

A photograph of a large globe in a metal cage, surrounded by electronic waste, with a green overlay and text. The globe is the central focus, showing the Americas. It is enclosed in a rusty metal cage. In the background, there is a wall with a grid pattern. In the foreground, there is a pile of electronic waste, including a laptop and various cables. The entire image has a green overlay. The text 'EL RETUR' is in a white box with a left-pointing arrow. The main title 'UDVIKLINGEN PÅ BATTERIOMRÅDET' is in large white letters across the middle.

EL RETUR

UDVIKLINGEN PÅ BATTERIOMRÅDET

SPØRGSMÅL/KOMMENTARER UNDERVEJS

- Til dig der deltager i salen:
 - Vent til du har fået en mikrofon
- Til dig der deltager via Microsoft Teams:
 - Mute venligst din mikrofon
 - Spørgsmål kan stilles skriftligt og løbende i bunden af skærmen
 - Oplever du tekniske problemer undervejs, kan du beskrive dem i Chatten i bunden af skærmen, og så kan vi i begrænset omfang guide dig



UDVIKLINGEN PÅ BATTERIOMRÅDET



- Elretur: Resultaterne af batterikampagnen
- Louise Drue Andersen, Stena Recycling
 - Genanvendelse af småbatterier fra alle slags elektriske produkter
 - Udfordringer ifm. genanvendelse, herunder brande og råd ifm. design af produkter
- Christian Nyborg, ACTEC
 - Batteriteknologier – nu og i fremtiden
 - Hvordan får vi nedbragt affaldsmængderne?
- Anne Nielsen, Miljøministeriet
 - Hvad betyder den kommende EU-forordning for batterier for Elreturs medlemmer?

OM KONCEPTET

ELRETUR

- Målgruppe: Alle danskere - alle bruger batterier!
- Særlige målgrupper
 - Unge er svære at trænge igennem til
 - Højt batteriforbrug blandt familier med børn
- Kampagneuniverset med Bodil og hendes mand Claes har eksisteret siden 2015.
 - Så snart vi ser Bodil (meget dominerende og temperamentsfuld) og Claes (meget underdanig), ved vi, at det handler om batterier, vi ikke må smide i skraldespanden
- 2021-2022-kampagnen, har som i tidligere år, haft dette fokus:
 - At sikre et højt niveau af viden om korrekt bortskaffelse af batterier
 - At påvirke danskerne til at handle korrekt i forhold til bortskaffelse af batterier



KAMPAGNEELEMENTER

2021 og 2022

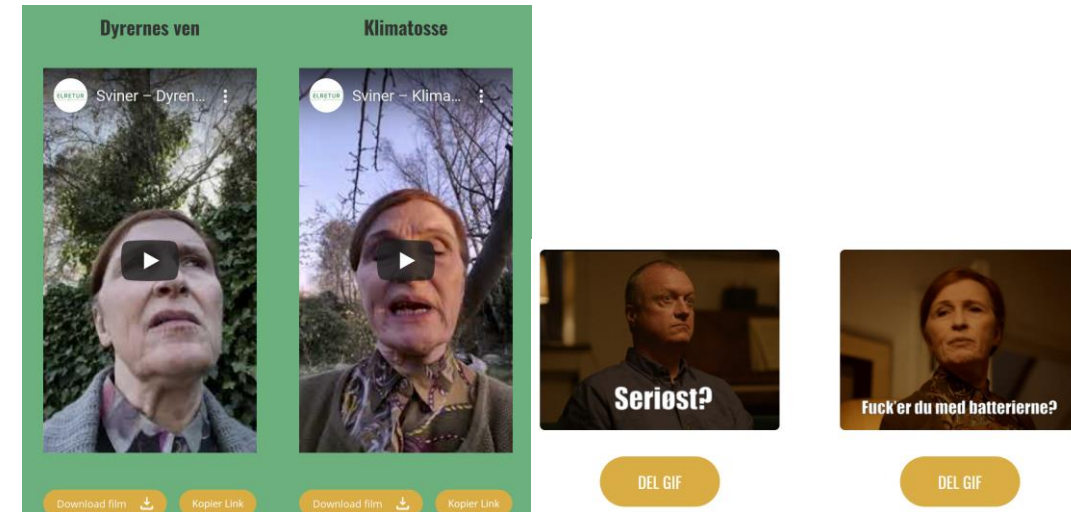
To nye hovedfilm: <https://elretur.dk/farvel-batteri/#seeallfilms>

Nyt interaktivt materiale til sociale medier og digital deling:

- Gifs som fx kan bruges i fx sms'er
- Korte video "svinere", der udstiller vores alle sammens indre hykler

Mere informativt materiale på hjemmeside fx

- Hvor kan du aflevere dine batterier
- Hvorfor er det vigtigt at aflevere og sortere rigtigt



Her kan du aflevere dine batterier

Du kan altid aflevere brugte batterier på genbrugspladsen. De fleste kommuner har også indsamlingsordninger ved husstanden. Vælg din kommune og se mulighederne der, hvor du bor.

Vælg din kommune



KAMPAGNEN KOMMER BREDT UD

MEDIEKANALER

- TV inkl. Youtube og streamning tv med reklamer
- SoMe: Facebook, Instagram og Snapchat. I 2022 også TikTok
- Influencers: Forsøg i 2022
- Hjemmeside: Farvelbatteri.dk
- Presse: Både landsdækkende-, lokale- og fagmedier



CLEANTECHWATCH

Miljøteknik Affald Vand Klima Rådgivning Regulering

Elretur: Begrænset kendskab til batteriordninger hæmmer genanvendelsen

Knap halvdelen af danskerne ved ifølge en måling ikke, hvor brugte batterier lokalt sl sorteres. Det er med til at bremse genanvendelsen, påpeger Elretur.



Foto: Elretur

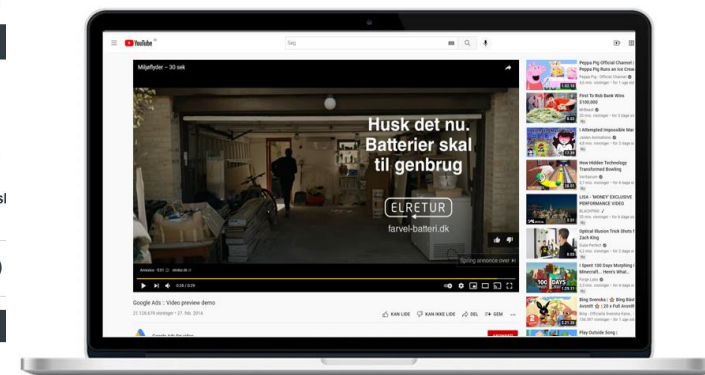
AF FREDERIK TIMM BENTSEN
Offentliggjort: 26.01.22 kl. 08:42



Læs også

Ørsted vil smelte vindmøller med ny tysk partner

"Fiasko er ikke en mulighed" for fynsk CCS-eventyr med lang vej til realisering



KAMPAGNE EFFEKT

Kampagnen performer stadig virkelig godt:

- Høj reklamegenkendelse
- Høj budskabsforståelse- og sympati
- Den mest kreative kampagne i 2016 & shortlistet til The Danish Digital Award 2022 (The Greater Good)
- Den virker godt i alle aldersgrupper, men dårligst på de, under 40

Effekt på indsamlingsprocenten:

- Trenden siden 2015, hvor Bodil først dukkede op stigende (kan dog variere meget fra år til år da den også er afhængig af markedsførte mængder)
- I 2020 var den 52,5% så der er stadig mange vi kan ramme og et stykke vej fra bevidsthed til handling



DET FREMADRETTEDE

ELRETUR

Input er altid
velkomne
lbn@elretur.dk

Blivende udfordringer

- Omsætning af det høje kampagnekendskab til handling → mere handlingsorienterede kampagner og budskaber
- De unge er svære at nå → mediekanaler og budskaber skal tilpasses unge uden vi mister de "gamle"

Planer

- 2022 fortsat aktivering af budskab og kampagneelementer tilpasset erfaringer fra 2021 og primo 2022
- 2023 universet med Bodil og Claes består da genkendelsen giver stor effekt – men brug, formater og konkret aktivering gentænkes i lyset af udfordringer
- Vi har udviklet meget på Elreturs kommunikationskanaler og bæredygtighedsbrand, hvilket også vil blive brugt til at løfte kampagnen
- Vi vil desuden undersøge nærmere om, der er særlige målgruppe, der bør fokuseres på

SPØRGSMÅL

