine Umweltschutzorganisation ihrer Wahl. Die besten drei Werke waren außerdem exklusiv nur am 30. Juni 2022 in einer riesigen Out-of-Home-Aktion deutschlandweit auf Ströer-Screens zu sehen. Wer die Ausstellung verpasst hat, kann die 100 Plakate noch online auf der Aktions-Website sehen. / Weiterer Text über ots www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100892576> abgerufen werden.